



## “Le marché du bricolage affiche un bilan positif”

MATHIEU PIVAIN, PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION DES MAGASINS DE BRICOLAGE ET DE L'AMÉNAGEMENT DE LA MAISON (FMB), DÉCRYPTE LE SUCCÈS DU SECTEUR.

### COMMENT S'EXPLIQUE LA BONNE SANTÉ DU SECTEUR “BRICOLAGE” ?

L'Institut de Recherche sur le Bonheur a fait une étude qui montre que 15 % de notre bonheur global dépend de notre logement.

C'est l'un des facteurs qui explique que le marché du bricolage résiste bien en 2018. Il est l'un des rares à afficher un bilan positif (+ 0,4 %) avec un chiffre d'affaires qui se maintient à 26 milliards d'euros. Dans un contexte difficile, il reste le secteur le mieux préservé de l'habitat devant l'électroménager, le jardin et le meuble. L'année 2019 démarre positivement comme en témoignent les

chiffres encourageants du premier trimestre.

### QUELLES SONT LES DERNIÈRES TENDANCES ?

Le jardin ou les balcons deviennent la 5<sup>e</sup> pièce de la maison. Les Français lui consacrent un budget d'aménagement de plus en plus important. Dans le monde du jardin, les innovations se font surtout dans l'automatisation de l'arrosage ou la robotisation des tondeuses. On voit également se développer les éléments de décoration, par exemple les lampes extérieures sans fil, qui répondent aux attentes de mobilité et d'adaptabilité des consommateurs.

### QU'EN EST-IL DU COLLABORATIF ET DU COMMERCE EN LIGNE ?

Les grandes enseignes s'adaptent toutes à ces transformations et mettent en place des stratégies variées pour reconverter les prospects du net en clients magasin. Concernant le commerce en ligne, toutes les enseignes ont développé leur site propre, le click & collect, le drive, la livraison en points relais, autant de réponses aux attentes de souplesse des consommateurs aujourd'hui. L'e-commerce reste pour l'instant un acteur marginal dans notre secteur, avec 5 à 7 % de part de marché, mais avec une forte croissance, même si elle semble marquer le pas ces dernières années.

De son côté, le collaboratif est une véritable lame de fond. Les enseignes de bricolage ont toutes pris position sur ce marché *via* des tutoriels vidéo, des plateformes de services entre particuliers ou en nouant des partenariats avec des start-up de jobbing pour l'aide aux travaux. C'est une réponse à tous ceux qui considèrent que le bricolage est anxiogène.

### POURQUOI LA FMB A-T-ELLE SIGNÉ LA CHARTE “ENGAGÉ POUR FAIRE” ?

Les enseignes de la FMB ont pour ambition de permettre à chacun d'améliorer son chez-soi et de le rendre à la fois plus durable mais aussi plus confortable et plus économique.

C'est donc légitimement que le 4 avril dernier, la FMB signe “ENGAGÉ POUR FAIRE” (Faciliter, Accompagner, Informer pour la Rénovation Énergétique) la charte d'engagement du MTES et du ministère du Logement relative à l'utilisation de la signature commune de la rénovation des bâtiments. La FMB s'engage auprès des pouvoirs publics à promouvoir la communication d'“ENGAGÉ POUR FAIRE”, et à entraîner l'ensemble des acteurs, (particuliers, professionnels et collectivités) autour de la question de la rénovation énergétique en rendant lisible le réseau FAIRE pour aider les citoyens à trouver les solutions pour rendre leur logement moins énergivore, et donc moins coûteux. La rénovation énergétique est tout à la fois un enjeu environnemental, économique et sociétal. Au cœur de cette problématique, les enseignes de bricolage démocratisent l'offre de solutions en rendant les produits accessibles à tous. ■

<http://www.fmbricolage.com/>

## Des solutions pour économiser l'eau avec Siamp

AUJOURD'HUI, DE PLUS EN PLUS DE CITOYENS S'ENGAGENT DANS LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET SONT À LA RECHERCHE D'ACTIONS SIMPLES POUR ÉCONOMISER L'EAU. FORTE DE SON EXPÉRIENCE DE PLUS DE 70 ANS SUR LES SOLUTIONS DURABLES DE CHASSES POUR WC, SIAMP A DÉCIDÉ DE LES ACCOMPAGNER EN DÉVELOPPANT DES PRODUITS POUR FAIRE DE RÉELLES ÉCONOMIES.

