Web FRA

www.cbnews.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **91795**
Sujet du média : **Communication - Médias - Internet**

5 Avril 2022
Journalistes : **Thierry Wojciak**
Nombre de mots : **2642**

Visualiser l'article

Le marché du bricolage profite toujours des effets du confinement Le marché du bricolage profite toujours des effets du confinement

En croissance de 10,2% en 2021, le marché du bricolage en France profite toujours des effets du confinement ainsi que des nouveaux bricoleurs, qui n'hésitent plus à se lancer dans de gros travaux, selon un rapport publié vendredi dernier. Le chiffre d'affaires du marché a dépassé les 34 milliards d'euros en 2021, ont annoncé les auteurs de l'étude, Inoha (industriels du secteur) et la FMB (Fédération des magasins de bricolage) lors d'une conférence de presse à Paris. Le secteur confirme sa tendance à la hausse, après la croissance record de 13% enregistrée en 2020. La crise du Covid bénéficie toujours au secteur, grâce au report des dépenses et à l'épargne accumulée par les Français pendant les confinements qui est maintenant réinvestie dans leur logement, au repli sur le foyer et l'habitat, et au télétravail qui engendre des aménagements d'intérieur. "L'un des principaux leviers reste le marché de l'immobilier ancien", rapporte Juliette Lauzac, chargée d'étude pour FNB et Inoha. Or, "les transactions immobilières dans l'ancien ont dépassé les 1,2 million fin 2021 sur 12 mois glissants", détaille-t-elle. Ces achats vont souvent de pair avec de lourdes rénovations, qui n'ont pas encore été toutes effectuées, d'après l'étude. Le rapport affirme que la base de nouveaux clients, notamment entre 18 et 30 ans, continue de s'agrandir, mais aussi de monter en compétence. Désormais les bricoleurs en herbe n'ont plus peur de s'attaquer aux gros oeuvres. Cela se ressent dans les grandes surfaces de bricolage, où les rayons stars sont le bâtiment, le jardin (respectivement +17 % de ventes par rapport à 2020) et la plomberie, salle de bain, cuisine (+15%). Les ventes d'établis, de meubles de cuisine ou encore de bois de charpente ont connu des croissances à deux chiffres. À l'inverse, les menus travaux ont suscité moins d'achats, que ce soit au rayon décoration ou peinture-droguerie-colle. Les grandes enseignes ont développé non seulement leurs points de ventes en misant sur la proximité, mais aussi leurs ventes en lignes, qui ont bondi de 32%, portées par la livraison directe à domicile et le "click and collect". Mieux vaut rester vigilant en cette période d'attentisme électoral, de crise sanitaire, et de conflit en Ukraine, estime cependant le président d'Inoha, Jean-Luc Guéry. Mais le dirigeant est optimiste : "La filière a montré qu'elle savait réagir dans des contextes incertains, sans visibilité", tempère-t-il.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.