

**Le marché français
du Bricolage**
Circuit GSB

2025

Table des matières

Avertissements.....	2
Méthodologie.....	2
Synthèse.....	3
A. Méthodologie et définitions.....	4
1 Périmètre produits et nomenclature	4
2 Définitions	4
3 Recueil et traitement des données	4
B. Déterminants du marché	5
1 Environnement immobilier	5
2 Environnement économique.....	6
C. Evolution du circuit GSB	7
1 Le circuit GSB dans son ensemble	7
2 Analyse par format de magasin.....	7
3 Ventes en ligne.....	8
4 Chiffre d'affaires 2025 des enseignes	10
5 Tableau récapitulatif des enseignes GSB	12
D. Le marché par rayons.....	13
1 Structure du marché GSB en 2025	13
2 Evolutions 2025 par rayon, circuit GSB	14
3 Tendances de moyen terme : comparatif 2025 VS 2019	14
E. Analyse par rayon / circuit GSB.....	15
F. Nomenclature détaillée.....	44

Avertissements

- Cette étude se limite pour 2025 au seul circuit GSB.
- Le périmètre de l'étude a été réduit (retrait des enseignes Brico Leclerc et des enseignes du groupe Cofaq)

Méthodologie

2

Les chiffres d'affaires mentionnés dans la présente étude correspondent aux paramètres suivants :

- **CA sorties caisses**
- Parc **évolutif** (les fermetures, ouvertures et agrandissements de magasins sont pris en compte)
- Ventes en ligne en propre **inclus** : click& collect + LDD (livraison directe domicile)
- Les ventes des Marketplaces sont **exclus**
- Les prestations de pose via des artisans partenaires sont **exclus**.

Confidentiel FMB-INOHA

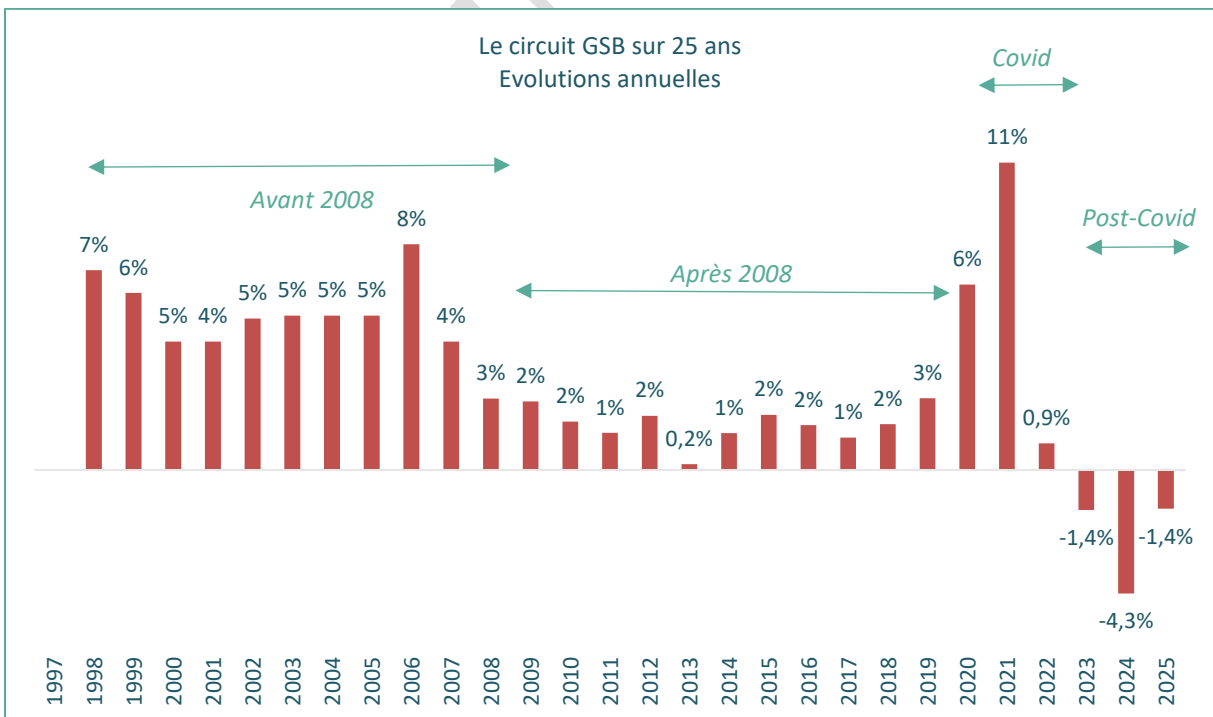
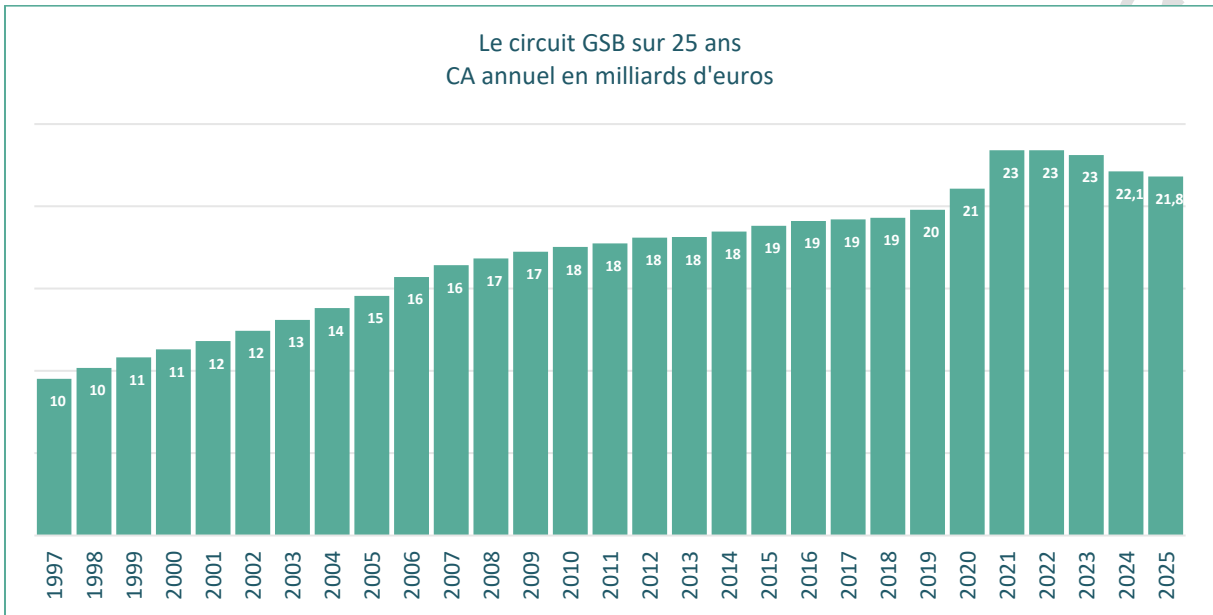
Synthèse

Le marché perd 1,4% en 2025

En 2025, le chiffre d'affaires des GSB recule (-1,4%) pour la 3^{ème} année consécutive (-1,4% en 2023, - 4,3% en 2024).

La taille de marché (sur un périmètre défini section C) s'élève à 21 823 365 000 € TTC, soit un peu moins de 22 milliards d'euros.

Le marché reste supérieur à son niveau de 2019 (20 milliards d'euros).



A. Méthodologie et définitions

1 Périmètre produits et nomenclature

La présente étude porte sur le marché français du Bricolage.

Le marché du Bricolage est basé sur la nomenclature FMB/Inoha, composée de 12 rayons :

1. Outillage
2. Quincaillerie
3. Plomberie-salle de bains-cuisine
4. Chauffage
5. Electricité
6. Bois et menuiserie
7. Bâtiment
8. Peinture-droguerie-colles
9. Revêtements
10. Décoration
11. Jardin
12. Autres

La nomenclature détaillée, qui comprend 276 sous-familles, est présentée rayon par rayon dans la section H.

Remarque : la sous-famille Photovoltaïque a été ajoutée à la nomenclature (rayon Electricité).

2 Définitions

GSB

GSB est l'acronyme de Grande Surface de Bricolage.

On retient dans ce circuit les magasins distribuant des produits de Bricolage majoritairement à l'attention de la clientèle des particuliers, d'une surface minimale de 300 m².

On distingue parfois les Grandes Surfaces de Bricolage (GSB) et les Moyennes Surfaces de Bricolage (MSB).

3 Recueil et traitement des données

Les données de la présente étude sont issues :

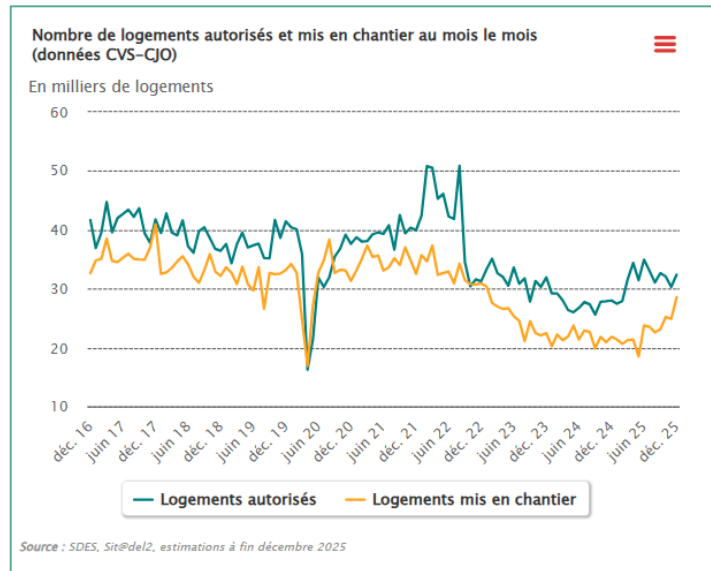
- Pour les GSB : de déclarations directes des enseignes (CA, surfaces, points de vente)

B. Déterminants du marché

1 Environnement immobilier

Neuf : rebond des mises en chantier (+15% vs 2024)

- Sur toute l'année 2025, 379 222 logements ont été autorisés à la construction, soit 15 % de plus que sur l'année 2024, mais 8,8 % de moins que la moyenne des cinq années précédentes.
- Mises en chantier : sur l'année 2025, 274 611 logements ont été mis en chantier, soit 5% de plus qu'en 2024. Ce niveau reste cependant faible : il est inférieur de 21% à la moyenne des cinq années précédentes.

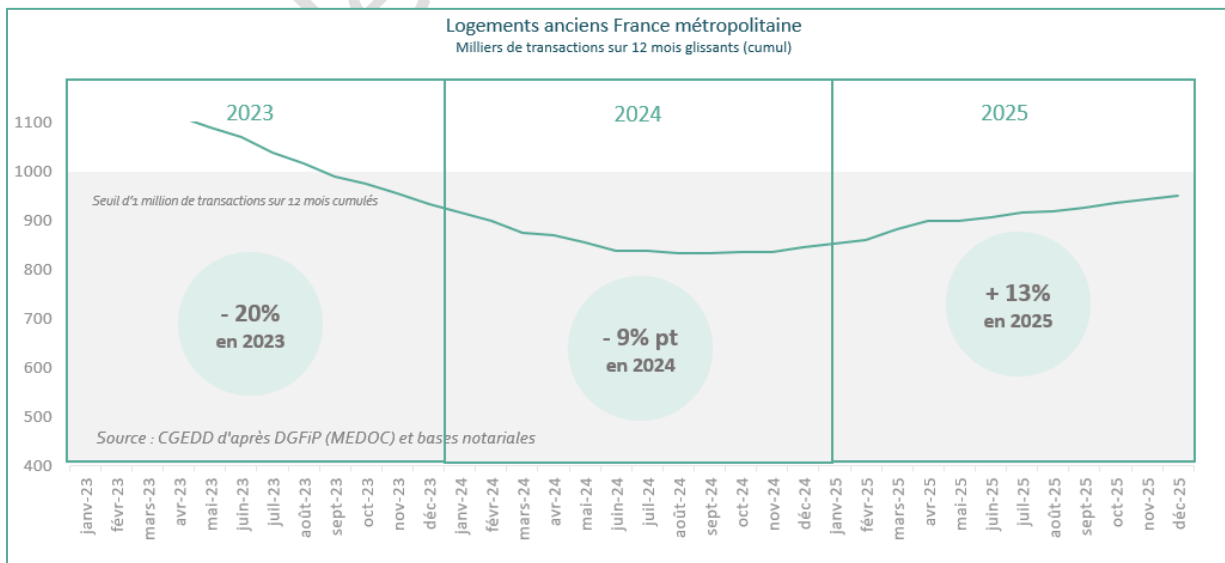


5

Ancien : le marché repart à la hausse

Après la baisse spectaculaire des ventes dans l'ancien en 2023 (-20%), qui s'est poursuivie en 2024 (-9%), le marché de l'immobilier ancien rebondit en 2025 en enregistrant 951 000 transactions, soit 13% de plus qu'en 2024.

Le niveau reste cependant inférieur au seuil symbolique du million de transactions annuelles.



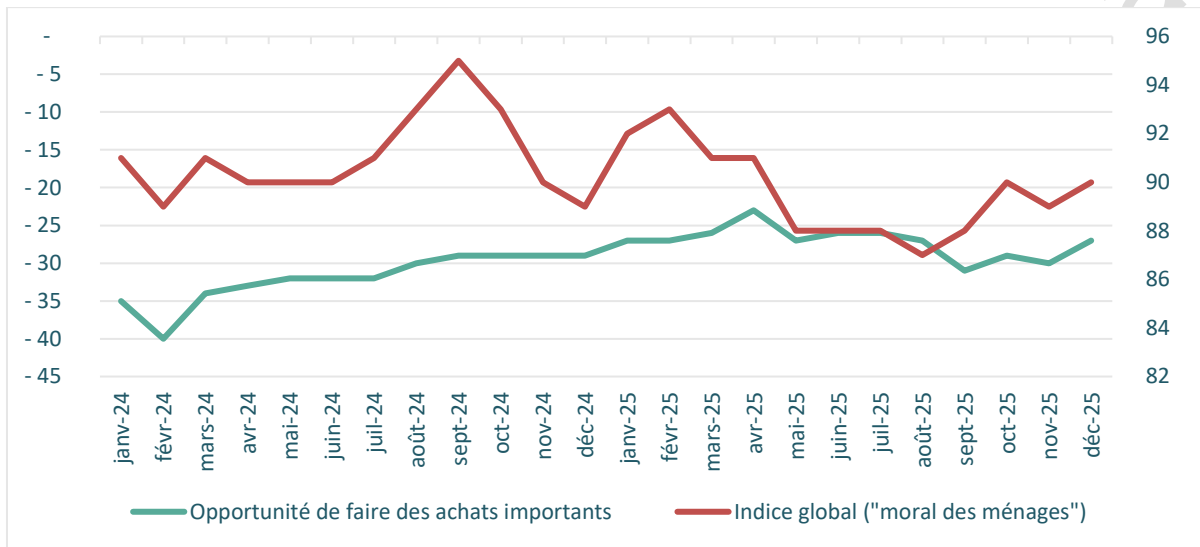
2 Environnement économique

Dégradation de la confiance des ménages

L'indice de confiance des ménages établi par l'INSEE s'est dégradé courant 2025. Il termine l'année sur un niveau de 90, soit 10 points en-dessous de sa moyenne de long terme.

L'indicateur sous-jacent « Opportunité de faire des achats importants » reste également très dégradé, à -27 pts en décembre 2025. Cet indicateur est intéressant à suivre dans l'analyse du marché du Bricolage, car il mesure le degré d'engagement des ménages face à des dépenses importantes pour le foyer, dont les projets de rénovation font partie.

6



Source : INSEE

Confidentiel

C. Evolution du circuit GSB

1 Le circuit GSB dans son ensemble

- Le parc reste sur une dynamique de développement, avec des surfaces qui augmentent de 1,0%. La tendance est cependant inférieure à celle de 2023 et 2024 (+1,5% dans les deux cas).
- Le nombre de points de vente augmente de manière similaire (+1,0%). On dénombre 24 magasins de plus qu'en 2024. Certaines enseignes ont cessé d'exister (Tridôme) alors que d'autres sont apparues (Mr Bricolage Relais).
- Au total, le parc s'établit à fin décembre 2025 à 2 400 points de vente qui totalisent plus de 8 millions de m², soit un peu plus de 800 hectares.
- La baisse du chiffre d'affaires dans un contexte d'extension du parc détermine inévitablement une baisse de la rentabilité : le CA au m² diminue de 2,4% et s'établit en moyenne à 2 714€.

