

8 ACTUS FRANCE

ÉTUDE INOHA-FMB

# Qu'ont acheté les particuliers bricoleurs en 2021 ?



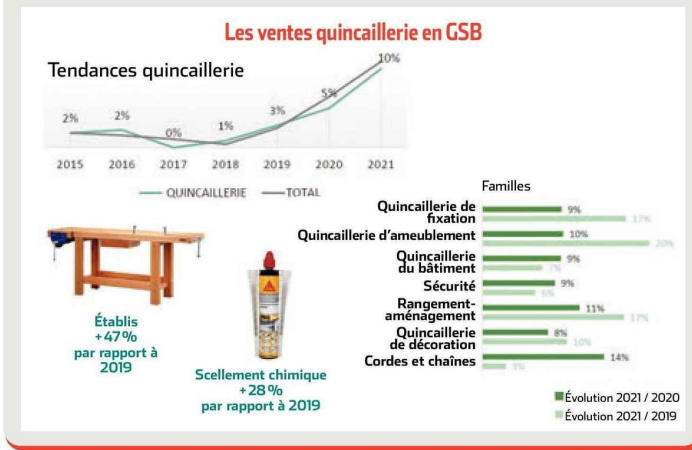
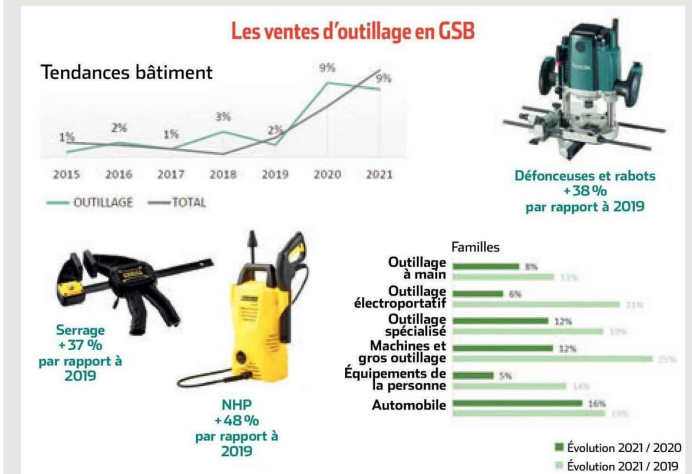
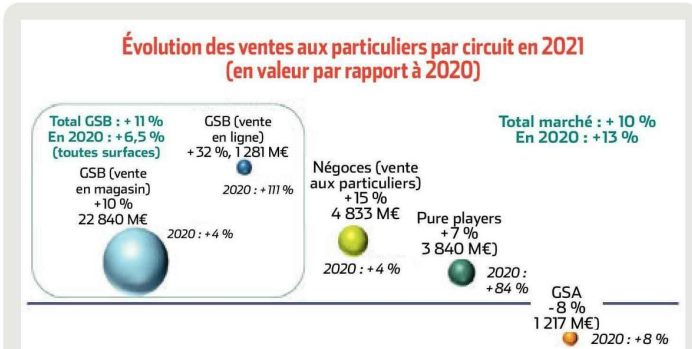
Le marché du bricolage affiche une croissance à deux chiffres, +10,2 % à 34 Md€, selon les derniers résultats publiés pour 2021 par le syndicat Inoha ("Les industriels du nouvel habitat"). Ces chiffres, qui englobent l'ensemble des ventes des GSB, en physique et e-commerce, ceux des pure players mais aussi la part des négoceux aux particuliers, reflètent la bonne dynamique des marchés de l'habitat, même si, sur ces derniers mois, des difficultés apparaissent dans les points de vente grand public, traduisant l'inquiétude des consommateurs dans le contexte de flambée des prix et d'avenir plus incertain. Toutefois, souligne Juliette Lauzac, chargée d'études auprès de la FMB (Fédération des magasins de bricolage) et d'Inoha, les fondamentaux du marché sont bons, en témoignent les indicateurs des marchés de l'immobilier ancien et, de façon moins quantifiable, les tendances au télétravail qui perdurent et devraient favoriser les envies de travaux.

L'analyse par circuit de distribution désigne les grands gagnants de l'année 2021. Les pure players avec +7 % ont moins performé, au profit des GSB qui enregistrent des progressions de 11 % en magasin et un bond de 32 % sur leur site e-commerce. Mais c'est dans les points de vente des négoceux que la plus belle croissance est enregistrée avec +15 %.

Le focus livré par Inoha sur les rayons des GSB les plus dyna-

miques montre également des progressions inédites sur le secteur du bâti et celui des bois et menuiserie avec respectivement +17 % et +12 %. La famille sanitaire-plomberie-cuisine affiche également une belle accélération avec +15 %, ce qui est moins surprenant. Selon les auteurs de l'étude, ces croissances des travaux lourds réalisés par les particuliers seraient avant tout à mettre au compte du manque de disponibilité des artisans plutôt que d'une vraie envie de faire soi-même.

Au jeu des prévisions pour 2022, Inoha et la FMB, associée à la présentation de ces résultats, restent prudents. Si l'habitat demeure un refuge pour les particuliers, leur confiance serait déjà entamée par les crises successives. Autre facteur de risque pour le marché, la dégradation des relations entre les différents acteurs, liée aux pénuries et hausses de prix. Raison pour laquelle Jean-Luc Guéry, président d'Inoha rappelle : « Nous devons, industriels et distributeurs, rester solidaires pour permettre aux Français de continuer d'investir dans leur habitat, dans un contexte où la guerre en Ukraine, au-delà du drame humain pour la population, risque d'avoir une incidence sur la confiance des consommateurs ». En écho à ce souhait, Matthieu Pivain, président de la FMB, souligne que « le travail en bonne intelligence avec Inoha sera déterminant pour continuer d'accompagner les Français dans l'amélioration de leur habitat ». ● M.-L. Barriera



Source: Inoha