L'espace sanitaire représente environ 60 % de la consommation d'eau d'un foyer et les chasses de WC comptent spécifiquement pour 25 %. Il y a pourtant des solutions faciles et peu coûteuses pour réduire ce volume. De nombreuses toilettes fuient régulièrement et le gaspillage à l'année peut s'élever jusqu'à 1 000 euros dans certains cas ! Pour endiguer ce phénomène et économiser des centaines de litres d'eau potable chaque année, il suffit souvent de changer la chasse d'eau. Ainsi, la première étape est d'opter pour une chasse à double volume, petite et grande chasse (ce qui se voit sur le bouton des WC). Il est également possible d'optimiser le robinet de remplissage. Il existe en effet des modèles très économes et silencieux : le robinet de chasse Quieto



OD permet d'économiser jusqu'à 5 litres d'eau par jour\* et le robinet Aquastop détecte, quant à lui, les fuites du réservoir et prévient l'utilisateur. Ces solutions durables SIAMP se trouvent dans tous les magasins de bricolage.

Le changement est très simple. Il peut être réalisé par un plombier professionnel qui garantira la bonne mise en œuvre et le bon réglage, ou par vous-même si vous êtes bricoleur ! ■

\*Calcul réalisé pour une famille de 4 personnes.

## Du matériel de qualité à prix abordable avec PRCI et ACTION BRICOLAGE

DEPUIS 35 ANS, PRCI EST SPÉCIALISTE DE L'OUTILLAGE POUR LA POSE DE CARRELAGE ET DE PLOMBERIE. GRÂCE À SON NOUVEAU SITE MARCHAND ACTION BRICOLAGE, LA SOCIÉTÉ MET À DISPOSITION DE TOUTS SES PRODUITS, SON EXPERTISE ET SON SAVOIR-FAIRE. RENCONTRE AVEC LE DIRECTEUR GÉNÉRAL, M. GROUSSIN.

### QUELLES SONT LES FORCES DE PRCI ?

PRCI est une société historique française spécialiste de l'outillage pour la pose de carrelage et de plomberie, basée dans le Sud de la France. Elle a été lancée en 1984 et regroupe aujourd'hui plusieurs marques comme PRCI, TOMECHANIC BENETIERE, HOMELUX ou encore LA CARRELETTE, une référence dans les coupe-carreau manuel. Nous faisons partie d'un groupe international, QEP, qui nous permet de développer les univers connexes à notre activité de manière proactive. Nous avons donc une gamme très large avec des produits brevetés. Nos produits s'adressent aussi bien aux professionnels qu'aux particuliers.

### POURQUOI AVOIR LANCÉ LE SITE ACTION-BRICOLAGE.FR ?

On a lancé ce site d'e-commerce il y a un peu plus d'un an pour nous adresser

de façon plus large à nos deux clientèles, à la fois les professionnels et le grand public, pour que chacun puisse avoir accès à nos produits de façon simple, facile et à bon prix. Cela leur permet également d'avoir un service après-vente direct et une livraison rapide de pièces qu'ils ne trouveraient pas forcément immédiatement en boutique.

On a aussi développé un blog où l'on met à disposition des tutos, des vidéos, des articles qui donnent des conseils aussi bien aux bricoleurs amateurs qu'aux professionnels. Ainsi, on accompagne vraiment nos clients de A à Z. ■



# Remplacer ses fenêtres VELUX® : la bonne idée pour améliorer son habitat

L'ÉTÉ EST LA PÉRIODE IDÉALE POUR RÉALISER SES TRAVAUX ET AMÉLIORER SON HABITAT. MÊME SI LEUR DURÉE DE VIE PEUT ÊTRE LONGUE, LES FENÊTRES VELUX N'ÉCHAPPENT PAS À L'ÉVOLUTION ET S'ACCORDENT VOLONTIERS UNE NOUVELLE JEUNESSE. LEUR REMPLACEMENT NE RENTRE PAS DANS LA CATÉGORIE "GROS TRAVAUX" ET AMÉLIORE DE MANIÈRE SIGNIFICATIVE LE CONFORT DE VIE. ET SI VOUS PROFITIEZ DU BEAU TEMPS POUR LES CHANGER ?

