

A l'instar du monde de l'habitat impacté par l'incertitude actuelle et le ralentissement du marché immobilier, le marché français du bricolage (GSB) marque un recul en 2024

Après une année 2023 marquée par un atterrissage post-COVID, le marché de l'aménagement de la Maison en grande surface de bricolage (GSB) enregistre une baisse de 4,3% en valeur en 2024, avec un chiffre d'affaires de 22,1 milliards d'euros. Malgré ce ralentissement, le secteur reste pour autant en croissance structurelle par rapport à 2019. Décryptage de l'étude réalisée par la FMB / Fédération des Magasins de Bricolage et INOHA / les Industriels du Nouvel Habitat.

Une baisse des ventes des GSB liée à des facteurs conjoncturels

Dans un contexte morose, les enseignes de l'aménagement de la maison gardent une dynamique volontaire et ont déployé de nouvelles offres de services (accompagnement dans la réalisation des projets, notamment dans la rénovation énergétique, déploiement de la location, etc.) et leurs initiatives soutiennent certains marchés (photovoltaïque (+ 35%) / isolation etc.).

Pour autant, de multiples facteurs (la poursuite de la baisse des transactions dans l'immobilier ancien (-9%), la hausse des taux d'intérêt, l'incertitude économique et politique, l'impact général de l'inflation sur la consommation, sans oublier une météo particulièrement mauvaise) influencent le moral des ménages, et sont autant de facteurs qui expliquent la tendance à la baisse du marché des GSB.

On note ainsi que les ventes au grand public se concentrent davantage sur les projets d'entretien et de réparation (+9% pour les peintures et enduits intérieurs), tandis que ceux, plus coûteux, liés à l'amélioration de l'habitat et les projets d'ampleur font davantage l'objet d'arbitrages (- 5,1 % pour les rayons Plomberie, salle de bain et cuisine).

Mais des atouts structurels font du secteur un rendez-vous incontournable

« *Malgré l'attentisme des consommateurs dans un contexte économique incertain, la valorisation du foyer reste une préoccupation centrale pour les Français. Cela, aussi bien dans une optique patrimoniale, que pour se sentir bien chez soi au quotidien. En d'autres termes, prendre soin de son cadre de vie immédiat reste une vraie valeur refuge.* », précise Juliette Lauzac, chargée d'études pour la FMB et INOHA.

Avec quatre groupes qui détiennent 97,5% du marché, les réseaux d'enseignes d'aménagement de la maison restent incontournables pour trouver des conseils qualifiés pour tout type de projets et leur site e-commerce, une référence des achats en ligne. La part des ventes en ligne des GSB continue d'ailleurs de progresser en passant de 5,4% de leur chiffre d'affaires en 2023 à 5,6% en 2024.

« *Malgré la contraction des résultats de notre secteur liés à un contexte politico-économique perturbé, le marché du bricolage continue de faire preuve de résilience. Au-delà des produits de qualité répondant à toutes les problématiques de l'aménagement de la maison, notre activité repose sur la formation et le travail des collaborateurs mobilisés pour prodiguer des conseils qualifiés et des services sur-mesure dans toutes les enseignes de bricolage. Notre secteur reste un acteur majeur de la rénovation de l'habitat, valeur refuge pour les Français, et joue un rôle incontournable dans la rénovation énergétique des logements. Le travail en bonne intelligence avec nos partenaires industriels, dont INOHA, est lui aussi déterminant pour continuer d'accompagner les Français dans l'amélioration de leur habitat* » déclare Caroline Hupin, déléguée générale de la FMB.

« L'année 2024 a été particulièrement difficile pour l'ensemble de la filière du bricolage en France. Malgré l'attachement fort des Français à leur domicile, comme en témoigne le fait que 88% d'entre eux déclarent « c'est l'endroit où j'aime être le mieux » (étude Sociovision 2024), notre secteur subit un net ralentissement. Les différentes composantes des prix de revient de nos produits continuent d'augmenter tandis que les volumes de vente reculent, mettant nos entreprises sous pression. Les évolutions réglementaires de plus en plus contraignantes mettent à mal l'agilité de nos adhérents. Il est plus que jamais nécessaire que les industriels retrouvent des marges suffisantes pour investir dans leurs outils de production et innover dans leurs produits. Ces leviers sont indispensables pour assurer la pérennité et le développement de notre filière. », déclare Jean-Luc Guéry, Président d'INOHA.

2024 : Zoom sur quelques rayons phares des GSB

Le ralentissement impacte la quasi-totalité des rayons en 2024, mais ces derniers restent majoritairement en progression par rapport à 2019.

Le rayon Outillage qui a connu un pic de ventes important en 2021 affiche une baisse de 2%. Les familles Outillage à main et Outillage électroportatif (qui représentent à elles deux 61% du CA) sont en baisse (respectivement -5% et -6%). Les machines et gros outillage évoluent de façon disparate depuis quelques années. Elles repartent à la hausse (+10%) après une baisse de 7,3% en 2023. Cette catégorie est portée par des ventes de nettoyeurs haute pression en forte hausse (+29%).

Le rayon Plomberie-SDB-cuisine baisse sensiblement en 2024 (-5,1%), mais reste le 3ème rayon qui a le plus progressé depuis 2019 (+16%). Sur ce rayon, la famille plomberie, très technique, se maintient beaucoup, tandis que les familles SDB et cuisine qui se déclinent en mode projet sont bien plus impactées.