Circuit GSB	2025
CA	21,823 Md €
Evolution	-1,4%
Surfaces totales circuit GSB (m ²)	8 039 612
Evolution	1,0%
CA/m ²	2 714 €
Evolution	-2,4%
Nombre de points de vente	2 400
Evolution	1,0%
Surface moyenne (m ²)	3 350
Evolution	0,0%

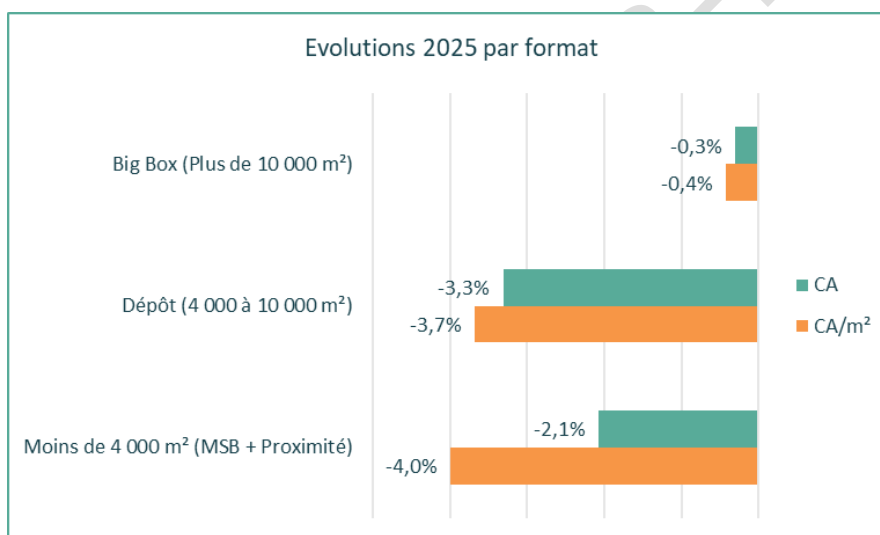
2 Analyse par format de magasin

Principaux constats :

- Les magasins de format « Big Box » (plus de 10 000 m²) sont proches de l'équilibre (-0,3%), et par conséquent voient leur part de marché augmenter. En 2025, ils représentent 54% du CA du circuit. C'est un rattrapage par rapport à 2024 (-5,4%).
- A l'inverse, les magasins au format « Dépôt » (4 000 à 10 000 m²) sont ceux qui reculent le plus en 2025 (-3,3%). C'est également un rattrapage par rapport à une année 2024 qui leur était plus favorable.
- Les magasins de format « Proximité » (moins de 4 000 m²) se situent dans l'intermédiaire (-2,1%).
- Sans la dynamique des « Big Box », le réseau GSB (dans cette hypothèse limité aux magasins de moins de 10 000 m²) aurait reculé de 2,6% en 2025 (vs -1,4%).

- L'évolution de la rentabilité au m² est cohérente avec les évolutions du chiffre d'affaires : les « Big Box » sont quasiment stables (-0,4%) alors que les autres formats voient leur rentabilité se dégrader (« Dépôt » -3,7% et « Proximité » -4,0%).
- A noter, c'est dans la catégorie « Proximité » que se concentre la création de surface commerciale en 2025 ; la dégradation de la rentabilité est en partie causée par ce phénomène.

Format de GSB	Chiffre d'affaires			Surfaces			Rentabilité	
	CA 2025	Part %	Ev. 25	Milliers de m ²	Part %	Ev. 25	CA/m ²	Ev. 25
Big Box (Plus de 10 000 m ²)	11 764 Md €	54%	-0,3%	2 931	36%	0,1%	4 014 €	-0,4%
Dépôt (4 000 à 10 000 m ²)	3 888 Md €	18%	-3,3%	1 345	17%	0,4%	2 891 €	-3,7%
Proximité (moins de 4 000 m ²)	6 171 Md €	28%	-2,1%	3 764	47%	2,0%	1 640 €	-4,0%
Total circuit GSB	21 823 Md €	100%	-1,4%	8 040	100%	1,0%	2 714 €	-2,4%



3 Ventes en ligne

Pour rappel, les ventes en ligne se décomposent en 2 modes d'achat :

- **Click and collect / Drive** : l'achat et le paiement s'effectuent en ligne sur le site de l'enseigne, le retrait se fait sur le point de vente
- **Livraison Directe Domicile (LDD)** : l'achat et le paiement s'effectuent en ligne sur le site de l'enseigne, la livraison s'effectue directement chez le client, soit via l'enseigne, soit directement par le fournisseur.
- **Nota bene** : les ventes des places de marché (**Marketplaces**) sont exclues du total.

En 2025, les ventes en ligne restent un relais de croissance pour les GSB. Leur progression s'établit à +7,7% par rapport à 2024, alors que les ventes en magasin reculent de 1,9%.

C'est une reprise de dynamique pour les sites marchands des GSB, car en 2024 la croissance avait marqué le pas (+0,5%).

La part des achats effectués en ligne dans le secteur du Bricolage (6,2% du CA 2025) reste cependant très faible, voire marginale, en comparaison avec d'autres secteurs. Ainsi, pour les Biens Techniques et Durables (T&D = Petit électroménager + Gros électroménager + Informatique-bureautique + Télécoms + Électronique grand public et photo), la part des ventes en ligne hors marketplaces en 2025 atteint 35% !¹

Plusieurs facteurs (qui peuvent se combiner) expliquent cette moindre présence des ventes en ligne :

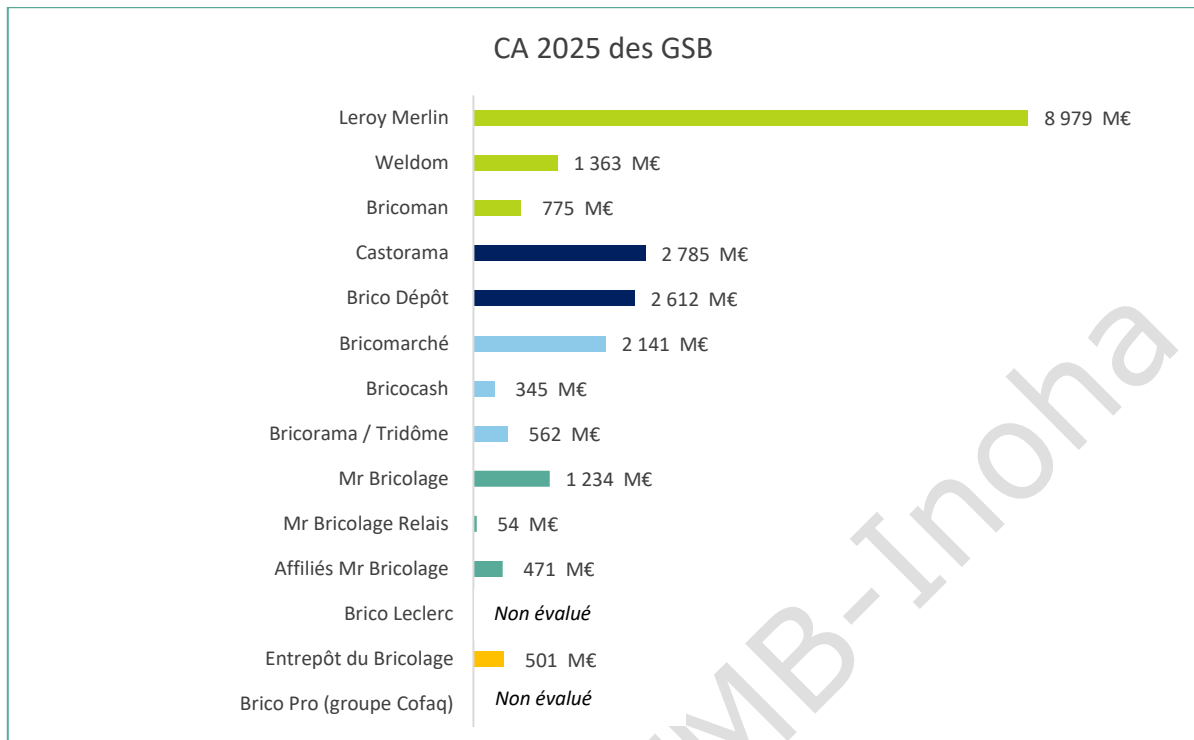
- De nombreux produits sont pondéreux, volumineux, fragiles ou difficiles à expédier (évier, blocs bétons, plaques de plâtre...). Dans de nombreuses situations, le passage dans un parc matériaux s'avère plus facile et/ou économique pour le consommateur.
- Certains produits gagnent à être choisis in situ pour juger de leur couleur, texture... plus facilement qu'en ligne (tissus, revêtements de sols, peintures...)
- La spécificité de l'achat Bricolage est qu'il s'inscrit la plupart du temps dans un projet englobant plusieurs produits, sur une durée qui peut s'étendre à plusieurs semaines ou mois. Il est très fréquent qu'en cours de réalisation, les consommateurs doivent se rendre à nouveau en point de vente pour ajuster leur projet par l'achat de produits complémentaires et dans ce cas, les délais (même courts) de la vente en ligne sont un frein.

En Mios €	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Ev. 2025
GSB magasins	19 096	19 453	19 757	19 859	19 946	20 006	20 807	22 971	23 024	21 877	20 870	20 475	-1,9%
GSB en ligne	-	-	-	-	-	444	969	1 228	1 165	1 246	1 252	1 349	7,7%
Total	19 096	19 453	19 757	19 859	19 946	20 451	21 776	24 200	24 189	23 122	22 122	21 823	-1,4%

En %	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
GSB magasins	100%	100%	100%	100%	100%	98%	96%	95%	95%	95%	94%	94%
GSB en ligne						2,2%	4,5%	5,1%	4,8%	5,4%	5,7%	6,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

¹ Source : NielsenIQ 10 février 2026

4 Chiffre d'affaires 2025 des enseignes



10

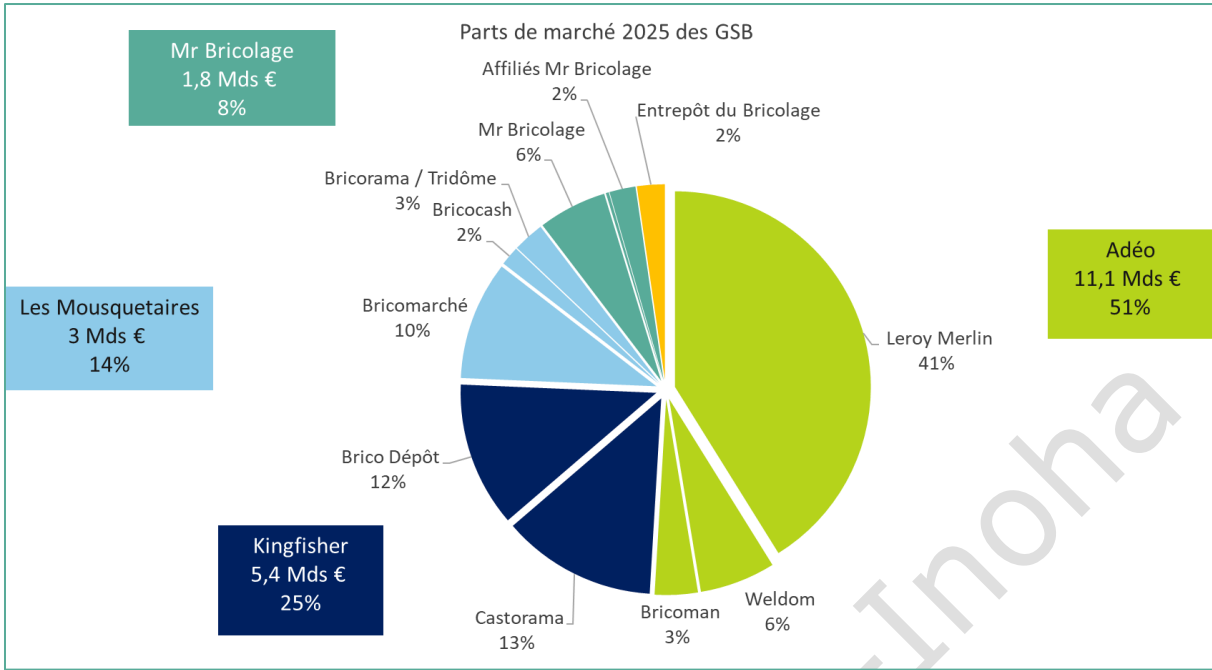
76% du CA GSB détenus par 2 groupes

Le circuit GSB est marqué par une grande concentration : 4 groupes détiennent 98% du chiffre d'affaires.

Il s'agit d'Adéo (Bricoman, Leroy Merlin, Weldom), Kingfisher (Brico Dépôt, Castorama), les Mousquetaires (Bricomarché, Bricocash, Bricorama, Batkor, Tridôme) et le groupe Mr Bricolage (Mr Bricolage, Mr Bricolage Relais, Le Club Les Briconautes).

Les deux premiers groupes (Adéo et Kingfisher) concentrent 76% du total.

Rappel : dans la présente édition, deux réseaux sont exclus : Brico Leclerc et les enseignes du groupe Cofaq (Brico Pro et enseignes diverses). En 2023, ces deux enseignes représentaient 3,04% du marché. En conséquence, les parts de marché sont calculées sur une base restreinte par rapport à la base de 2023.



Confidentiel FMB-Inoha

5 Tableau récapitulatif des enseignes GSB

Note : les données ne sont pas disponibles pour Brico Leclerc et Brico Pro.

Les chiffres mentionnés ci-dessous représentent les ventes totales au consommateur, magasins franchisés inclus.

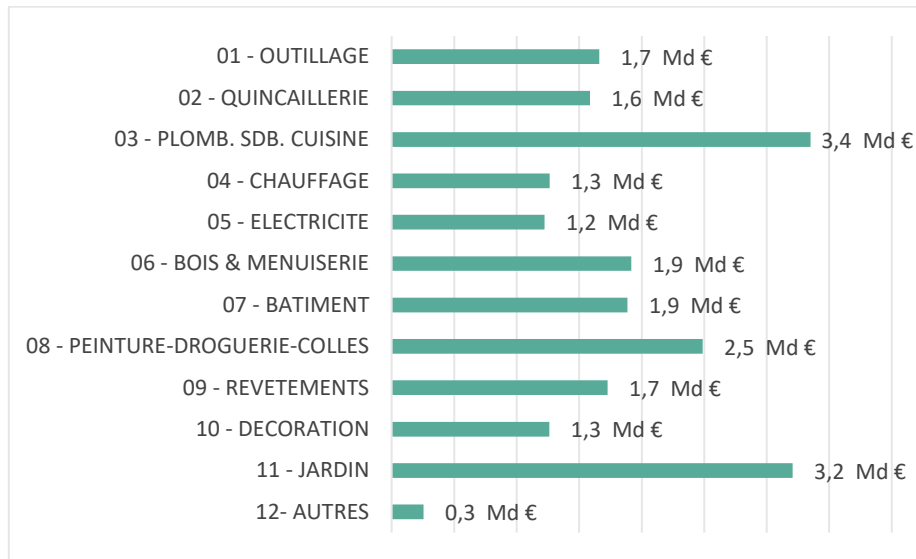
Le nombre de points de vente est indiqué au 31 décembre de l'année concernée. Il peut ainsi être mentionné pour une année un chiffre d'affaires sans nombre de magasins correspondant, si les magasins concernés ont changé d'enseigne avant la fin de l'année.

12

	CA (toutes surfaces)		Evol.	PDM	Points de vente		Evol.	Surface (x1 000m ²)		Evol.	Surface moyenne (x1000 m ²)
	2024	2025			2025	2025		2024	2025		
Groupe Adeo	11 009 M€	11 117 M€	1,0%	50,9%	476	512	7,6%	2 818	2 915	3,4%	5 694
Leroy Merlin	8 924 M€	8 979 M€	0,6%	41,1%	144	145	0,7%	1 785	1 794	0,5%	12 373
Weldom	1 262 M€	1 363 M€	8,0%	6,2%	295	330	11,9%	741	829	11,9%	2 512
Bricoman	823 M€	775 M€	-5,9%	3,5%	37	37	0,0%	292	292	0,0%	7 898
Groupe Kingfisher	5 544 M€	5 397 M€	-2,7%	24,7%	220	221	0,5%	2 023	2 024	0,1%	9 160
Castorama	2 876 M€	2 785 M€	-3,2%	12,8%	94	94	0,0%	1 143	1 137	-0,5%	12 096
Brico Dépôt	2 668 M€	2 612 M€	-2,1%	12,0%	126	127	0,8%	880	887	0,8%	6 986
Groupement les Mousquetaires	3 202 M€	3 048 M€	-4,8%	14,0%	649	648	-0,2%	1 494	1 502	0,5%	2 318
Bricomarché	2 185 M€	2 141 M€	-2,1%	9,8%	472	492	4,2%	1 024	1 096	7,0%	2 227
Bricocash	375 M€	345 M€	-8,0%	1,6%	48	47	-2,1%	122	123	1,1%	2 625
Bricorama	520 M€	479 M€	-7,9%	2,2%	116	109	-6,0%	295	283	-4,1%	2 594
Tridôme	122 M€	83 M€	-32%	0,4%	13	-	-	53	-	-	-
Groupe Mr Bricolage	1 837 M€	1 759 M€	-4,2%	8,1%	994	981	-1,3%	1 455	1 433	-1,5%	1 461
Mr Bricolage	1 294 M€	1 234 M€	-4,6%	5,7%	338	331	-2,1%	919	903	-1,8%	2 727
Mr Bricolage Relais		54 M€	-	0,2%		40		-	52		1 307
Réseau affiliés	543 M€	471 M€	-13,3%	2,2%	656	610	-7,0%	536	478	-10,8%	784
Brico Leclerc											
Entrepôt du Bricolage	530 M€	501 M€	-5,4%	2,3%	37	38	2,7%	167	165	-1,3%	4 346
Brico Pro (groupe Cofaq)											
Total circuit GSB	22 122 M€	21 822 M€	-1,4%	100%	2 376	2 400	1,0%	7 957	8 040	1,0%	3 350

D. Le marché par rayons

1 Structure du marché GSB en 2025

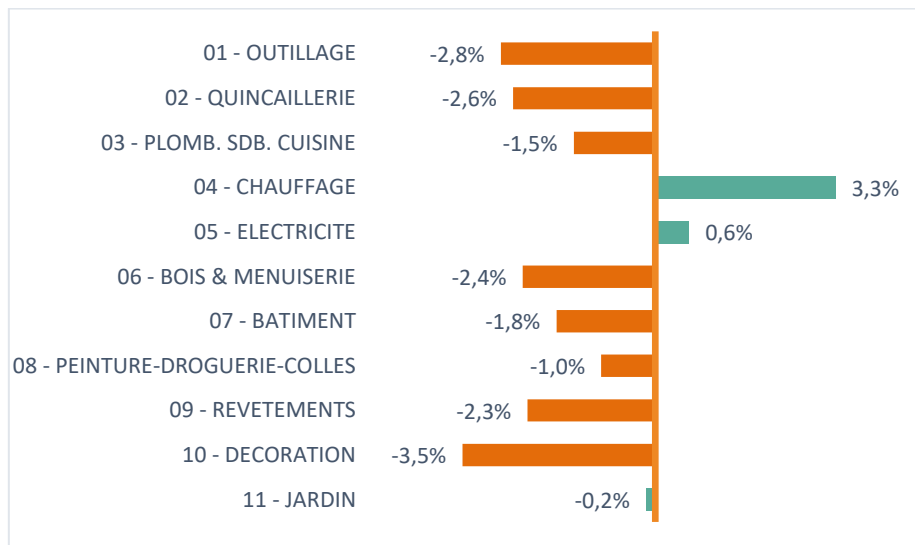


2 Evolutions 2025 par rayon, circuit GSB

Notes :

- Il s'agit ici des évolutions des rayons pour le circuit GSB seul.
- Il s'agit des évolutions du CA total (ventes en ligne incluses, marketplaces exclues).