Les fenêtres de toit sont bien souvent en première ligne face aux intempéries et aux conditions climatiques. Après 25 ans, il y a des signes qui ne trompent pas, comme de la condensation, des moisissures, des infiltrations... alors que d'autres ne remplissent plus tout à fait leur mission sans que cela ne se remarque vraiment. Il faut donc envisager leur remplacement avant que la situation ne devienne urgente. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, ce projet n'est pas un grand investissement en terme de temps ou d'argent, mais apporte des réels bénéfices. Un remplacement à l'identique peut s'effectuer en quatre heures seulement ! Et si une solution plus grande est envisagée, avec

l'ajout d'une nouvelle fenêtre par exemple, le chantier ne durera pas plus d'une journée.

## DES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE

Les économies d'énergie sont l'un des grands sujets de l'année. En hiver, la facture de chauffage peut vite gonfler ! C'est un fait, les anciennes fenêtres étaient moins isolantes que celles actuelles. On considère qu'il y a environ deux fois moins de déperditions d'énergie en remplaçant des modèles qui datent de plus de 20 ans. Les dernières générations de fenêtres VELUX ont été entièrement repensées pour offrir la meilleure isolation possible sous les toits. L'innovation breveté ThermoTechnology TM place des blocs isolants à des endroits



stratégiques de la fenêtre pour optimiser ses performances en matière d'isolation.

En limitant les déperditions d'énergie, on réduit ainsi ses factures de chauffage et/ou de climatisation. De plus, il existe aujourd'hui différentes aides : TVA réduite à 5,5 %, crédit d'impôt ou encore certificat d'économie d'énergie pour inciter à faire ce geste aussi bénéfique pour le portefeuille que pour la planète.

## UN GAIN DE CONFORT ÉVIDENT

Les fenêtres VELUX répondent parfaitement aux problématiques de vie actuelle et permettent un gain de confort considérable. Grâce à cette rénovation, la chaleur peut être considérablement réduite en été tout comme la perte de chauffage en hiver. Les derniers vitrages sont conçus pour lutter contre le phénomène de paroi froide et contrôler la chaleur solaire. Des évolutions importantes ont été également apportées sur l'isolation phonique. Certaines fenêtres proposent ainsi des systèmes spécifiques qui étouffent le bruit de la pluie par exemple.

## OFFRIR PLUS DE LUMIÈRE À LA PIÈCE

Le mode de vie a bien évolué en vingt ans. Aujourd'hui, les Français passent presque 90 %

de leur temps à l'intérieur selon l'OMS. Il est donc vital de faire rentrer de la lumière dans les maisons. L'homme a des besoins importants et recherche de plus en plus les bienfaits qu'elle peut avoir, aussi bien sur le bien-être que sur la santé. D'ailleurs, cela se traduit parfaitement dans la conception des nouvelles habitations. Les fenêtres sont plus grandes, prennent plus de place, font entrer l'extérieur dans la maison...

Les pièces sous les toits ont parfois tendance à être moins bien éclairées que les pièces des autres étages alors que c'est un espace atypique qui peut devenir un des endroits les plus agréables de la maison. Il est assez facile de profiter de travaux de remplacement pour ajouter une seconde fenêtre et apporter davantage de lumière. La lumière agrandit la perception de l'espace et le bien sera valorisé..

## UN DESIGN PLUS MODERNE

Les tendances déco évoluent vite. Si les fenêtres VELUX ont un design assez intemporel, elles savent se mettre au goût du jour pour répondre aux attentes. Le système d'ouverture a été redessiné et une nouvelle possibilité de finition, de couleur blanche, est proposée. Afin de faire plus de place à la vue, les contours des fenêtres sont plus fins. Selon les modèles et dimensions, ce sont quelque 10 % de surface vitrée qui ont été gagnés. La fenêtre disparaît presque.