Le rayon Chauffage recule globalement pour la 2^{ème} année consécutive (-6,2%). Sensibilisés aux problématiques environnementales et économiques, les Français, ont largement investi dans des appareils moins énergivores. Seule la famille climatisation et ventilation progresse légèrement (+2%). Le chauffage électrique perd 7%, mais les radiateurs électriques mobiles affichent une hausse de +10%. De même, les chauffages d'appoint progressent de 15%. Si les combustibles reculent de 10%, la valeur du marché est cependant supérieure de 40% à son niveau de 2019.

Le rayon Electricité (en baisse de -4,2%) subit les baisses des ventes de gaines et câbles (-5%), interrupteurs et prises (-4%) et distribution Electrique (-6%). La Domotique se maintient davantage notamment grâce aux Motorisations qui sont à l'équilibre (2%). Le marché du photovoltaïque est en croissance de 35% en 2024. Dans un contexte d'augmentation des prix de l'énergie, les GSB sont en 1^{ère} ligne et gages de confiance pour offrir au grand public de nouvelles solutions techniques d'autonomie énergétique.

Le rayon Bois et Menuiserie en baisse de 7,2% est en partie la conséquence de la baisse des transactions dans l'ancien. En effet, le changement des huisseries (par exemple pour remplacer du simple vitrage par du double vitrage) est un des chantiers rapidement mis en place dans le cadre d'une rénovation globale de bâti ancien. Les produits à usiner (familles Panneaux et planches, -3 % et Tasseaux et moulures, -1%) se maintiennent le mieux car correspondent en grande partie à des petits projets. Ce sont également les familles de produits qui progressent le plus par rapport à 2019 : respectivement de +29% et +38%.

Champion de la croissance pendant la période post-COVID, **le rayon Bâtiment** observe un reflux de -6,4% en 2024 lié à la diminution du réservoir de projets initiés en 2020-2021. Pour autant, ce rayon a gagné 23% par rapport à son niveau de 2019. A titre d'exemple, les poudres et agrégats sont proches de l'équilibre, avec des sous-familles en progression telles que les enduits de façade (+14%). La famille Cloison et isolation (41% du CA du rayon) perd 9% en raison de la baisse des transactions dans l'ancien, mais aussi du fait que de nombreux chantiers ont été effectués les années précédentes à la faveur de campagnes massives d'incitation à l'isolation des bâtiments énergivores.

Après des années 2022 et 2023 atones, **le rayon Peinture/Droguerie/Colle** se maintient le mieux en 2024 à -0,2%. Les peintures et enduits intérieurs (+9%) représentent 37% de la valeur du rayon avec près d'un milliard d'euros de chiffre d'affaires. A noter que les ventes de produits de traitement des murs et toitures se développent fortement (+47%).

Le rayon Revêtements, qui comprend les sols, murs (à l'exception des papiers peints) et les colles pour revêtements, est celui qui affiche la plus forte baisse (-7,9%). Ce rayon est directement touché par la diminution des projets à réaliser, essentiellement du fait de la baisse des ventes dans l'ancien. S'il est vrai que la Faïence murale chute (-13%), l'arrivée des panneaux muraux de salle de bains vient offrir au consommateur une alternative séduisante (+1%).

Le rayon Décoration (-5,2%), en baisse depuis 2019 en GSB, subit de plein fouet la concurrence d'autres circuits de distribution (solderies, enseignes low cost, enseignes de décoration...), la diminution des surfaces d'habitation en milieu urbain liée à l'augmentation des loyers, la mode du minimalisme et la tendance à l'achat responsable. L'évolution de ce rayon est aussi fortement liée à la famille des Luminaires qui pèse 52% du CA et qui baisse de -4%.

Concernant **le rayon Jardin** (-4,7%) très météo-dépendant, on constate un recul des familles Aménagement (-8%), Arrosage (-15%) et Plein air (-12%) desservies par le mauvais temps estival. Le CA de la sous-famille Piscine recule ainsi de 23%. A l'inverse, l'outillage motorisé (+10%) a profité de l'importante croissance des végétaux causée par les intempéries : il a fallu tondre, tailler et débroussailler plus que de coutume, ce qui favorise les achats de matériel. Les taille-haies ont ainsi progressé de 18%, les débroussailleuses et coupe-bordures de 12% et les tondeuses électriques (dont tondeuses robots) de 16%.

A propos de la FMB

La FMB, Fédération des magasins de Bricolage et de l'aménagement de la maison, est une fédération nationale, seule représentative dans le secteur du bricolage. Elle fédère plus de 2000 points de vente, représente 80 000 collaborateurs et la quasi-totalité des enseignes de grande surface de bricolage et d'aménagement de la maison : Brico Cash - Brico Dépôt - Bricoman - Bricomarché - Bricorama - Castorama - L'entrepôt du Bricolage - Leroy Merlin - Les Briconautes - Mr. Bricolage - Tridôme - Weldom. Le secteur du bricolage est spécialisé dans la distribution des produits de bricolage, de l'aménagement de la maison et du jardin.

A propos d'INOHA

Association professionnelle des Industriels du Nouvel Habitat, INOHA fédère, depuis 1978, les fabricants de produits manufacturés destinés à l'entretien, au bricolage, à l'aménagement extérieur, au jardinage, à l'amélioration de l'habitat et à la construction résidentielle neuve. INOHA les fédère pour les aider à accélérer leur développement dans une approche multi-canal et s'engage auprès d'eux à les éclairer, à construire et à peser dans un esprit de partage, d'engagement et de respect. INOHA et ses adhérents sont au service des Français qui font de leur habitat une valeur refuge, source de leur bien-être.

CONTACTS PRESSE

Pour la FMB

Michelle Kamar
06 09 24 42 42

michelle@source-rp.com



Pour INOHA

Anne-Marie Pouliquen
06 58 06 06 28

ampouliquen@inoha.org