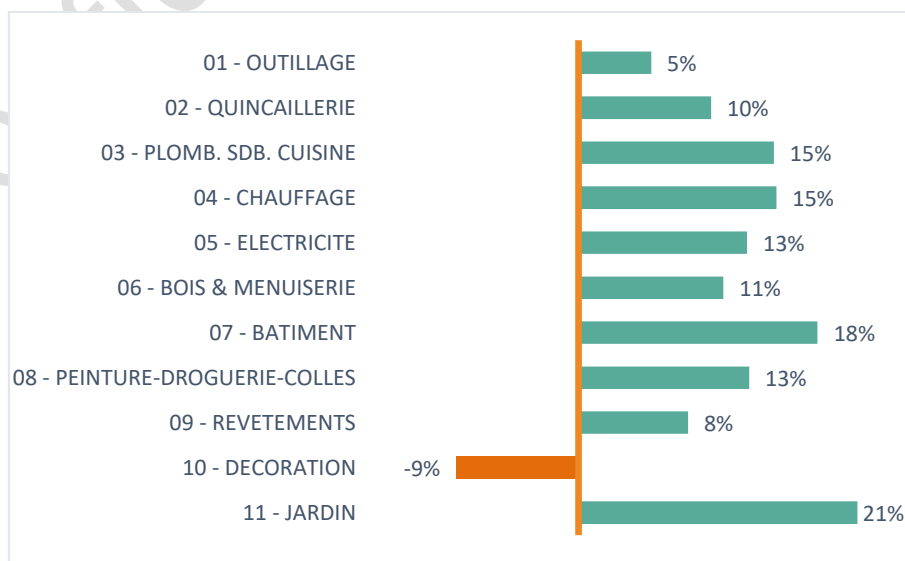
Seuls deux rayons progressent en 2025 : Chauffage (+3,3%) et Electricité (+0,6%).



14

3 Tendances de moyen terme : comparatif 2025 VS 2019

Sur le moyen terme, c'est-à-dire en se comparant au marché de référence 2019 d'avant Covid, seul le rayon **Décoration** est en recul (-9%).



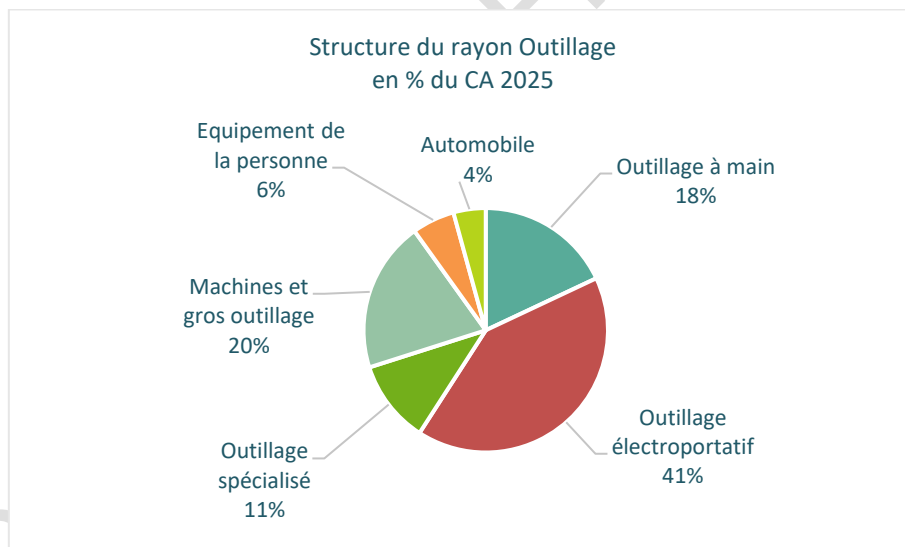
E. Analyse par rayon / circuit GSB

Rayon Outillage : -2,8%

Clefs d'analyse du rayon :

Contrairement à la majorité des produits vendus en GSB qui se comportent comme des consommables (les matériaux étant utilisés sur un chantier et devant être rachetés pour le chantier suivant), les outils répondent à une logique de **parc**. Le consommateur s'équipe pour bricoler, mais une fois en possession d'un équipement adapté à ses besoins, les achats se raréfient. Ils répondent aux situations suivantes :

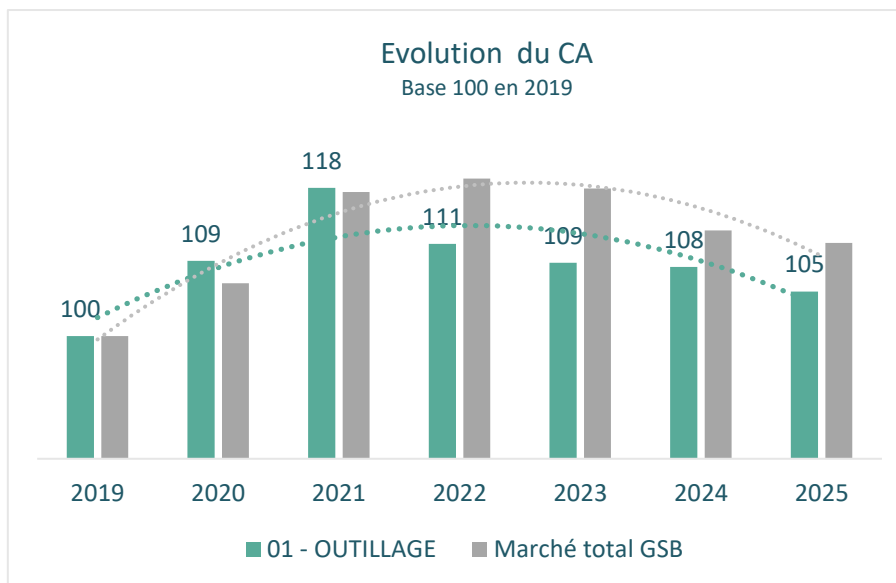
- Renouvellement d'un outil défectueux ;
- Renouvellement d'un outil existant et fonctionnel par un outil plus performant (exemple : remplacement d'une perceuse filaire par une perceuse sans fil) ;
- Achat d'un outil qui ne fait pas encore partie de l'équipement (ce qui correspond souvent à une montée en compétence du consommateur) ;
- Achat d'un accessoire ou consommable (mèches, disques...) : ces achats sont à considérer comme des consommables et ne répondent pas à une logique de parc. Ils sont davantage corrélés à la fréquence des travaux.



Evolution du rayon depuis 2019 :

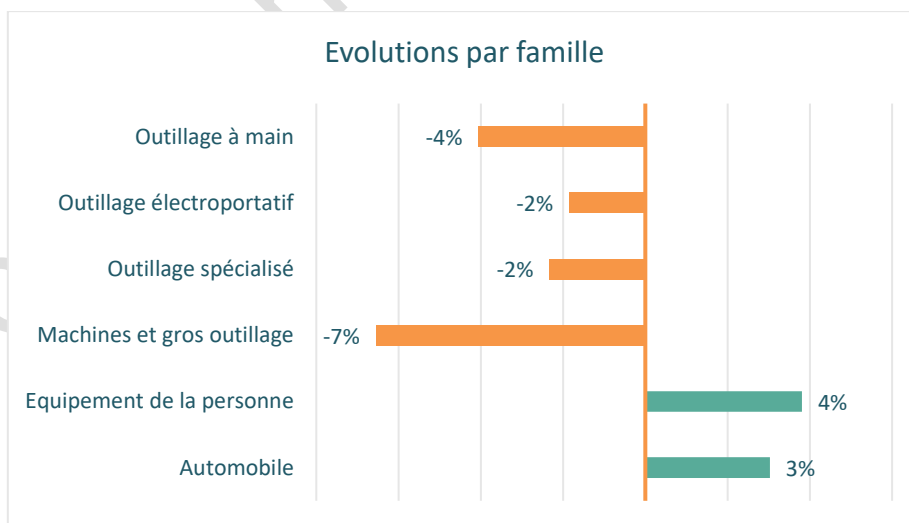
De manière générale, le rayon Outillage évolue en-dessous de la tendance générale depuis 2022. Par rapport à 2019, la taille de marché n'a augmenté que de 5%.

Le rayon a connu un pic de ventes important en 2021, qui correspond à l'entrée dans l'activité de nouveaux bricoleurs, ayant besoin de s'équiper. Les ventes diminuent ensuite jusqu'en 2025 : on a bien un effet de parc (le matériel acheté n'ayant pas encore besoin d'être renouvelé, les ventes sont faibles).



Evolutions par famille en 2025 :

- La famille **Outillage électroportatif**, qui représente 41% du CA du rayon, continue à reculer (-2% après -6% en 2024).
- Les familles **Outils à main** et **Outillage spécialisé** sont également en baisse (-4% et -2%), de même que la famille **Machines et gros outillage** (-7%)
- Le rayon est soutenu par la hausse de la famille **Equipement de la personne** (+4%) et **Automobile** (+3%).
- Si l'on restreint le périmètre du rayon aux 4 premières familles qui sont le cœur de rayon, la baisse est de -3,4%.



Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Outillage à main	286 M€	294 M€	338 M€	324 M€	325 M€	312 M€	299 M€	18%	5%	-4,1%
Outillage électroportatif	704 M€	795 M€	843 M€	775 M€	761 M€	696 M€	683 M€	41%	-3%	-1,9%
Outillage spécialisé	180 M€	190 M€	205 M€	192 M€	190 M€	187 M€	182 M€	11%	1%	-2,3%
Machines et gros outillage	273 M€	301 M€	327 M€	315 M€	294 M€	355 M€	332 M€	20%	22%	-6,6%
Equipement de la personne	86 M€	93 M€	94 M€	94 M€	90 M€	90 M€	94 M€	6%	9%	3,8%
Automobile	46 M€	47 M€	53 M€	55 M€	57 M€	69 M€	71 M€	4%	54%	3,0%
Total	1 575 M€	1 720 M€	1 861 M€	1 753 M€	1 719 M€	1 709 M€	1 661 M€	100%	5%	-2,8%

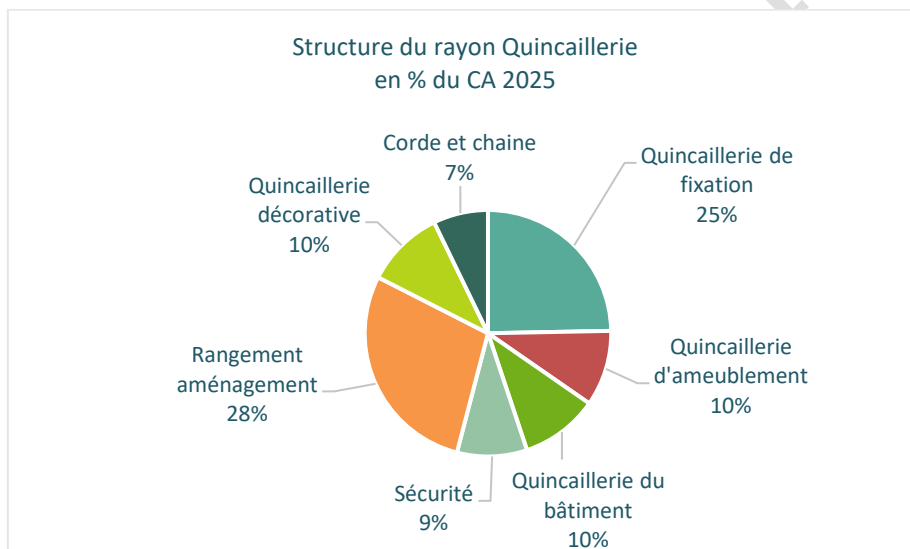
Confidentiel FMB-Inoha

Rayon Quincaillerie : -2,6%

Clefs d'analyse du rayon :

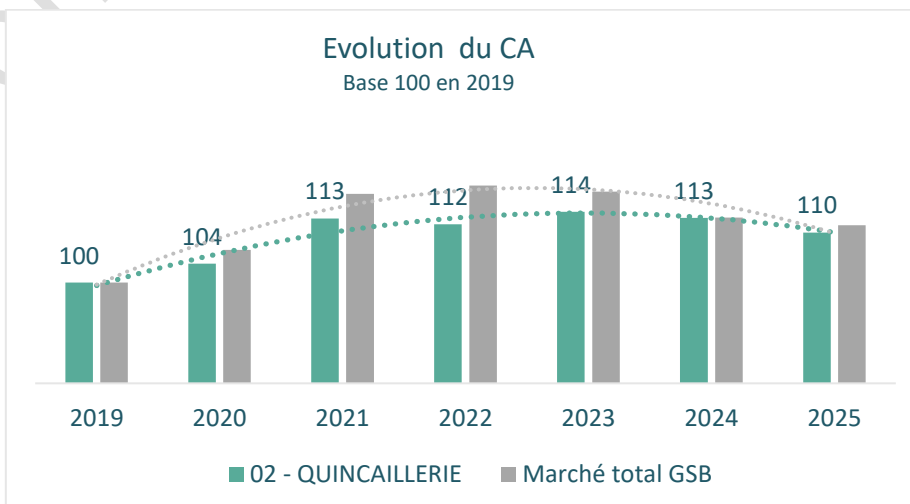
Le rayon Quincaillerie est constitué de 3 types de produit :

- Des petits consommables qui peuvent être utilisés dans une multitude de projets (exemples : vis, corde). Cela correspond aux familles **Quincaillerie de fixation**, **Quincaillerie d'ameublement**, **Quincaillerie du bâtiment**, **Quincaillerie décorative** et **Corde et chaîne**, soit au total 62% du CA du rayon. Ces produits se caractérisent par un prix unitaire faible, et ont tendance à évoluer parallèlement au marché global GSB.
- De l'équipement de l'atelier ou du garage (exemples : étagères, escabeaux). Il s'agit de la famille **Rangement aménagement**. Pour ces produits, on est davantage sur une logique d'aménagement ou de parc (une fois l'escabeau acheté, il reste généralement de nombreuses années sans être racheté).
- La famille **Sécurité**, qui comprend principalement des serrures. Ces achats sont souvent liés à un aménagement.



Evolution du rayon depuis 2019 :

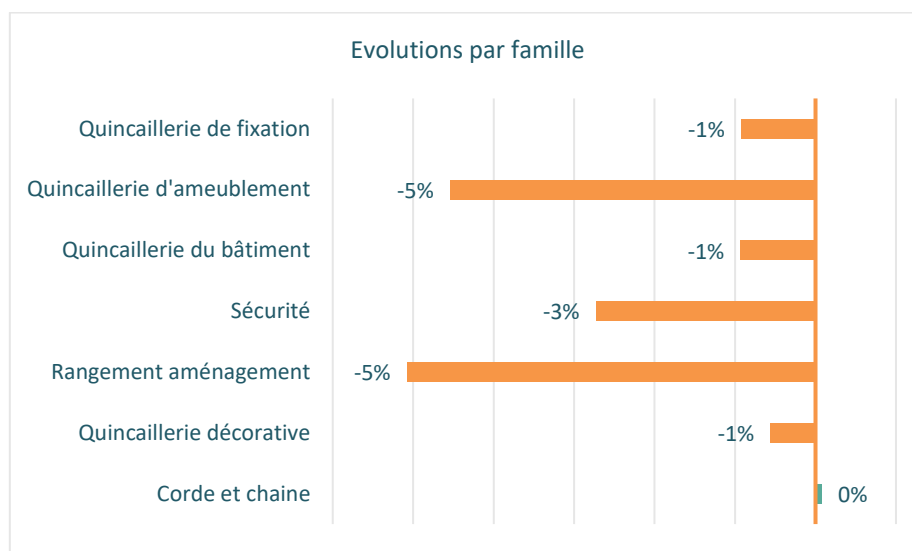
Depuis 2019, ce rayon évolue en-dessous de la tendance générale du marché.