## LES PETITS PLUS À NE PAS NÉGLIGER

Pour compléter le confort de vie, il est important de penser à ajouter un store intérieur pour l'occultation par exemple et une protection extérieure contre la chaleur. Les fenêtres VELUX intelligentes vont même gérer de façon automatique la ventilation de la pièce... Parfait pour s'alléger l'esprit. ■

[www.Velux.fr](http://www.Velux.fr)



AJOUTER UNE SECONDE FENÊTRE LORS DE TRAVAUX DE REMPLACEMENT PERMET D'APPORTER D'AVANTAGE DE LUMIÈRE ET DE CONFORT.



# Services : Les Mousquetaires innovent tous azimuts

LES MOUSQUETAIRES SUR TOUS LES FRONTS POUR LA RÉUSSITE DES PROJETS MAISON. LES TROIS ENSEIGNES BRICOLAGE DU GROUPEMENT – BRICOMARCHÉ, BRICO CASH ET BRICORAMA – INNOVENT POUR ACCOMPAGNER LEURS CLIENTS DANS LEURS PROJETS ET EN GARANTIR L'ABOUTISSEMENT – Y COMPRIS PAR UN LARGE ÉCOSYSTÈME DE SERVICES.

C'est un fait : les attentes des clients évoluent. Avec la multitude d'informations, de conseils et de tutoriels disponibles sur Internet, les consommateurs deviennent de plus en plus techniciens et, du coup, exigeants. Un défi que les points de vente sont dans l'obligation de relever. Les grandes surfaces de bricolage (GSB) restent le lieu privilégié pour concrétiser ses projets et s'assurer de faire le bon choix (selon 78 % des Français interrogés récemment par Opinion Way pour la FMB). Mais les GSB sont dans l'obligation de se réinventer pour apporter aux clients les conseils et services associés aux produits dont ils sont, aujourd'hui, demandeurs.

C'est pourquoi, en collaboration avec la direction de l'Innovation des Mousquetaires, Bricomarché, Brico Cash et Bricorama multiplient, entre autres, les partenariats avec des start-up pour proposer à leurs clients des solutions simples mais novatrices. Celles-ci reposent, notamment, sur la mise en relation de professionnel au particulier ou de particulier à particulier.

## LE CONCEPT DE BRICOLEUR-JOBBER

Exemple avec le partenariat déployé avec la start-up YoupiJob. Le service permet aux clients des enseignes Bricomarché et Brico Cash, et



très prochainement Bricorama, de bénéficier d'un service à domicile pour la réalisation de leurs petits travaux (robinet qui goutte, pose de meuble...), en toute légalité et couverts par une assurance. Lorsqu'il identifie un besoin ou une difficulté chez un client, le conseiller en point de vente peut lui proposer une solution concrète et trouver avec lui, sur la plateforme web cobrandée Bricomarché et YoupiJob, un particulier aguerri pour réaliser ses travaux, tout en lui fournissant une estimation juste du montant. Le client peut alors commander une prestation YoupiJob via le site des enseignes. "Notre maillage territorial et la proximité qui en découle nous offrent une opportunité exceptionnelle, celle de pouvoir référencer des jobbers parmi nos clients les plus experts", note Pascal Jeanney, adhérent Bricomarché et Brico Cash à Neufchâteau (Vosges).

## L'EXPERTISE DE PROFESSIONNELS

Mais certaines tâches ne peuvent être confiées qu'à de véritables professionnels : rénover sa maison, poser un parquet ou refaire son électricité en font incontestablement partie. Pour répondre à la demande des clients dans ces domaines, Bricorama a noué un part-

nariat avec IZI by EDF qui a été déployé, dans un premier temps, dans les points de vente situés en zone urbaine. La plateforme web IZI by EDF répertorie près de 1 000 artisans dont les prestations sont couvertes par les assurances et garanties usuelles des professionnels. "Nos clients trouvent dans ce service une solution qui répond à leur besoin explique Pascal Jeanney : une mise en relation aisée avec des professionnels compétents et l'assurance d'un projet conduit jusqu'au bout, dans un délai d'intervention rapide et de manière qualitative."

