



• [Accueil LSA](#)

## Bricolage : 6 milliards de chiffre d'affaires gagnés en deux ans

Jean-Noël Caussil |  
[Entreprises](#), [Distributeurs](#), [Bricolage-Jardinage](#)  
 Publié le 01/04/2022  
[Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [Email](#) [Imprimer](#)

**Le marché du bricolage a connu une nouvelle année de croissance à deux chiffres en 2021. Tous les chiffres, grâce à la FMB et à l'Inoha.**



Le bricolage a connu une très belle année 2021. © stockphoto mania - Fotolia

Le marché du [bricolage](#) continue sur sa lancée. Après une année 2020 conclue sur une croissance de 13% en 2020, le chiffre d'affaires du bricolage en France a cette fois progressé de 10,2% en 2021, pour atteindre 34 milliards d'euros, selon les données fournies par la FMB (Fédération des magasins de bricolage et de l'aménagement de la maison) et l'[Inoha](#) (Industriels du nouvel habitat). « En deux ans, le marché a gagné 6 milliards d'euros », pointe Juliette Lauzac, chargée d'études pour l'Inoha, qui met en avant un « effet cocktail » aux vertus détonantes.

La pandémie de Covid a en effet poussé les Français (et les autres !) à un recentrage sur leur foyer : de force, avec les différents confinements, mais aussi « de gré », via un effet cocooning qui, deux ans plus tard, ne se dément toujours pas. « La tendance au repli sur le foyer perdure », note l'experte, énumérant la liste des clignotants qui, tous, se parent de vert. Le marché immobilier ancien ? Toujours au sommet avec, en 2021, un pic à 1,2 million de transactions. Le carnet de commandes des artisans ? Remplis neuf mois à l'avance. Le télétravail ? Appelé à s'installer dans la durée. L'environnement législatif ? Porteur lui aussi, avec les différentes incitations aux rénovations énergétiques des logements. La montée en compétence des nouveaux clients, enfin ? Au rendez-vous, elle aussi, avec l'arrivée, sur le marché, d'acheteurs plus jeunes et plus enclins à se lancer dans des projets d'envergure, par eux-mêmes de plus en plus souvent.

### Capacité d'adaptation

Autant de facteurs expliquant ce dynamisme assez incroyable du marché, depuis deux ans. « Tous les fondamentaux sont bien orientés, ce qui nous rend optimistes pour 2022 », poursuit Mathieu Pivain, le président de la FMB, qui se veut toutefois prudent : « Nous sommes dans une année électorale, ce qui entraîne toujours un certain attentisme sur le marché ; la crise sanitaire est toujours dans l'air et la crise géopolitique est très importante. » Jean-Luc Guéry, son homologue de l'Inoha, ne dit pas autre chose quand il évoque « une absence de visibilité, depuis deux ans. » Mais



pour mieux, lui aussi, se montrer positif : « La filière a montré qu'elle savait agir et réagir dans de tels contextes. Elle le fera encore cette année. » Et tant pis si le coût de l'énergie est de plus en plus un problème, tant pis sur les tarifs des containers restent toujours au plus haut et tant pis si les tensions sont importantes sur les approvisionnements de certaines matières premières. L'envie de bricoler, elle, est bien présente dans le cœur des Français et c'est finalement la base.

**Leroy Merlin** solide leader

Dans le détail, tous les acteurs du marché en profitent. A commencer, évidemment, par les grands enseignes de bricolage (Leroy Merlin, Castorama, Bricomarché, etc.) : ces dernières s'arrogent 71% des ventes, à 24,2 milliards d'euros en 2021, soit une hausse de 11% sur un an. Les enseignes de négoce (Point P, etc.) arrivent ensuite avec, pour ce qui est de leurs ventes aux particuliers, un chiffre d'affaires de 4,8 milliards d'euros, en progression de 15%. Les pureplayers (ManoMano, etc.) viennent ensuite : 3,8 milliards d'euros, en croissance de 7% (mais un +7% qui s'inscrit sur une base de comparaison très haute, après un bond de 84% en 2020, ceci expliquant cela). Les grandes surfaces alimentaires, enfin, pointent à 1,2 milliard d'euros, en baisse de 8% (avec, pour ces dernières, le même jeu défavorable des bases de comparaison : en 2020, longtemps les seules ouvertes quand les magasins de bricolage étaient fermés car considérés comme non-essentiels, les GSA ont beaucoup vendu d'articles de petit bricolage et rentrent donc dans le rang en 2021).

Si l'on s'intéresse de plus près aux seules enseignes de GSB, alors Leroy Merlin demeure le leader, de très loin devant Castorama et Brico Dépôt. Le classement en détails et en images vaudra mieux qu'un long discours :