Evolutions par famille en 2025 :

On constate un découplage entre :

- Les familles qui se comportent comme des consommables de chantier, plutôt stables (**Quincaillerie de fixation** -1%, **Quincaillerie du bâtiment** -1%, **Corde et Chaîne** 0,1%).
- Les familles qui reculent davantage comme **Rangement aménagement** (- 5%) et **Sécurité** (- 3%, même si certaines sous-familles comme les **Serrures multipoints** continuent à progresser (+4%)).



19

Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Quincaillerie de fixation	356 M€	381 M€	416 M€	406 M€	399 M€	395 M€	392 M€	25%	10%	-0,9%
Quincaillerie d'ameublement	146 M€	157 M€	165 M€	157 M€	172 M€	165 M€	158 M€	10%	8%	-4,5%
Quincaillerie du bâtiment	170 M€	171 M€	185 M€	178 M€	159 M€	164 M€	162 M€	10%	-4%	-0,9%
Sécurité	131 M€	127 M€	138 M€	147 M€	152 M€	150 M€	146 M€	9%	12%	-2,7%
Rangement aménagement	391 M€	417 M€	457 M€	453 M€	488 M€	475 M€	451 M€	28%	15%	-5,1%
Quincaillerie décorative	148 M€	148 M€	157 M€	156 M€	156 M€	164 M€	164 M€	10%	10%	-0,6%
Corde et chaîne	100 M€	96 M€	110 M€	113 M€	120 M€	114 M€	114 M€	7%	14%	0,1%
Total	1 443 M€	1 497 M€	1 626 M€	1 610 M€	1 647 M€	1 628 M€	1 586 M€	100%	10%	-2,6%

Rayon Plomberie-Salle de bains-Cuisine : -1,5%

Clefs d'analyse du rayon :

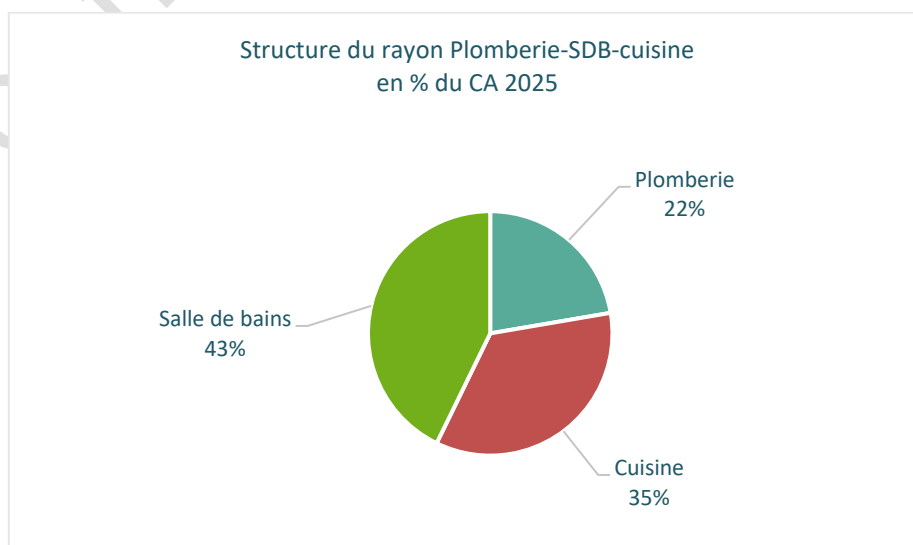
Concentrant 15% du CA des GSB, le rayon Plomberie-Salle de bains-Cuisine est central pour les GSB.

Pour ce rayon, on peut distinguer 2 types d'achats :

- Les achats ponctuels de nécessité, hors projet (exemple : réparation d'une fuite, changement d'un robinet défectueux ou d'une cartouche d'adoucisseur d'eau). Ces achats sont peu arbitrables et de ce fait, le chiffre d'affaires concerné a tendance à être stable. Beaucoup de produits se situent dans la famille **Plomberie**, et les valeurs sont de l'ordre de la dizaine ou centaine d'euros.
- Les achats liés à un projet global de réfection de **Salle de bains** ou de **Cuisine**. Dans ce cas, il faut raisonner dans le cadre du projet global, qui englobe de nombreux produits, parfois vendus dans d'autres rayons. Il peut s'agir de produits techniques (exemple : mitigeur), d'aménagements (exemple : cabine de douche), de matériaux (exemple : plaques de plâtre hydrofuges), de revêtements (exemple : faïence murale), ainsi que d'achats annexes (outillage, quincaillerie). Le budget global de ce type de projet se monte à plusieurs milliers d'euros en moyenne. Ces projets sont donc davantage :
 - o Liés à la tendance des transactions dans l'ancien : une réfection de salle de bains ou de cuisine intervient souvent dans les mois ou années qui suivent l'achat d'un bien ;
 - o Liés à la capacité des ménages à mobiliser une épargne dans le projet ;
 - o Soumis à un arbitrage important, étant en concurrence avec d'autres projets de rénovation ou d'autres projets de vie (voyages...)

La présence du rayon varie fortement selon les formats de magasin :

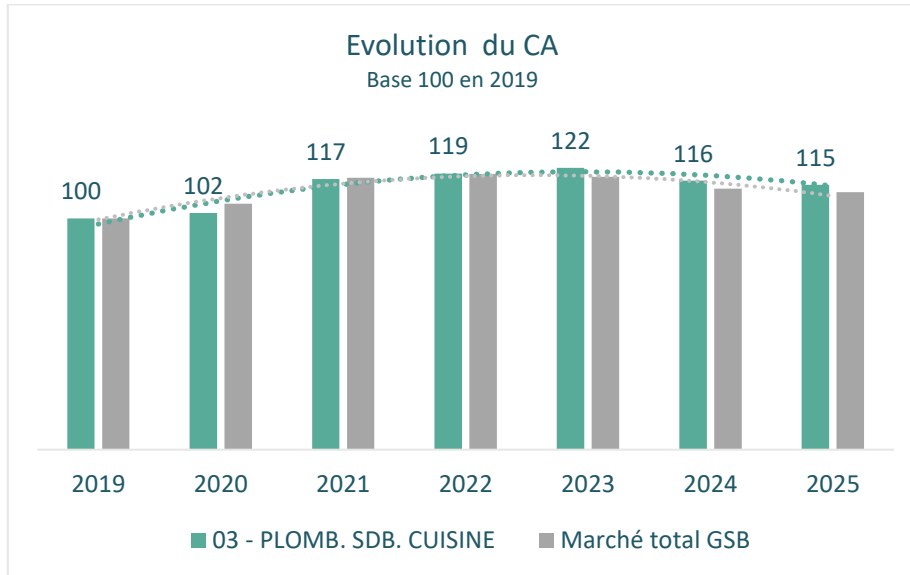
- Dans les magasins de format « Big Box », on a une présentation extensive du rayon en mode « showroom » afin que le consommateur puisse se projeter au maximum dans son projet ; précisons que l'exposition de mobilier de cuisine, de baignoires... mobilise une surface au sol importante. Dans ces magasins la part des familles **Cuisine** et **Salle de bains** est importante.
- A l'inverse, plus les formats de magasins sont petits, plus le rayon se restreint aux produits de la famille **Plomberie**, correspondant aux achats de nécessité (réparations).



Evolution du rayon depuis 2019 :

C'est le 3^{ème} rayon en termes de croissance depuis 2019 avec une progression de 15%.

Par rapport à 2024, le rayon évolue quasiment comme l'ensemble du marché GSB (-1,5% vs -1,4%).

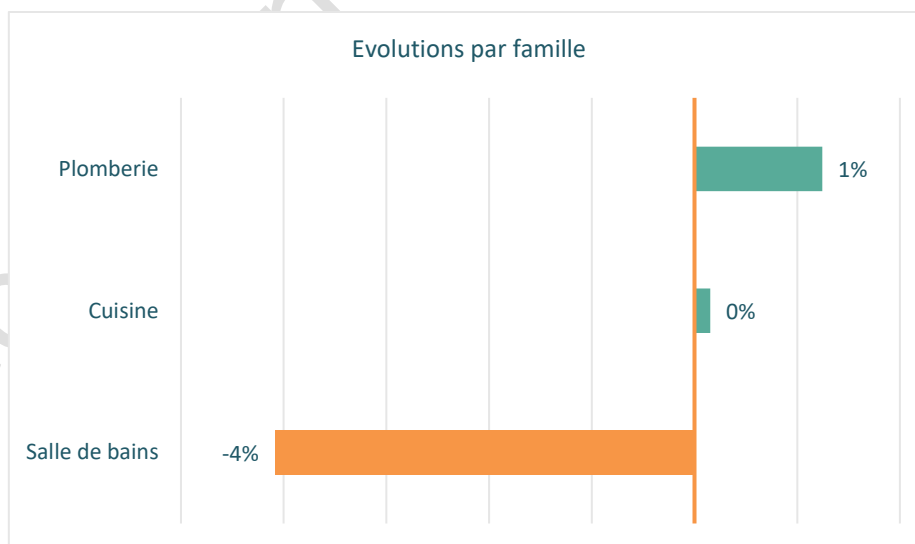


21

Evolutions par famille en 2025 :

Comme en 2024, on constate un découplage entre les produits à dominante technique de la famille **Plomberie**, qui progressent de 1%, et l'univers **Salle de bains** qui recule de 4%.

La famille **Cuisine** est à l'équilibre.



Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Evol. vs 2019	Evol. vs 2024
Plomberie	572 M€	573 M€	645 M€	683 M€	728 M€	738 M€	748 M€	22%	31%	1,2%
Cuisine	997 M€	1 030 M€	1 222 M€	1 249 M€	1 243 M€	1 168 M€	1 170 M€	35%	17%	0,2%
Salle de bains	1 355 M€	1 390 M€	1 555 M€	1 561 M€	1 594 M€	1 494 M€	1 433 M€	43%	6%	-4,1%
Total	2 923 M€	2 992 M€	3 422 M€	3 493 M€	3 565 M€	3 401 M€	3 351 M€	100%	15%	-1,5%

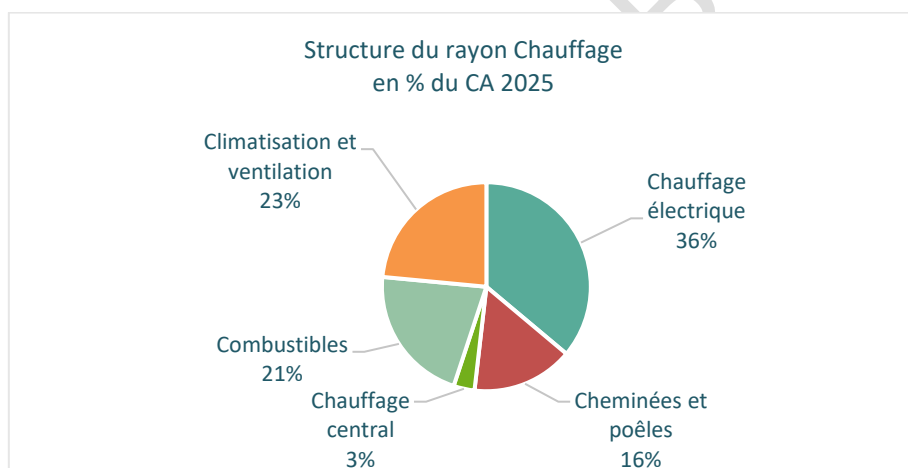
Confidentiel FMB-Inoha

Rayon Chauffage : +3,3%

Clefs d'analyse du rayon :

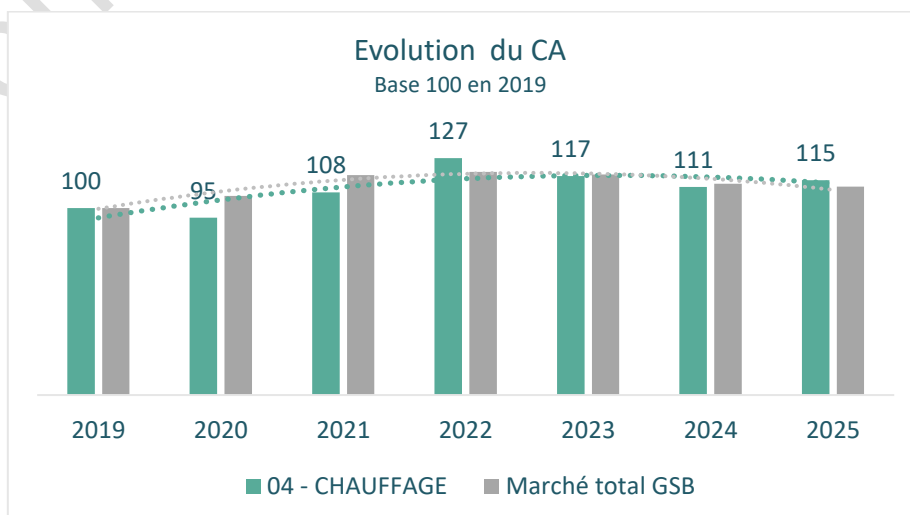
Le rayon Chauffage (qui comprend également les appareils destinés à rafraîchir et à ce titre pourrait être nommé « génie thermique ») est influencé par 3 principaux déterminants :

- Les aléas climatiques : en cas de forte chaleur, les ventes de climatiseurs et ventilateurs s'envolent, et en cas de coup de froid les radiateurs d'appoint se vendent facilement.
- Les fluctuations des prix de l'énergie (électricité, gaz, fioul domestique, granulés de bois...) qui orientent vers tel ou tel type de chauffage. Elles influencent aussi directement la famille **Combustibles** (21% du rayon).
- Les politiques publiques en matière d'énergie domestique, qu'elles soient incitatives (exemple : *Ma Prime Rénov*) en subventionnant des travaux d'amélioration de la performance énergétiques, ou punitives (exemple : interdiction à la location des logement énergivores). Les liens de cause à effet sont complexes, en raison de la variabilité des dispositifs réglementaires, et du nombre de parties prenantes (exemple : la nécessité de faire réaliser ses travaux par un artisan labellisé RGE, qui diminue le rayon d'action des GSB, s'adressant en priorité aux particuliers).



Evolution du rayon depuis 2019 :

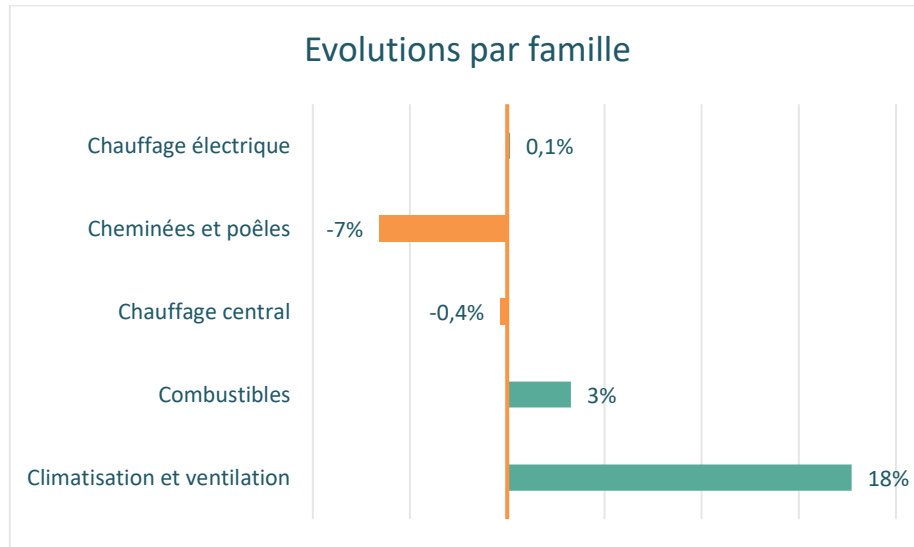
Le rayon Chauffage représente la 2^{ème} plus forte progression depuis 2019 (+15%)



Evolutions par famille en 2025 :

- La famille **Climatisation et ventilation**, qui gagne 18%, est la principale contributrice à la croissance du rayon (83% des contributions positives). Elle a bénéficié d'un été particulièrement chaud, avec un épisode caniculaire précoce (juin 2025) ayant déterminé des ventes record d'appareils de ventilation et climatisation. Notons que hors **Climatisation et ventilation**, le rayon est en recul (-0,5%).
- Les **Combustibles** progressent (-3%), alors que les **Cheminées et Poêles** poursuivent leur décroissance (-7%). Cette famille a perdu 22% de sa valeur depuis 2022, année la plus faste pour elle.
- **Chauffage électrique** et **Chauffage central** sont stables.

