



ENTREPRISES

Leroy Merlin domine le marché du bricolage

DISTRIBUTION

L'enseigne de la famille Mulliez truste avec ses petites sœurs du groupe Adeo 45 % des ventes en France.

Philippe Bertrand
 @BertralPhilippe

Pris dans la tourmente de la guerre en Ukraine à cause de sa présence en Russie, Leroy Merlin, déjà classé enseigne préférée des Français par la dernière étude EY - Parthenon, trouvera des sources d'apaisement dans les chiffres du marché français du bricolage qu'ont publié vendredi la Fédération des magasins de bricolage (FMB) et **Inoha**, le syndicat des industriels. Les ventes de planches, clous, vis et parpaings ont grimpé de 10 % en 2021, à 34 milliards d'euros. En 2020, la progression avait été de 13 %. En deux ans, le secteur a gagné 6 milliards. Son activité s'élevait à 15 milliards en 1997.

La crise du Covid, les confinements et le télétravail ont poussé les Français à améliorer leur habitat et à cultiver leur jardin. Le rayon bâtiment a gagné 25 %. Les carnets de commandes des artisans qui s'approvisionnent en partie dans les grandes surfaces de bricolage ainsi que chez les négociants dédiés aux professionnels sont pleins. Le bricolage confirme la bonne tenue de tout ce qui concerne l'équipement de la maison. Les ventes de produits pour le jardin ont progressé de 15 % selon GFK, celles de meubles de 14 % selon l'IPEA, et celles d'électroménager de 7,6 % selon le Gifam.

La hausse des prix des matières premières et les ruptures d'approvisionnement n'ont pas handicapé le marché. « *Les fondamentaux sont bons avec le maintien de l'emploi, des transactions et une épargne toujours forte, soit un réservoir de potentiels travaux* », estime Mathieu Pivain, le président de la FMB.

Les interprofessions du bricolage restent toutefois prudentes sur l'avenir. « *La guerre en Ukraine risque d'avoir une incidence sur la confiance des consommateurs* », craint Jean-Luc Guéry, président d'INOHA. « *Les conséquences du conflit sur le prix des matières premières ne nous permettent pas de préjuger de l'avenir* », renchérit Mathieu Pivain.

Montée en compétence

Juliette Lauzac, chargée d'études pour les organismes, considère cependant que « *la montée en compétence des particuliers en bricolage qui entreprennent de plus en plus de travaux lourds, face à des délais d'intervention qui ne cessent de s'allonger chez les artisans est un réel levier* », pour les magasins de bricolage. Parmi eux, Leroy Merlin poursuit sa domination du marché avec 37,4 % de part de marché. Si l'on ajoute les 4,2 % et 3 % des deux autres filiales d'Adeo, la structure de tête de Leroy Merlin, Weldom et Bricoman, on arrive à 45 %, pour 10,8 milliards de chiffre d'affaires.

Derrière le groupe de la famille Mulliez viennent Castorama et Brico Dépôt, les deux marques du conglomérat anglais Kingfisher qui totalisent 26 % du marché. Avec Bricomarché, Bricorama et Brico Cash, le groupement des Mousquetaires est à 14 %. Mr. Bricolage, avec son réseau Briconautes atteint 8,5 %. ■