## LES NOUVELLES MOBILITÉS POUR FACILITER LA LIVRAISON

C'est un problème majeur et récurrent pour les clients des surfaces de bricolage : comment transporter ou se faire livrer, à prix abordable, du matériel lourd et encombrant ? C'est pourquoi Bricorama propose à ses clients un service de livraison à la demande, aux jours et heures ouvrables des magasins



(y compris les dimanches et jours fériés) en partenariat avec la start-up française de transport Trusk. Les truskers, sont des professionnels formés, ce qui garantit un service fiable et de qualité. Gage de sécurité, la marchandise livrée est déposée au domicile du client, elle n'est jamais laissée en bas d'un immeuble. La prise de rendez-vous se fait au magasin et le client paie le montant de la course préalablement, à la caisse du point de vente. La livraison peut se faire en mode express, 3 heures après le paiement, ou sur rendez-vous planifié, au jour et à l'heure choisis par le client.

Autre formule, K-Ryole est un service de livraison urbain surprenant. En test dans les magasins Bricorama, il s'effectue à vélo avec une remorque électrique qui permet de transporter sans effort jusqu'à 250 kg de marchandise. Conçu pour le milieu urbain, ce service combine agilité, mobilité et respect de l'environnement. C'est une excellente alternative à la camionnette (à essence) pour des livraisons de proximité. Pour Pascal Jeanney, "En multipliant les initiatives innovantes au sein de nos magasins, nous enrichissons l'expérience clients et leur montrons que nous sommes à l'écoute de leurs attentes et de leurs exigences, notamment en termes de développement durable."



## PENSER À LA LOCATION

Mais ce n'est pas tout. La société dans son ensemble connaît actuellement une transition vers l'économie d'usage (contre l'économie de possession qui la caractérisait jusqu'alors) et Les Mousquetaires y prennent toute leur part.

Bricomarché et Bricorama avec leur partenaire Loxam, et Brico Cash avec son partenaire Boels, proposent à leurs clients un large choix de matériel en location pour répondre à tous leurs besoins ponctuels, qu'il s'agisse de très gros travaux ou de projets nécessitant un équipement spécialisé.

De plus, les 3 enseignes de bricolage du Groupement déploient aujourd'hui une offre de location de véhicules en libre-service en partenariat avec Renault Mobility. Une application mobile permet d'identifier et de réserver les véhicules disponibles à la location, stationnés sur des places de parking réservées.

On le voit, la priorité des enseignes bricolage du Groupement Les Mousquetaires est d'abord, et avant tout, la réussite du projet de leurs clients, quels qu'ils soient – bricoleur avéré, novice ou réfractaire. Pour y parvenir, elles s'emploient, à côté des attendus classiques que sont "Les bons produits au bon prix", à déployer les solutions les plus innovantes. Un pari d'ores et déjà gagné... si l'on en croit tous les clients Bricomarché, Brico Cash ou Bricorama qui les utilisent déjà. ■

## Des services inattendus

Les enseignes de bricolage Mousquetaires ne s'arrêtent pas là et proposent aussi d'autres services tels que de la garde d'animaux sur-mesure en partenariat avec Animaute. Un service disponible sur le site de Bricomarché et qui ne manquera pas, en période estivale, de convaincre les clients de l'enseigne.

## Chiffres clés

**Bricomarché, l'enseigne européenne** qui fête cette année ses 40 ans : **664** points de vente en Europe dont **468** en France. **54 millions** de passage en caisse (2018). Plus de **7 000** références de produits à marques propres.

**Brico Cash, le format entrepôt** : **33** points de vente en France. **11 000** références aux prix les plus bas. Des points de vente ouverts dès **7 heures** du matin avec des stocks disponibles immédiatement.

**Bricorama, l'enseigne urbaine** : **167** points de vente dans l'Hexagone. **2 500** collaborateurs. Plus de **30 000** références (marques nationales comme marques propres).