24



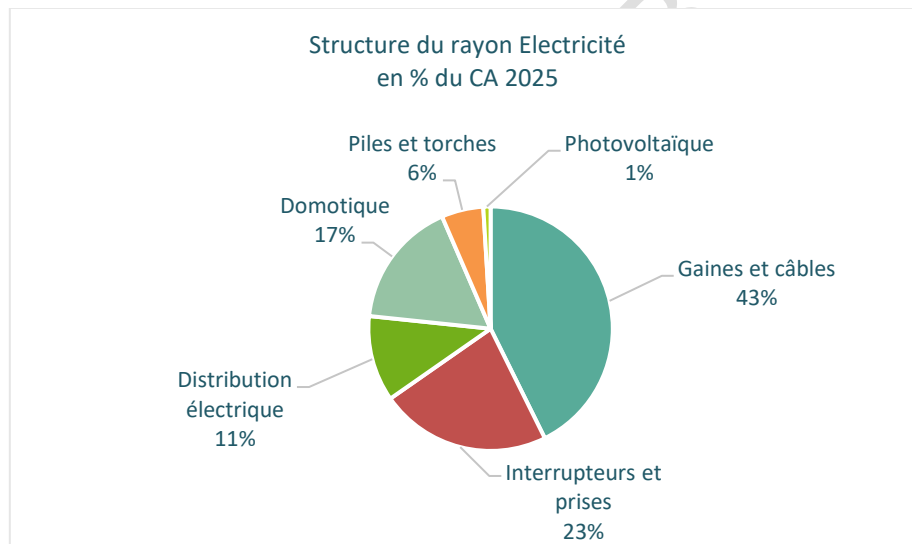
Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Chauffage électrique	420 M€	413 M€	501 M€	531 M€	479 M€	455 M€	456 M€	36%	9%	0,1%
Cheminées et poêles	187 M€	172 M€	204 M€	254 M€	221 M€	213 M€	199 M€	16%	6%	-6,6%
Chauffage central	58 M€	53 M€	64 M€	69 M€	56 M€	41 M€	41 M€	3%	-30%	-0,4%
Combustibles	191 M€	172 M€	225 M€	294 M€	296 M€	262 M€	271 M€	21%	41%	3,3%
Climatisation et ventilation	243 M€	233 M€	198 M€	244 M€	241 M€	252 M€	297 M€	23%	22%	17,7%
Total	1 100 M€	1 044 M€	1 193 M€	1 393 M€	1 293 M€	1 223 M€	1 263 M€	100%	15%	3,3%

Rayon Electricité : +0,6%

Clefs d'analyse du rayon :

- Pour la quasi-totalité du rayon (hormis la famille **Piles et torches**), il s'agit de produits à mise en œuvre relativement complexe, comprenant une dimension de sécurité importante, et qui requièrent un strict respect des normes en vigueur. Pour cette raison, le rayon Electricité a longtemps été marginal en GSB, les particuliers se montrant dans l'ensemble assez réticents à opérer dans ce domaine. Pourtant à partir des années 2020, on remarque que de plus en plus de particuliers se lancent dans des travaux de rénovation ou remise aux normes électriques, s'appuyant souvent sur des ressources documentaires en ligne (tutos, guides, normes...)
- La famille **Piles et Torches** contient des produits de consommation courante et des consommables. Ces achats sont très peu impliquants. De plus, ces produits sont également vendus dans des circuits à forte fréquentation, comme les GSA et les magasin low-cost.
- La famille **Photovoltaïque** est apparue récemment dans un contexte d'augmentation des prix de l'énergie et de recherche d'autonomie. Même si sa taille reste limitée (1% du CA du rayon), cette famille a été un levier de croissance pour les GSB (en particulier les « Big Box ») au cours des dernières années.

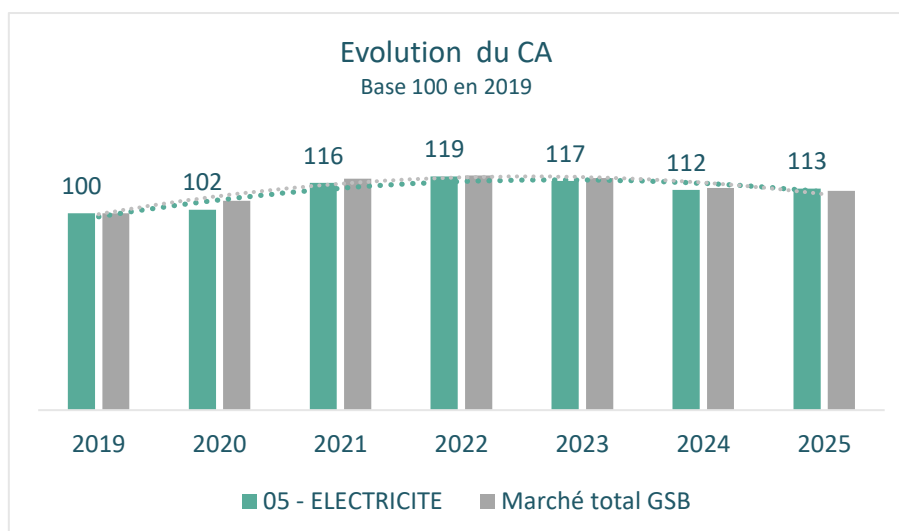


Evolution du rayon depuis 2019 :

Le rayon Electricité a évolué en dessous de la tendance générale du marché jusqu'en 2024, mais on observe un rattrapage en 2025 avec une progression de 0,6%. Depuis 2019, ce rayon a progressé de 13%, soit 2 points de plus que le marché global.

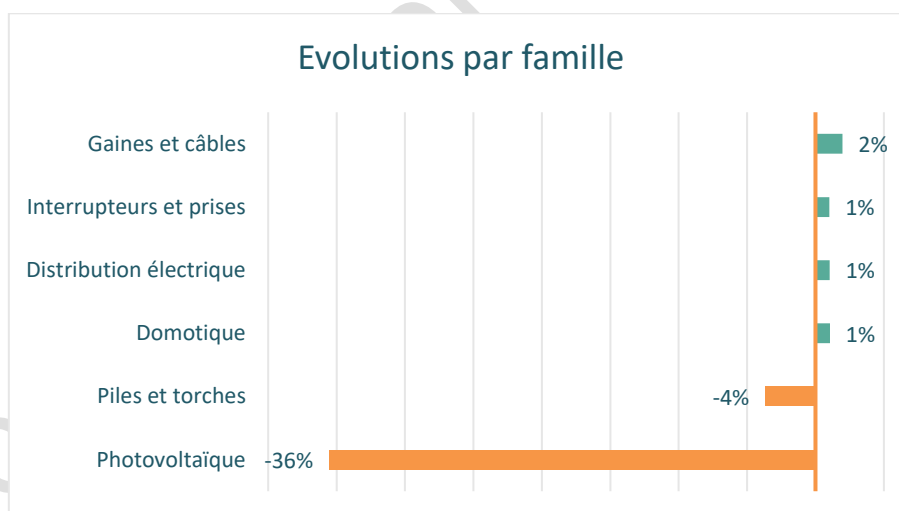
On peut expliquer ce rattrapage par une moindre appréhension des particuliers dans ce domaine très technique, par rapport aux autres types de travaux qui étaient entrepris par les particuliers bien avant (peinture, isolation...).

Enfin, le CA réalisé par la famille **Photovoltaïque** peut être considéré comme du pur CA additionnel, car ces produits n'étaient pas présents en GSB avant 2020.



Evolutions par famille en 2025 :

- La famille **Photovoltaïque** n'est plus dans une dynamique de conquête. Passée de 2 M€ à 18M€ en 2 ans (entre 2022 et 2024), elle recule de 36% en 2025 et revient à son niveau de 2023, soit 12 M€.
- Les **Piles et Torches** sont en recul (-4%) ; peut-être faut-il y voir un phénomène d'évasion vers d'autres circuits de distribution, tels les GSA ou les magasins low-cost.
- Les autres familles sont en légère progression.



Récapitulatif

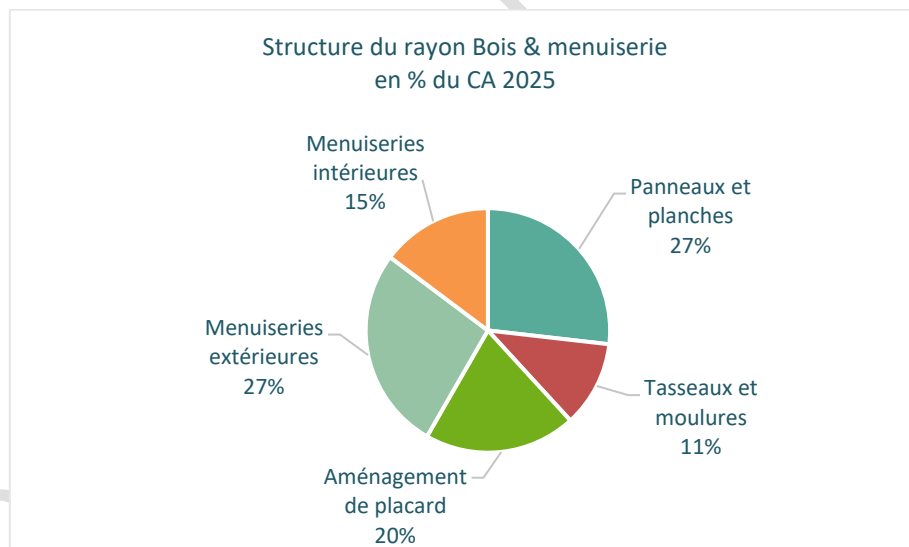
CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Gaines et câbles	412 M€	425 M€	520 M€	558 M€	539 M€	512 M€	522 M€	43%	27%	2,0%
Interrupteurs et prises	256 M€	265 M€	286 M€	284 M€	282 M€	274 M€	277 M€	23%	8%	1,0%
Distribution électrique	129 M€	132 M€	151 M€	157 M€	147 M€	137 M€	139 M€	11%	8%	1,0%
Domotique	219 M€	214 M€	225 M€	216 M€	212 M€	204 M€	206 M€	17%	-6%	1,1%
Piles et torches	69 M€	71 M€	71 M€	72 M€	72 M€	70 M€	68 M€	6%	-2%	-3,7%
Photovoltaïque	1 M€	0 M€	0 M€	2 M€	12 M€	18 M€	12 M€	1%	1647%	-36%
Total	1 086 M€	1 107 M€	1 255 M€	1 290 M€	1 265 M€	1 215 M€	1 223 M€	100%	13%	0,6%

Rayon Bois & Menuiserie : -2,4%

Clefs d'analyse du rayon :

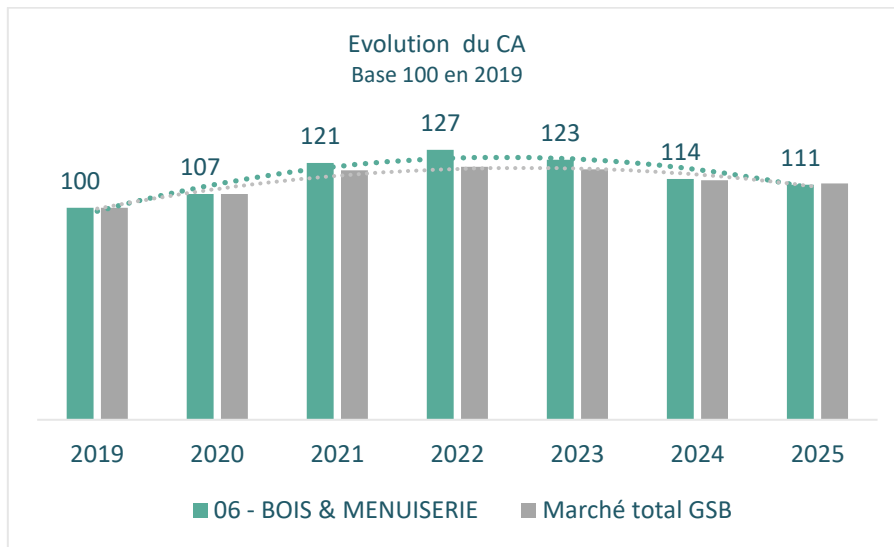
Ce rayon comprend deux types de produits :

- Des matériaux issus du bois ou assimilés, à usiner (planches, tasseaux...) : il s'agit des familles **Panneaux et planches** et **Tasseaux et moulures**. Ces produits sont utilisés dans divers projets de rénovation ou aménagement intérieur, et les prix unitaires sont de l'ordre de l'euro ou de la dizaine d'euros. Pour être mis en œuvre ils nécessitent un minimum d'outillage à main ou électroportatif.
- Des produits finis prêts à poser (placards, huisseries, escaliers) destinés à l'aménagement intérieur ou extérieur. Il s'agit des familles **Aménagement de placard**, **Menuiseries extérieures** et **Menuiseries intérieures**. Les achats réalisés dans ces trois familles mobilisent des budgets de plusieurs centaines ou milliers d'euros. Ce sont des achats réfléchis, et qui interviennent le plus souvent dans le cadre d'une rénovation de logement, suite à un achat dans l'ancien (exemple : remplacement de fenêtres simple vitrage, création d'un placard...). Par ailleurs, la mise en œuvre de ces produits est assez complexe (notamment le changement d'huisseries).
- La famille **Menuiseries extérieures** est liée à la notion d'efficacité énergétique : en effet, une partie des pertes thermiques d'un logement est due aux huisseries défectueuses. Les ventes de cette famille sont donc impactées (comme la plupart des produits du rayon Chauffage) par le coût de l'énergie et par les incitations gouvernementales (incitations en faveur des travaux améliorant la performance énergétique, interdiction à la location des passoires thermiques).



Evolution du rayon depuis 2019 :

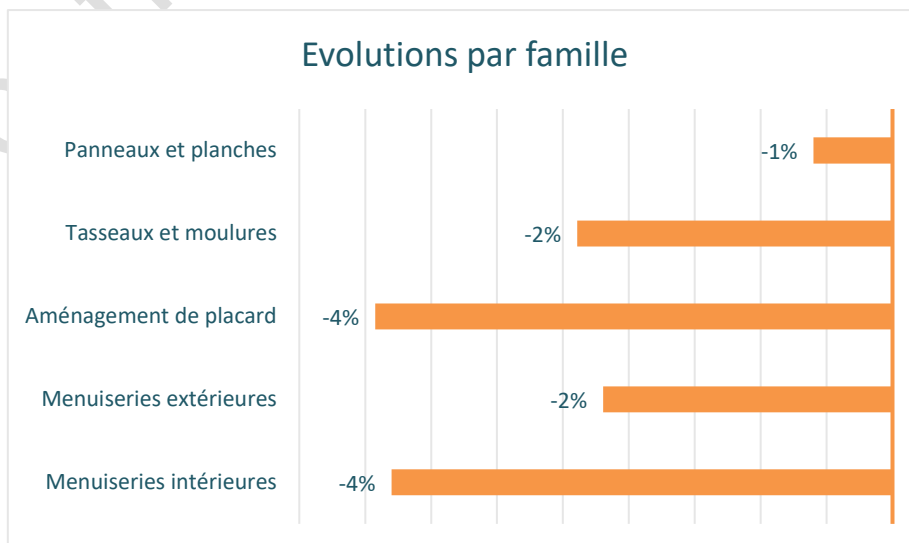
Le rayon Bois et menuiserie a évolué sur une tendance supérieure au marché entre 2021 et 2023, pour refluer légèrement à partir de 2024. Par rapport à 2019, son évolution est identique à celle du marché global (+11%).



28

Evolutions par famille en 2025 :

- Après un recul marqué en 2024 (-11%), la tendance s'améliore quelque peu pour les **Menuiseries intérieures** (-4%) et les **Menuiseries extérieures** (-2%).
- La famille **Aménagement de placard** continue sa décline (-4%). En se référant à 2019, c'est la seule famille qui recule (-5%). C'est globalement la famille dans laquelle les achats sont les plus arbitrables : en effet, le mobilier de rangement (notamment de seconde main) représente une alternative souvent moins coûteuse et plus simple à mettre en œuvre que la fabrication d'un placard.
- Les deux familles de produits à usiner sont proches de l'équilibre : **Panneaux et planches** -1%, **Tasseaux et moulures** -2%. Depuis 2019 ces familles ont évolué fortement à la hausse (respectivement +26% et +37%), notamment via l'augmentation du prix du bois.



Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Panneaux et planches	407 M€	453 M€	534 M€	542 M€	543 M€	517 M€	514 M€	27%	26%	-0,6%
Tasseaux et moulures	159 M€	174 M€	199 M€	217 M€	223 M€	223 M€	218 M€	11%	37%	-2,4%
Aménagement de placard	405 M€	414 M€	472 M€	485 M€	431 M€	401 M€	385 M€	20%	-5%	-3,9%
Menuiseries extérieures	480 M€	497 M€	536 M€	597 M€	592 M€	528 M€	516 M€	27%	7%	-2,2%
Menuiseries intérieures	277 M€	304 M€	352 M€	358 M€	330 M€	294 M€	283 M€	15%	2%	-3,8%
Total	1 728 M€	1 841 M€	2 093 M€	2 199 M€	2 118 M€	1 963 M€	1 916 M€	100%	11%	-2,4%

Confidentiel FMB-Inoha

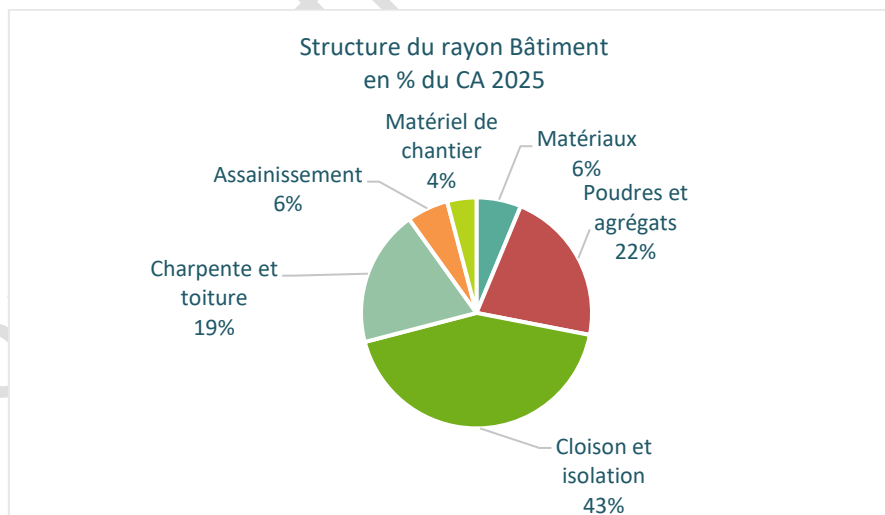
Rayon Bâtiment : -1,8%

Clefs d'analyse du rayon :

Le rayon Bâtiment correspond globalement aux parc matériaux présents dans la plupart des GSB (les petites surfaces urbaines n'en comportant pas). Il s'agit d'une surface non couverte dans laquelle le consommateur entre avec son véhicule pour charger directement la marchandise (pondéreuse/encombrante en général).

Il contient les produits destinés au gros œuvre :

- Les produits destinés directement à la construction : familles **Matériaux, Poudres et agrégats, Charpente et toiture**. Dans le contexte des GSB, ces produits sont plutôt utilisés dans le cadre de petites constructions annexes, de travaux extérieurs ou de réparations sur des bâtiments existants. La construction de bâtiments entiers est quasiment absente dans le champ de la clientèle des particuliers.
- La famille **Assainissement**, davantage liée à la construction neuve.
- Les produits liés aux chantiers d'isolation (principalement isolation des combles) : c'est la famille **Cloison et isolation**. Cette famille est directement concernée par la notion de performance énergétique, car la plus grande partie des pertes thermiques d'un logement se fait via les combles non isolés. Par ailleurs, l'isolation des combles permet également de dégager de la surface habitable. Rien d'étonnant donc à ce que ces travaux soient couramment entrepris par les particuliers, d'autant qu'ils sont plutôt accessibles techniquement, et dépourvus de risques majeurs (à la différence des travaux d'électricité par exemple).
- La famille **Matériel de chantier** comprend l'outillage destiné aux travaux de gros œuvre, généralement vendu en parc matériaux (exemple : bétonnière). Contrairement à tous les autres produits du rayon qui sont consommés dans les projets, l'achat des produits de cette famille correspond à une logique de parc, à l'instar des produits du rayon Outillage.



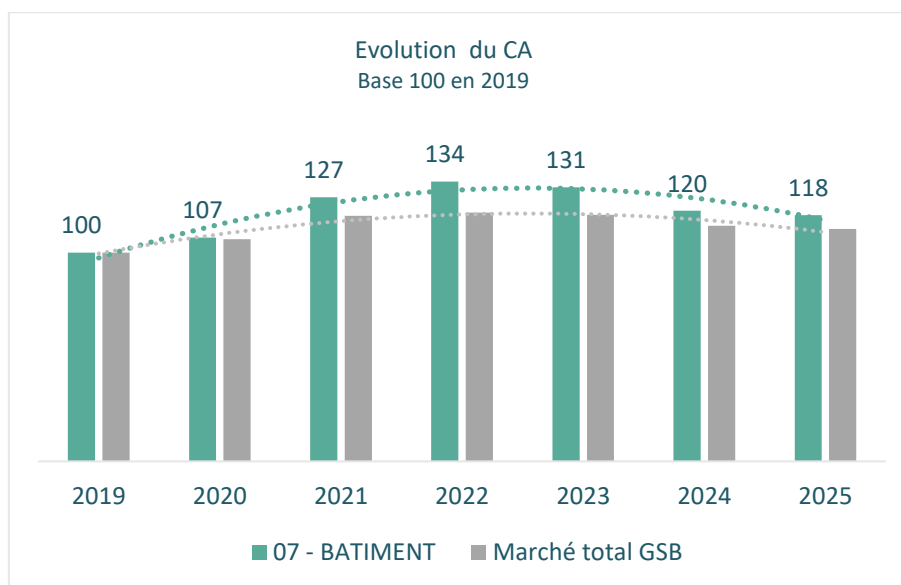
Evolution du rayon depuis 2019 :

Le rayon Bâtiment est le champion de la croissance du secteur GSB, progressant de 18% par rapport à son niveau de 2019. Sa croissance a cependant été concentrée sur les années 2020 à 2022, et elle ralentit depuis 2024.

Cette croissance est liée à 3 phénomènes :

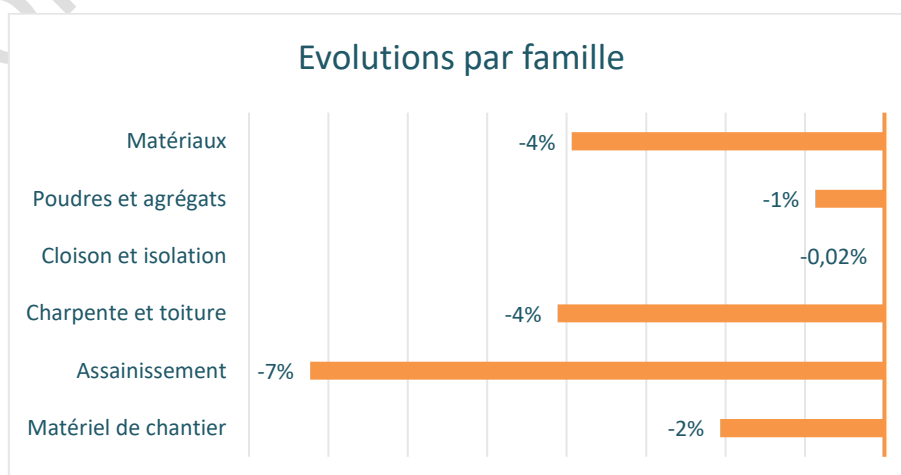
- La montée en compétences des bricoleurs qui entreprennent dorénavant des travaux jusque-là réservés aux pros (maçonnerie, isolation...)
- Le potentiel de travaux généré par les nombreuses transactions dans l'ancien en 2020-2021
- L'achat en GSB de certains professionnels du bâtiment (TPE, auto-entrepreneurs)

La baisse de valeur observée depuis 2024 est une conséquence de la diminution de ce même réservoir de projets.



Evolutions par famille en 2025 :

- La famille **Cloison et isolation** est la seule à l'équilibre. Si on l'exclut de l'analyse, le rayon est en baisse de 3,1%.
- La famille **Assainissement**, très liée à la construction neuve, recule de 7%.
- La famille **Matériel de chantier** recule encore (2%). Depuis son pic de 2020 (nombreux achats d'équipement), elle a perdu 26% de valeur. Soulignons qu'un particulier renouvelle très peu le gros équipement ; de plus, les solutions alternatives comme la location, l'emprunt ou l'achat en seconde main se développent fortement pour ces produits onéreux et d'un usage souvent ponctuel.



Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Matériaux	114 M€	121 M€	146 M€	160 M€	151 M€	123 M€	118 M€	6%	4%	-3,9%
Poudres et agrégats	332 M€	370 M€	409 M€	411 M€	449 M€	415 M€	411 M€	22%	24%	-0,9%
Cloison et isolation	617 M€	619 M€	785 M€	901 M€	894 M€	809 M€	809 M€	43%	31%	0,0%
Charpente et toiture	333 M€	373 M€	435 M€	430 M€	400 M€	377 M€	361 M€	19%	8%	-4,1%
Assainissement	111 M€	128 M€	152 M€	157 M€	127 M€	118 M€	110 M€	6%	-1%	-7,2%
Matériel de chantier	93 M€	105 M€	98 M€	87 M€	81 M€	79 M€	77 M€	4%	-17%	-2,1%
Total	1 600 M€	1 716 M€	2 025 M€	2 146 M€	2 102 M€	1 921 M€	1 886 M€	100%	18%	-1,8%

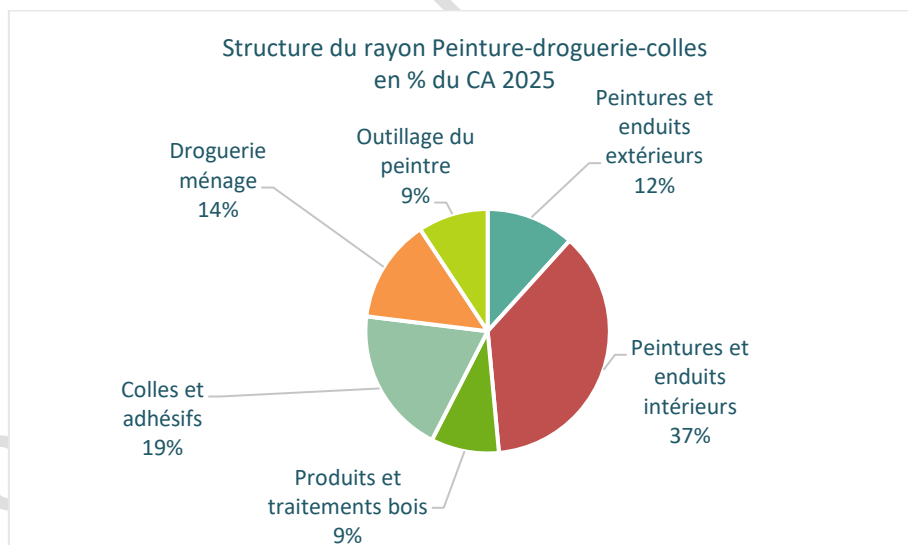
Confidentiel FMB-INOHA

Rayon Peinture-Droguerie-Colles :-1,0%

Clefs d'analyse du rayon :

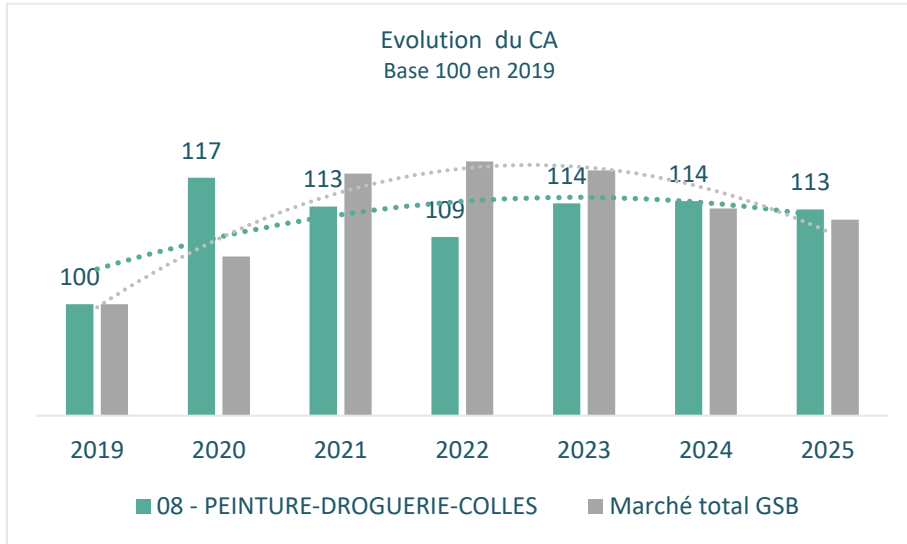
Ce rayon comprend 4 types de produits différents :

- Les produits à appliquer (enduits, peintures, traitements), qui déterminent 58% du chiffre d'affaires ; il s'agit des familles **Peintures et enduits extérieurs**, **Peintures et enduits intérieurs**, **Produits et traitements bois**. La famille **Peintures et enduits intérieurs** est le cœur du rayon (37% du CA). Directement liés aux projets de décoration intérieure, les achats dans cette famille sont souvent impliquants pour le consommateur (choix de la couleur...).
- Les outils nécessaires à l'application desdits produits ; c'est la famille **Outillage du peintre**. Ces produits sont soit soumis à une logique de parc (exemples : perche, camion) soit le plus souvent, considérés par le consommateur comme des consommables et jetés après usage (exemples : manchons, brosses).
- Les **Colles et adhésifs** sont des produits transversaux, utilisés aussi bien dans des projets de décoration intérieure (exemple : colle à papier peint) que pour des usages domestiques (exemples : colle cyanolite pour réparation d'objets, adhésif d'emballage). Ces produits sont largement distribués dans d'autres circuits, notamment les GSA.
- Enfin, la famille **Droguerie** (également très présente en GSA) rassemble tous les produits liés à l'entretien de la maison, qu'il s'agisse d'accessoires (exemple : balais) ou de consommables (exemple : détergents).



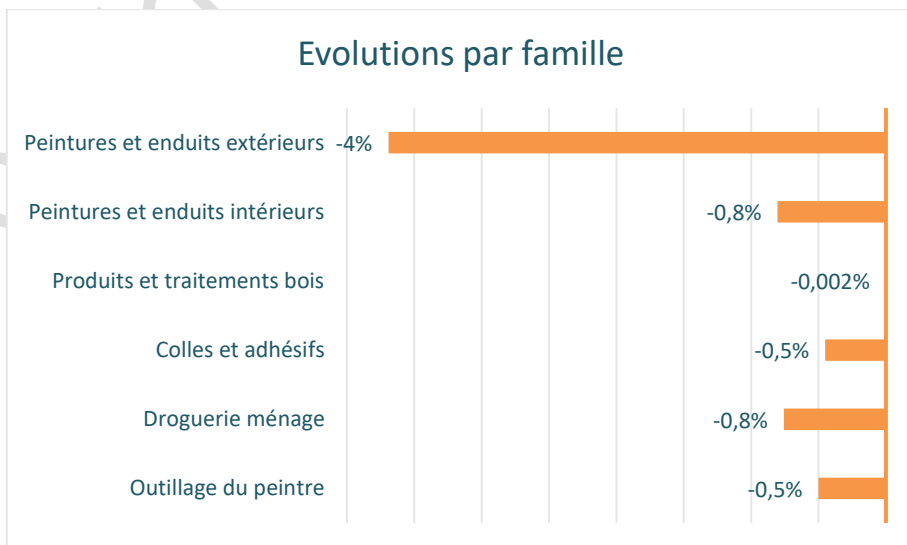
Evolution du rayon depuis 2019 :

Ce rayon a connu un véritable boom pendant la période Covid avec une progression record de 17%, pour décélérer fortement en 2021 et 2022. Il repart à la hausse en 2023, est resté quasiment stable depuis lors. En 2025, il évolue donc légèrement au-dessus de la moyenne du marché. Depuis 2019, il a progressé de 13% soit 2 points de plus que le marché global.



Evolutions par famille en 2025 :

- La famille **Peinture et enduits extérieurs** est la seule à reculer franchement (-4%), mais elle avait progressé de 9% en 2024 et la base de comparaison est donc élevée.
- Les autres familles sont stables.
- Le recul de la famille **Droguerie ménage** (-1%) ne doit pas faire oublier son fort développement par rapport à son niveau de 2019 (+54%).



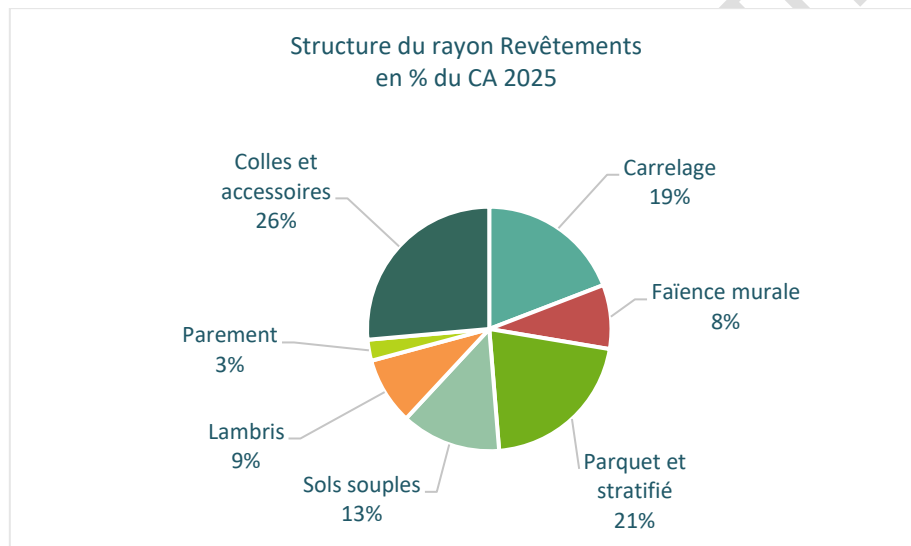
Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Peintures et enduits extérieurs	244 M€	325 M€	291 M€	266 M€	275 M€	302 M€	291 M€	12%	19%	-3,7%
Peintures et enduits intérieurs	935 M€	1 087 M€	1 012 M€	953 M€	957 M€	923 M€	915 M€	37%	-2%	-0,8%
Produits et traitements bois	204 M€	255 M€	244 M€	226 M€	234 M€	224 M€	224 M€	9%	10%	0,0%
Colles et adhésifs	360 M€	383 M€	414 M€	432 M€	487 M€	485 M€	483 M€	19%	34%	-0,5%
Droguerie ménage	221 M€	247 M€	265 M€	277 M€	308 M€	345 M€	342 M€	14%	54%	-0,8%
Outillage du peintre	240 M€	284 M€	269 M€	252 M€	241 M€	232 M€	231 M€	9%	-4%	-0,5%
Total	2 205 M€	2 581 M€	2 496 M€	2 405 M€	2 502 M€	2 512 M€	2 487 M€	100%	13%	-1,0%

Rayon Revêtements : -2,3%

Clefs d'analyse du rayon :

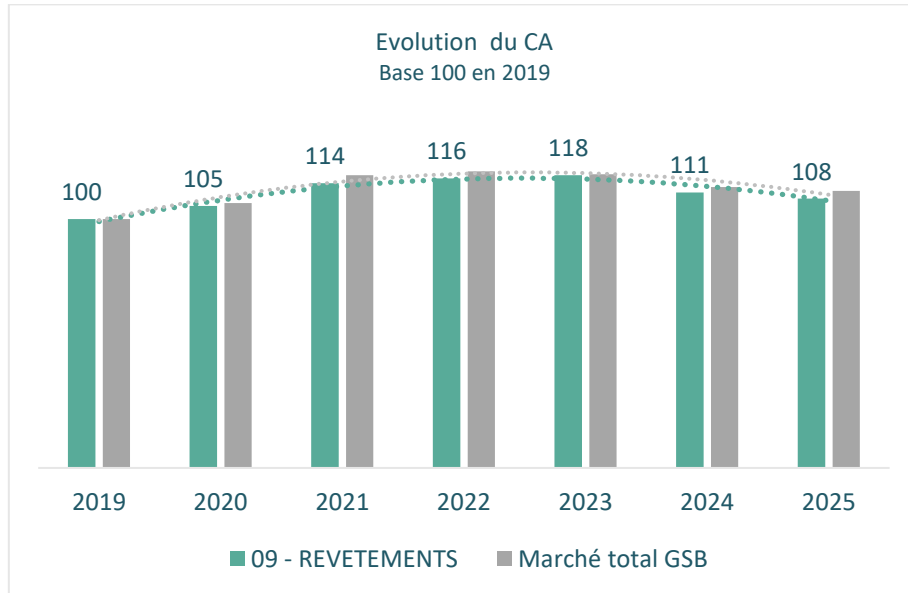
- 3 familles concernent les revêtements de sol, regroupés par matière : minérale (famille **Carrelage**), bois et dérivés (famille **Parquets et stratifiés**), synthétique et textile (famille **Sols souples**). Ces 3 familles concentrent 53% du CA et sont le cœur du rayon. Les achats se font en mode projet, car souvent le changement d'un revêtement de sol est lié à la réfection globale d'une pièce ou à son changement d'usage. A ce titre, les achats de revêtements de sol sont plutôt liés à la tendance des transactions immobilières. Ce sont également des projets assez arbitrables, car le degré de nécessité est moins élevé que pour les projets de rénovation énergétique. En effet, dans l'ensemble, l'objectif de ce type de travaux est davantage esthétique que fonctionnel.
- la famille **Colle et accessoires** dépend directement des choix en matière de revêtements. Ainsi, certains sols comme les stratifiés permettent une mise en œuvre simplifiée, alors que d'autres types de revêtements requièrent une préparation plus importante (râblage) et un collage.



Evolution du rayon depuis 2019 :

Globalement, le rayon Revêtements évolue en-dessous du niveau du marché depuis 2020.

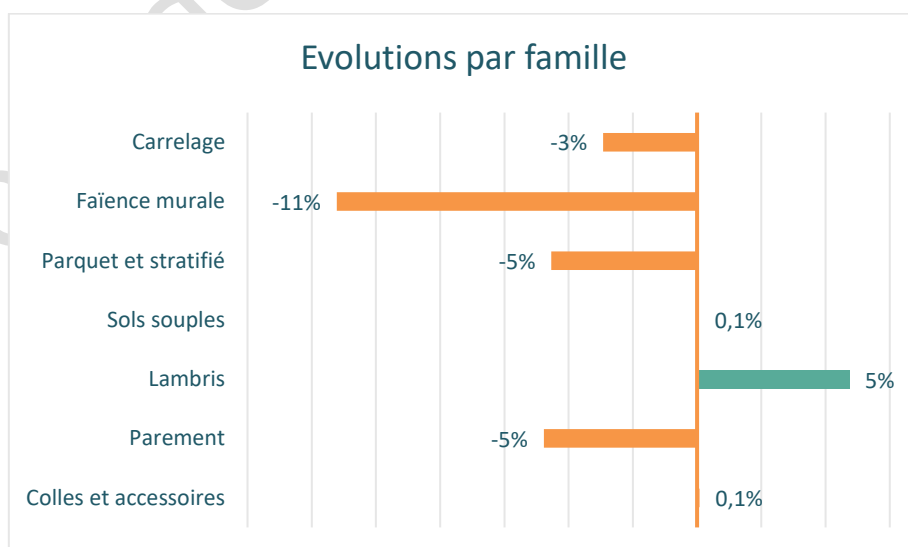
Depuis 2019, sa progression n'est que de 8%, soit bien moins que la progression générale du marché (+11%).



37

Evolutions par famille en 2025 :

- La croissance de la famille **Lambris** (+5%) est déterminée, comme en 2024, par le succès des panneaux muraux de douche en PVC. Ces produits, simples à poser en une seule opération, représentent une alternative séduisante à la **Faïence murale** qui perd d'autant (-11%).
- Parmi les 3 familles de revêtements de sol, ce sont les **Parquets et stratifiés** qui reculent le plus (-5%), Précisons que ce sont les produits les plus onéreux. Les **Carrelages** (-3%) sont quant à eux plus difficiles à poser. Sans surprise les **Sols souples**, à la fois faciles à poser et économiques, sont ceux qui se maintiennent le mieux (0,1%).



Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Carrelage	289 M€	314 M€	340 M€	371 M€	366 M€	341 M€	331 M€	19%	14%	-2,9%
Faïence murale	197 M€	192 M€	195 M€	194 M€	186 M€	165 M€	147 M€	8%	-26%	-11,2%
Parquet et stratifié	357 M€	379 M€	417 M€	434 M€	431 M€	381 M€	364 M€	21%	2%	-4,5%
Sols souples	226 M€	239 M€	258 M€	252 M€	245 M€	228 M€	228 M€	13%	1%	0,1%
Lambris	94 M€	101 M€	109 M€	108 M€	139 M€	147 M€	154 M€	9%	64%	4,7%
Parement	51 M€	57 M€	62 M€	57 M€	53 M€	50 M€	48 M€	3%	-5%	-4,8%
Colles et accessoires	382 M€	397 M€	445 M€	441 M€	456 M€	456 M€	456 M€	26%	19%	0,1%
Total	1 596 M€	1 679 M€	1 825 M€	1 858 M€	1 876 M€	1 767 M€	1 727 M€	100%	8%	-2,3%

Confidentiel FMB-Inoha

Rayon Décoration : -3,5%

Clefs d'analyse du rayon :

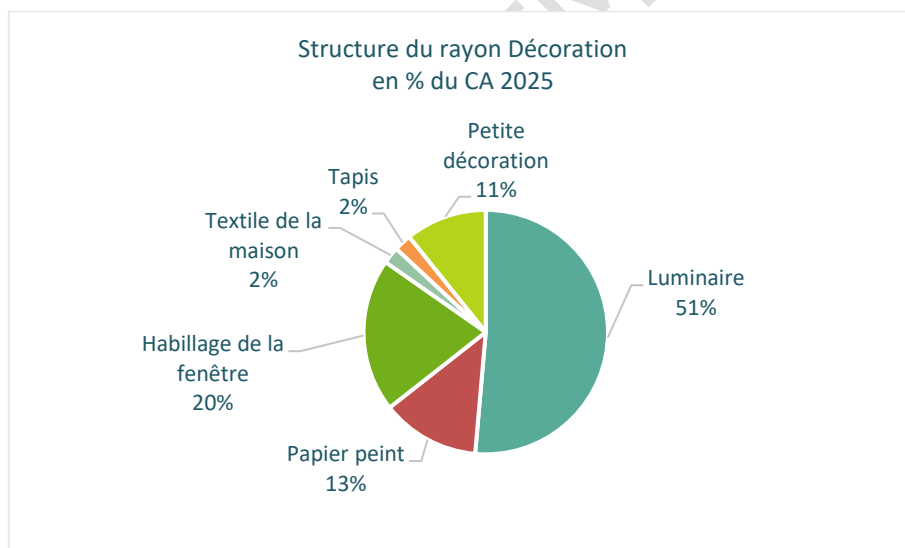
Les principales caractéristiques de ce rayon sont :

- La motivation d'achat des produits : elle est principalement esthétique, et non fonctionnelle
- La mise en œuvre, simple en comparaison de l'ensemble des produits vendus en GSB. Beaucoup de produits sont prêts à poser (exemple : tapis), et les autres requièrent peu de compétences pour la pose (exemples : tringles à rideaux, papier peint, luminaires).

Les ventes dans ce rayon sont souvent des achats d'impulsion (exemples : objets décoratifs, coussins).

Le circuit GSB n'est pas toujours le circuit de destination pour ces achats, pour lesquels d'autres circuits se montrent offensifs soit par leur politique de prix, soit par leur politique de renouvellement rapide des gammes (exemple : le réseau Action).

- La famille **Papiers peints** (13% du total) se démarque néanmoins : les modes d'achats dans cette famille se rapprochent de ceux des rayons Peinture-droguerie-colles et Revêtements (contexte de rénovation d'un logement, visée esthétique).
- Plus de la moitié du CA se concentre sur la famille **Luminaires**.



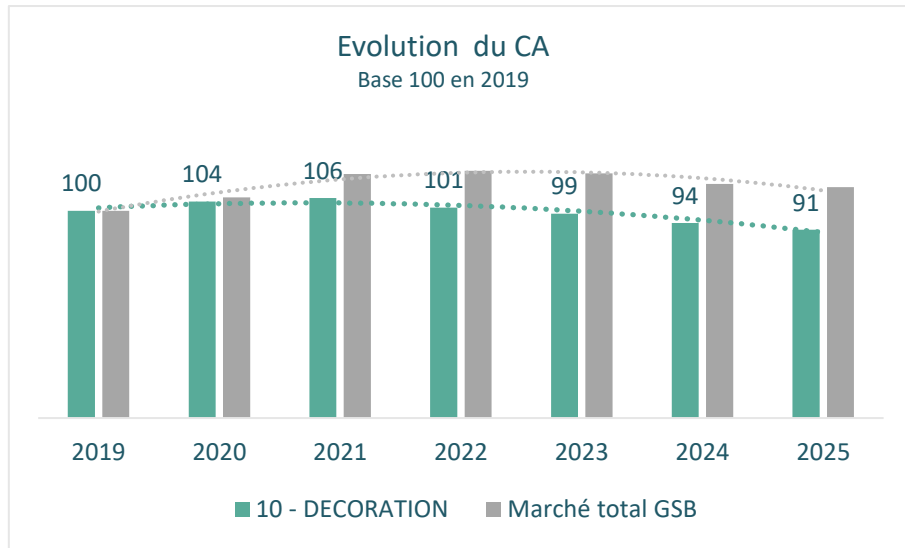
Evolution du rayon depuis 2019 :

Ce rayon est le seul à avoir perdu de la valeur par rapport à 2019 (-9%).

Sa décline est régulière. Plusieurs facteurs explicatifs peuvent être avancés :

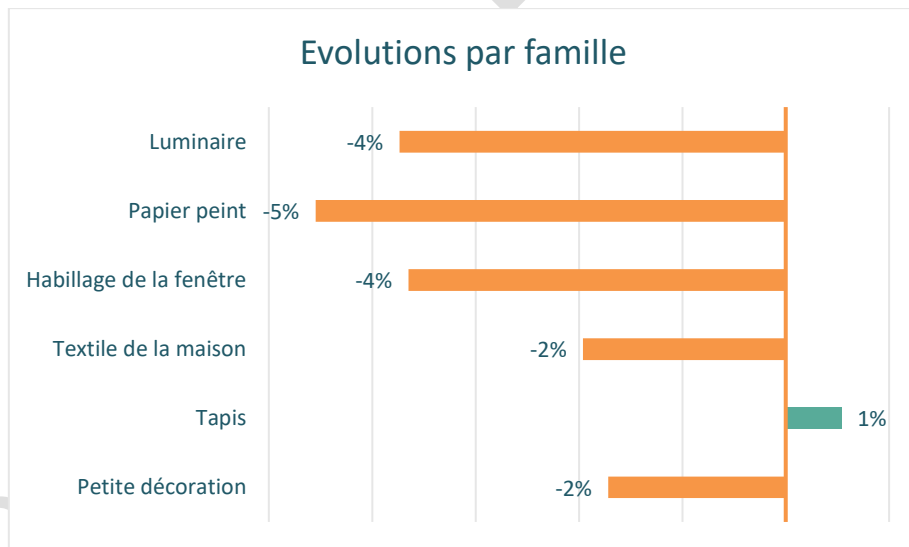
- Le transfert, déjà évoqué, vers d'autres circuits de distribution ;
- Depuis plusieurs années, la tendance est au minimalisme en matière de décoration, proscrivant les décors surchargés, ce qui diminue encore le potentiel du marché ;

- La tendance à la déconsommation et à l'achat responsable, très visible dans le secteur du textile, est également à l'œuvre sur le marché de la décoration intérieure.



Evolutions par famille en 2025 :

La plupart des familles continuent à décroître en 2025.



Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Luminaire	759 M€	781 M€	765 M€	728 M€	694 M€	673 M€	648 M€	51%	-15%	-3,7%
Papier peint	170 M€	189 M€	189 M€	177 M€	180 M€	172 M€	164 M€	13%	-3%	-4,5%
Habillage de la fenêtre	276 M€	286 M€	307 M€	304 M€	291 M€	266 M€	256 M€	20%	-7%	-3,7%
Textile de la maison	33 M€	34 M€	37 M€	32 M€	31 M€	29 M€	28 M€	2%	-13%	-2,0%
Tapis	27 M€	27 M€	30 M€	28 M€	29 M€	29 M€	29 M€	2%	5%	0,5%
Petite décoration	123 M€	132 M€	146 M€	139 M€	137 M€	138 M€	136 M€	11%	11%	-1,7%
Total	1 388 M€	1 449 M€	1 473 M€	1 408 M€	1 363 M€	1 306 M€	1 260 M€	100%	-9%	-3,5%

Rayon Jardin : -0,2%

Clefs d'analyse du rayon :

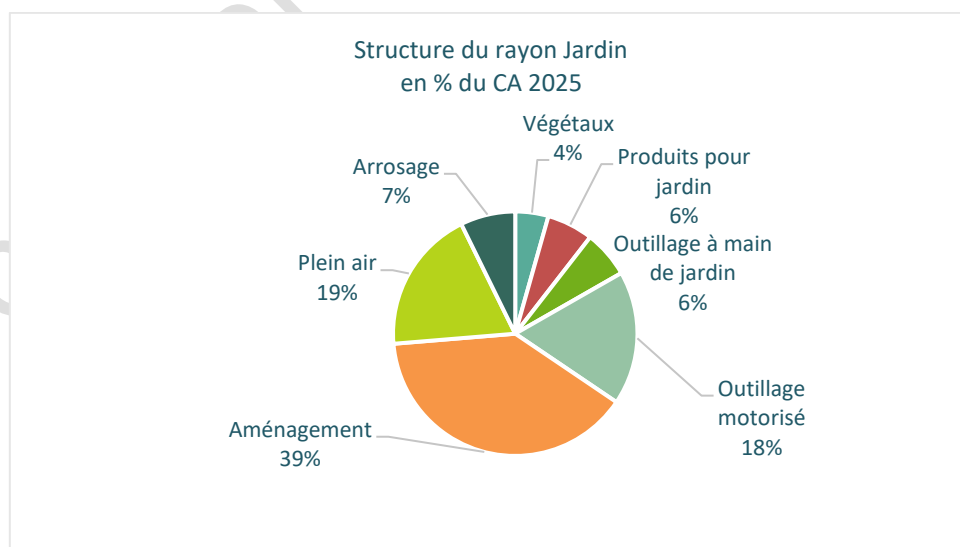
Le rayon Jardin est particulièrement complexe à analyser car il regroupe des produits très disparates, aussi bien en termes d'approvisionnement (des végétaux aux portails en passant par les phytosanitaires) qu'en termes de parcours d'achat.

Il se caractérise par :

- Une forte saisonnalité : 44% des ventes se concentrent sur la période d'avril à juin (contre 25% pour l'ensemble des autres rayons) ;
- Un panorama concurrentiel différent : pour 2022 et sur un périmètre produits comparable, l'association Promojardin mentionne 4 circuits intervenant sur ce marché (jardineries 41%, GSB 36%, GSA 12%, internet 8%).
- Une forte dépendance au climat : les conditions météorologiques impactent de manière spécifique chaque type de produit. Ainsi, un été pluvieux va favoriser les ventes de tondeuses, mais freiner les achats de piscines.

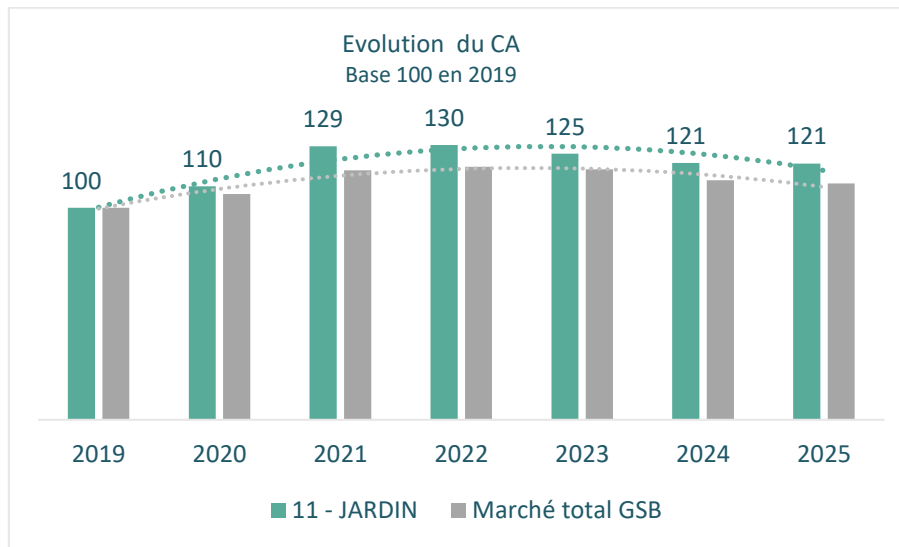
En 2025, 39% de la valeur se concentre sur la famille **Aménagement**. Elle comprend les produits (généralement vendus en parc matériaux) destinés à la construction d'éléments de structure du jardin : clôtures, portails, terrasses, allées, abris de jardin. Proche du rayon Bâtiment, cette famille est importante pour les GSB car elle lui est exclusive.

A l'opposé, la famille Végétaux est très faiblement représentée (4% du CA) : les GSB ne sont pas le circuit de destination pour ces produits qui sont généralement achetés en dans le circuit des Jardineries, dont c'est le cœur de métier avec une offre très large. Par ailleurs, les produits vivants que sont les végétaux nécessitent une maintenance spécifique dans les points de vente (notamment arrosage), ce qui ajoute une contrainte.



Evolution du rayon depuis 2019 :

Le rayon Jardin est le grand gagnant en GSB. Depuis 2019, sa valeur a augmenté de 21%, soit plus de 500 M€ additionnels. Cela en fait le rayon le plus dynamique.

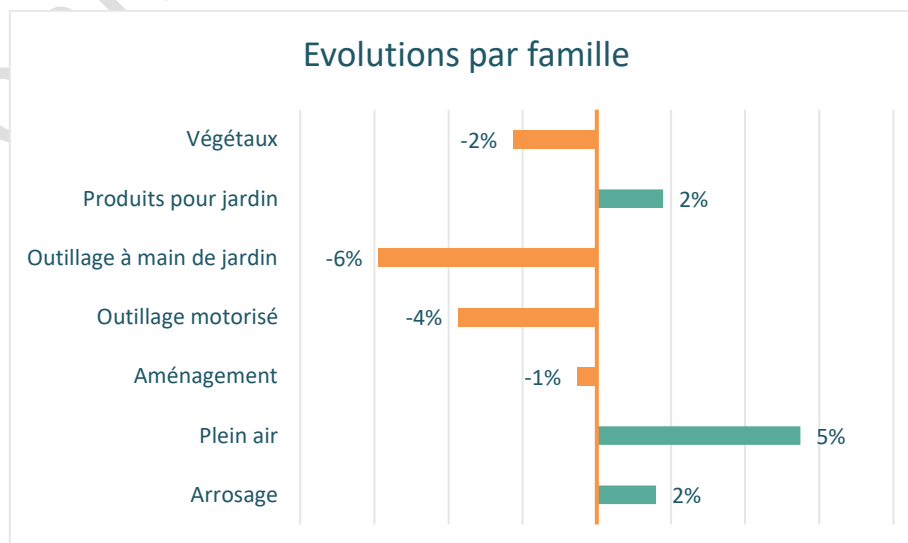


42

Evolutions par famille en 2025 :

Les évolutions sont caractéristiques d'un été chaud et sec :

- Moindres ventes de matériel d'entretien d'espaces verts, les végétaux ayant moins poussé : la famille **Outillage motorisé** recule de 4%.
- A l'inverse, le temps sec a permis d'augmenter les ventes dans les familles **Arrosage** (+2%) et **Plein air** (+5%). La sous-famille **Piscines** a ainsi cru de 17% et la sous-famille **Ombrage**, 10%. Dans cette famille, la croissance est bridée par la famille **Mobilier de jardin** qui recule de 4%.
- La famille **Aménagement** est moins météo-dépendante. En 2025, elle est quasiment stable (-1%).



Récapitulatif

CA circuit GSB	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Poids 2025	Ev. vs 2019	Ev. vs 2024
Végétaux	150 M€	140 M€	171 M€	157 M€	152 M€	144 M€	141 M€	4%	-6%	-2,2%
Produits pour jardin	143 M€	152 M€	166 M€	159 M€	173 M€	193 M€	196 M€	6%	37%	1,8%
Outillage à main de jardin	163 M€	177 M€	204 M€	194 M€	207 M€	212 M€	200 M€	6%	22%	-5,9%
Outillage motorisé	384 M€	402 M€	502 M€	467 M€	523 M€	591 M€	569 M€	18%	48%	-3,7%
Aménagement	1 077 M€	1 207 M€	1 454 M€	1 460 M€	1 366 M€	1 265 M€	1 258 M€	39%	17%	-0,5%
Plein air	534 M€	625 M€	696 M€	750 M€	649 M€	579 M€	611 M€	19%	14%	5,5%
Arrosage	202 M€	218 M€	231 M€	252 M€	262 M€	230 M€	234 M€	7%	16%	1,6%
Total	2 653 M€	2 920 M€	3 423 M€	3 439 M€	3 333 M€	3 213 M€	3 207 M€	100%	21%	-0,2%

F. Nomenclature détaillée

Rayon Outillage

44

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille	
01 - OUTILLAGE	Outillage à main	010101	Scies	
		010102	Cutters	
		010104	Râpes	
		010105	Marteaux	
		010106	Pinces	
		010107	Tournevis	
		010108	Clés	
		010109	Assemblage	
		010110	Mesure et traçage	
		010111	Lots d'outils	
		010114	Serrage	
		Outillage électroportatif	010201	Perceuses sans fil
			010202	Perceuses filaires
			010203	Scies électriques
	010204		Meuleuses	
	010205		Ponceuses	
	010206		Défonceuses et rabots	
	010207		Mini OEP	
	010208		Consommables et accessoires électroportatif	
	010209		Divers OEP	
	010210		Outils multifonctions	
	010211		Tournevis électriques	
	010212		Pistolets à peinture	
	Outillage spécialisé	010301	Outils du maçon	
		010302	Outils du carreleur	
		010303	Outils du plombier	
		010304	Soudage	
	Machines et gros outillage	010401	Outillage stationnaire	
		010402	Groupes électrogènes	
		010403	Compresseurs	
		010404	NHP	
010405		Aspirateurs		
010406		Nettoyage		
Equipement de la personne	010501	Vêtements de travail		
	010502	Chaussures de sécurité		
	010503	Gants		
	010504	Equipements de sécurité individuels		
Automobile	010601	Automobile		

Rayon Quincaillerie

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
02 - QUINCAILLERIE	Quincaillerie de fixation	020101	Visserie-clouterie
		020102	Chevilles
		020103	Scellement chimique
	Quincaillerie d'ameublement	020201	Equerres
		020202	Charnières
		020203	Pieds et roulettes
	Quincaillerie du bâtiment	020301	Fer et profilés
		020302	Gonds et pentures
		020303	Connecteurs
	Sécurité	020304	Ferronnerie
		020401	Verrous
		020402	Serrures en applique
		020403	Serrures encastrées
		020404	Serrures multipoints
		020405	Cylindres
		020406	Cadenas et antivols
	Rangement aménagement	020407	Coffres
		020501	Crémaillères
		020502	Etagères
		020503	Rangement
		020504	Escabeaux et diables
	Quincaillerie décorative	020505	Boîtes aux lettres
		020507	Etablis
		020601	Poignées de portes
		020602	Boutons de meubles
	Corde et chaîne	020603	Accessoires de portes
		020604	Porte-manteaux
020701		Corde et chaîne	
		020702	Accessoires corderie
		020703	Arrimage et déménagement

Rayon Plomberie-SDB-cuisine

46

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
03 - PLOMB. SDB. CUISINE	Plomberie	030101	Alimentation cuivre
		030102	Alimentation PER et multicouche
		030104	Alimentation eau Autres
		030105	Evacuation
		030106	Raccordement gaz
		030107	Chauffe-eau
		030108	Traitement de l'eau
		030201	Robinetterie cuisine
	Cuisine	030202	Eviers
		030203	Meubles cuisine
		030204	Plans de travail
		030205	Electro-ménager
		030206	Accessoires cuisine
		Salle de bains	030301
	030302		Vasques
	030303		Baignoires
	030304		Receveurs
	030305		Parois de douche
	030306		WC
	030307		Mécanismes WC
	030308		Meubles SDB
030310	Armoires et miroirs SDB		
030311	Accessoires SDB		
030312	Abattants de WC		

Confidentiel FMB

Rayon Chauffage

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
04 - CHAUFFAGE	Chauffage électrique	040101	Radiateurs électriques fixes
		040103	Radiateurs électriques mobiles
	Cheminées et poêles	040201	Cheminées et inserts
		040202	Poêles
		040204	Chauffage d'appoint
		040205	Fumisterie
		040301	Chaudières
	Chauffage central	040302	Radiateurs à eau chaude
		040304	Accessoires chauffage central
		040305	Régulation
	Combustibles	040501	Combustibles
	Climatisation et ventilation	040601	Climatisation
		040602	Extraction de l'air
		040603	Traitement de l'air et ventilation

Confidentiel FMB-Inokia

Rayon Electricité

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
05 - ELECTRICITE	Gaines et câbles	050101	Fils et câbles
		050102	Gaines et fixation
		050103	Mouleurs et plinthes
		050104	Accessoires de connection
		050105	Rallonges et multiprises
	Interrupteurs et prises	050201	Interrupteurs et prises
	Distribution électrique	050301	Tableaux électriques
		050302	Disjoncteurs
		050303	Modules de commande
	Domotique	050401	Alarme et vidéosurveillance
		050402	Sonneries
		050403	Détecteurs
		050404	Motorisations
		050405	Multimedia
	Piles et torches	050501	Piles et chargeurs
		050502	Torches
	Photovoltaïque	050601	Photovoltaïque

Confidentiel FMB-INOHA

Rayon Bois et menuiserie

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
06 - BOIS & MENUISERIE	Panneaux et planches	060101	Dalles et panneaux bois
		060102	Planches et tablettes
		060103	Verre et assimilés
	Tasseaux et moulures	060201	Tasseaux
		060202	Moulures
		060203	Plinthes
	Aménagement de placard	060301	Portes de placard
		060302	Aménagement de placard
	Menuiseries extérieures	060401	Fenêtres et baies bois et alu
		060403	Fenêtres et baies PVC
		060404	Accessoires fenêtres
		060405	Fenêtres de toit
		060406	Volets
		060407	Portes d'entrée
		060408	Portes de garage
	Menuiseries intérieures	060410	Stores extérieurs
		060501	Portes intérieures
		060502	Portes coulissantes
		060503	Escaliers
		060504	Balustres et accessoires escaliers

Confidentiel FMB

Rayon Bâtiment

50

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
07 - BATIMENT	Matériaux	070101	Parpaings
		070102	Briques
		070103	Béton cellulaire
		070104	Armatures et ferrillages
		070105	Briques de verre
	Poudres et agrégats	070201	Ciments et bétons
		070202	Mortiers
		070203	Enduits de façade
		070205	Adjuvants
		070206	Granulats
	Cloison et isolation	070301	Matériaux isolants
		070302	Cloisons et doublage
		070303	Étanchéité
	Charpente et toiture	070401	Éléments de charpente
		070402	Couverture légère
		070404	Tuiles et ardoises
		070405	Accessoires couverture et bardage
	Assainissement	070501	Goutières et raccords
		070502	Assainissement
	Matériel de chantier	070601	Outillage de chantier
		070602	Brouettes et remorques
070603		Travail en hauteur	

Confidentiel FMB

Rayon Peinture-droguerie-colles

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
08 - PEINTURE-DROGUERIE-COLLES	Peintures et enduits extérieurs	080101	Traitements des murs et toitures
		080102	Peintures façades
		080103	Peintures fer
		080104	Peintures extérieures spécifiques
		080105	Peintures bois extérieurs
	Peintures et enduits intérieurs	080201	Enduits
		080202	Sous-couches
		080203	Peinture grand blanc
		080204	Peinture intérieure couleur
		080205	Peintures matières et effets
		080206	Personnalisation
		080207	Peintures de rénovation
		080208	Peintures intérieures spécifiques
	Produits et traitements bois	080301	Traitements bois extérieurs
		080302	Décapants
		080303	Lasures et vernis
		080304	Produits bois de jardin
		080305	Traitements bois intérieurs
		080306	Rebouchage et ébénisterie
		080307	Teintes, vernis intérieurs, cires
		080308	Produits parquets
	Colles et adhésifs	080501	Colles et mastics
		080502	Adhésifs
		080503	Mastics d'étanchéité
		080504	Petite isolation
	Droguerie ménage	080601	Brosserie
		080602	Produits d'entretien
		080605	Diluants et solvants
	Outillage du peintre	080606	Absorbants d'humidité
		080701	Rouleaux
		080702	Brosses
080703		Divers outils du peintre	

Rayon Revêtements

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
09 - REVETEMENTS	Carrelage	090101	Carrelage sol intérieur
		090102	Carrelage sol extérieur
	Faïence murale	090201	Faïence murale
	Parquet et stratifié	090301	Parquet
		090302	Revêtement de sol stratifié
	Sols souples	090401	Moquettes
		090403	Sols PVC
	Lambris	090501	Lambris
	Parement	090601	Plaquettes de parement
		090701	Sous-couches et préparation des sols
		090703	Colle sols souples
		090704	Colle carrelage
		090705	Accessoires de pose
Colles et accessoires			

Confidentiel FMB-INOHA

Rayon Décoration

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
10 - DECORATION	Luminaire	100101	Luminaires extérieurs
		100102	Suspensions et appliques
		100103	Lampadaires et lampes à poser
		100104	Spoterie
		100105	Ampoules
	Papier peint	100201	Papier peint et intissé
		100202	Toile de verre
		100203	Décor du plafond
		100204	Colles papier peint
	Habillage de la fenêtre	100301	Tringlerie
		100302	Rideaux et voilages
		100303	Stores intérieurs
	Textile de la maison	100401	Coussins
		100402	Nappes
	Tapis	100501	Paillassons et tapis fonctionnels
		100502	Tapis décoratifs
	Petite décoration	100601	Encadrement
		100602	Miroirs
		100603	Images encadrées
		100604	Objets décoratifs

Confidentiel FMB

Rayon Jardin

54

Rayon	Famille	Code sous-famille	Sous-famille
11 - JARDIN	Végétaux	110101	Plantes de pépinière
		110102	Plantes saisonnières
		110103	Semences et bulbes
		110104	Végétaux d'intérieur
	Produits pour jardin	110201	Terreaux
		110202	Engrais et amendements
		110203	Produits phytosanitaires
	Outillage à main de jardin	110301	Outillage à main
		110302	Taillanderie
		110305	Accessoires de jardin
		110306	Protection du jardinier
	Outillage motorisé	110401	Tondeuses autoportées
		110402	Tondeuses thermiques
		110403	Tondeuses électriques
		110404	Débroussailluses et coupe-bordures
		110405	Tronçonneuses
		110406	Taille-haies
		110407	Motobineuses
		110408	Aspirateurs, souffleurs, broyeurs
		110409	Accessoires motoculture
	Aménagement	110501	Clôtures
		110502	Panneaux bois
		110503	Terrasses bois
		110504	Terrasses minérales
		110505	Portails
		110506	Contenants
		110507	Aménagements décoratifs
		110508	Abris de jardin
Plein air	110601	Mobilier de jardin	
	110602	Coussins et accessoires	
	110603	Ombrage	
	110604	Barbecue	
	110605	Piscine	
	110606	Jeux d'extérieur	
Arrosage	110701	Arrosage	
	110702	Pulvérisation	

Confidentiel FMB-Inoha

Pour toute précision sur cette étude :

Juliette Lauzac

ADD Power

06.62.51.72.97

Juliette.lauzac@addpower.fr