Information presse
1 Avril 2022

Marché français du bricolage en 2021 : Une croissance à deux chiffres pour la deuxième année consécutive

Le marché du bricolage atteint en 2021 un chiffre d'affaires de 34 milliards d'euros, soit une croissance de 10,2% en valeur par rapport à 2020, qui déjà avait augmenté de +13% par rapport à 2019. Décryptage de l'étude réalisée par la FMB / Fédération des Magasins de Bricolage et INOHA / les Industriels du Nouvel Habitat.

Marché du bricolage 2021 : une dynamique qui ne doit rien au hasard

La bonne tenue du marché du bricolage en 2021 tient à la conjugaison de différents éléments : des périodes de confinement, sans oublier l'inflation, la réserve d'épargne, les transactions immobilières dans l'ancien, ou encore le télétravail. Comme l'indique Juliette Lauzac, Chargée d'Etudes : « *Poursuivant la tendance de 2020, la réserve d'épargne des Français reste forte. Les ventes immobilières dans l'ancien demeurent à des niveaux record (dépassant 1,2 millions de transactions). Enfin, tous les changements de comportements liés à la crise sanitaire et, en particulier, le repli sur le foyer, le report de certaines activités de loisirs sur celles de bricolage et de jardinage ainsi que l'installation du télétravail dans la durée ont participé au maintien du secteur. Deux autres facteurs ont également joué en faveur du marché : l'activité dynamique de l'artisanat associée à 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. Ce dernier élément est un réel levier pour les années à venir.* »

Une croissance soutenue pour les GSB et les négoces

Contrairement à 2020 où le confinement avait favorisé l'e-commerce, l'équilibre revient entre les différents acteurs et profite aux Grandes Surfaces de Bricolage (+11%) dont la progression des ventes en ligne (+32%) est supérieure à celle des pure players (+7%) et prouve le succès de leur stratégie omnicanal. Les Grandes Surfaces de Bricolage s'installent ainsi fortement dans le paysage de la vente en ligne (4% de parts du marché).

En investissant le créneau des ventes aux particuliers, les négoces atteignent également une croissance inédite (+15%).

Au global, ce sont toujours les GSB qui prédominent avec 71% des parts de marché en valeur, suivies par les négoces (14%), les pure players (11%) et les GSA (4%).

2021 : un marché au beau fixe pour la quasi-totalité des rayons des GSB, mentions spéciales pour les rayons jardin, bâtiment, plomberie/salle de bain/cuisine

En 2021, la quasi-totalité des rayons profite du dynamisme du marché. Les grands gagnants sont incontestablement les rayons :

- Jardin : +17% avec de très fortes performances pour l'aménagement et l'outillage motorisé ;
- Bâtiment : +17%, une progression largement au-dessus du marché, portée par la montée en compétence des bricoleurs qui s'investissent dans de nouveaux types de travaux (toiture, isolation, assainissement…) ;
- Plomberie/salle de bain/cuisine : +15%. Après un engouement pour la salle de bain il y a quelques années, la cuisine est le projet phare des Français depuis deux ans bénéficiant, depuis le premier confinement, du développement du « fait maison » et de la convivialité de cette pièce.

Le rayon Chauffage (+15%) suit la tendance grâce à un hiver plus froid.

Les rayons Electricité (+13%), Bois & Menuiserie (+12%) et Revêtements (+9%) profitent de la montée en compétence des bricoleurs qui se sont lancés dans des projets plus ambitieux, particulièrement les catégories « distribution électrique », « gaines et fixations », « panneaux et planches » et « carrelage sol intérieur » et « parquets ».

Les rayons Quincaillerie (+10%), Outillage (+9%) et Déco (+4%) connaissent une croissance plus modérée.

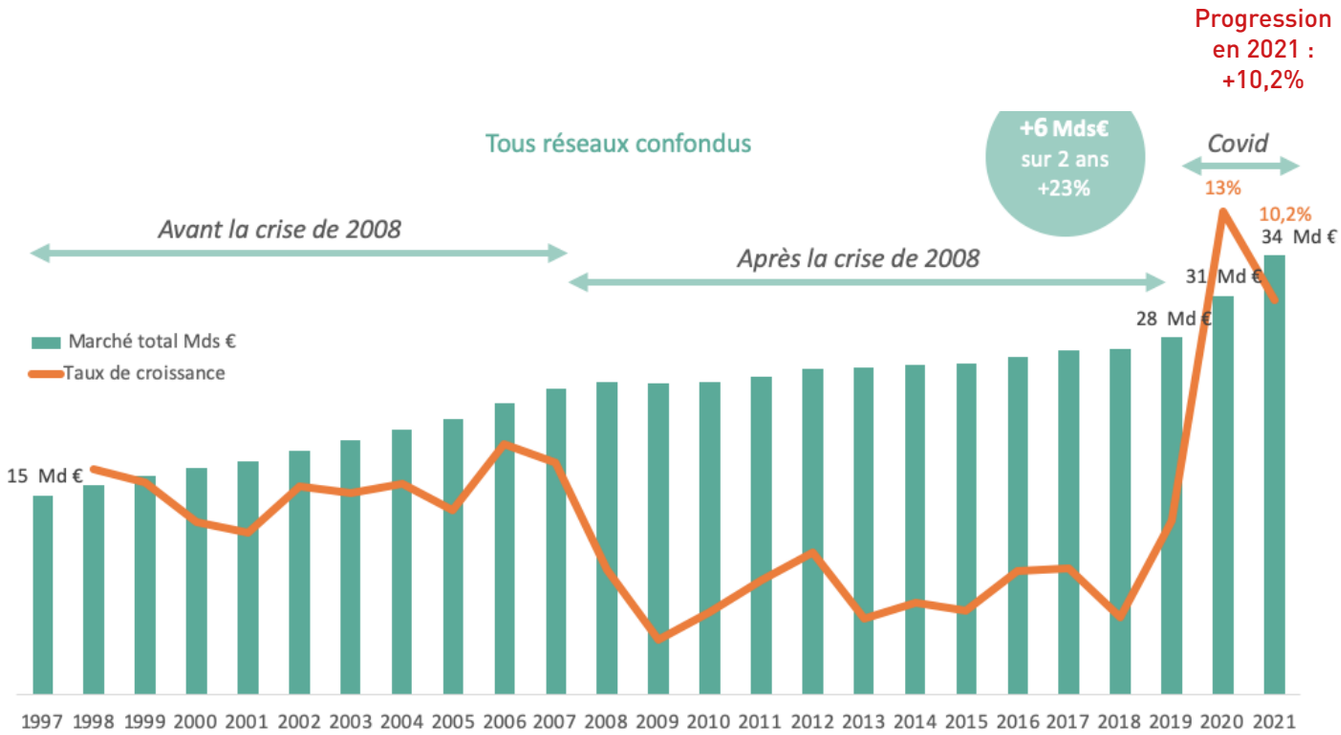
Rayon star en 2020, la Peinture/Droguerie/Colles a vu ses ventes logiquement diminuer (-1%). Il est à noter également que les produits pour application extérieure (façades, toitures, bois extérieurs) ont été plus plébiscités que les peintures d'intérieur.

Après une crise sanitaire inédite et dans un contexte géopolitique, économique et énergétique incertain, la relation entre distributeurs et industriels du Nouvel Habitat est fondamentale pour répondre aux prochains défis : faire face aux contraintes, répondre aux attentes des Français et s'adapter aux nouveaux profils de bricoleurs, véritable levier de croissance du secteur.

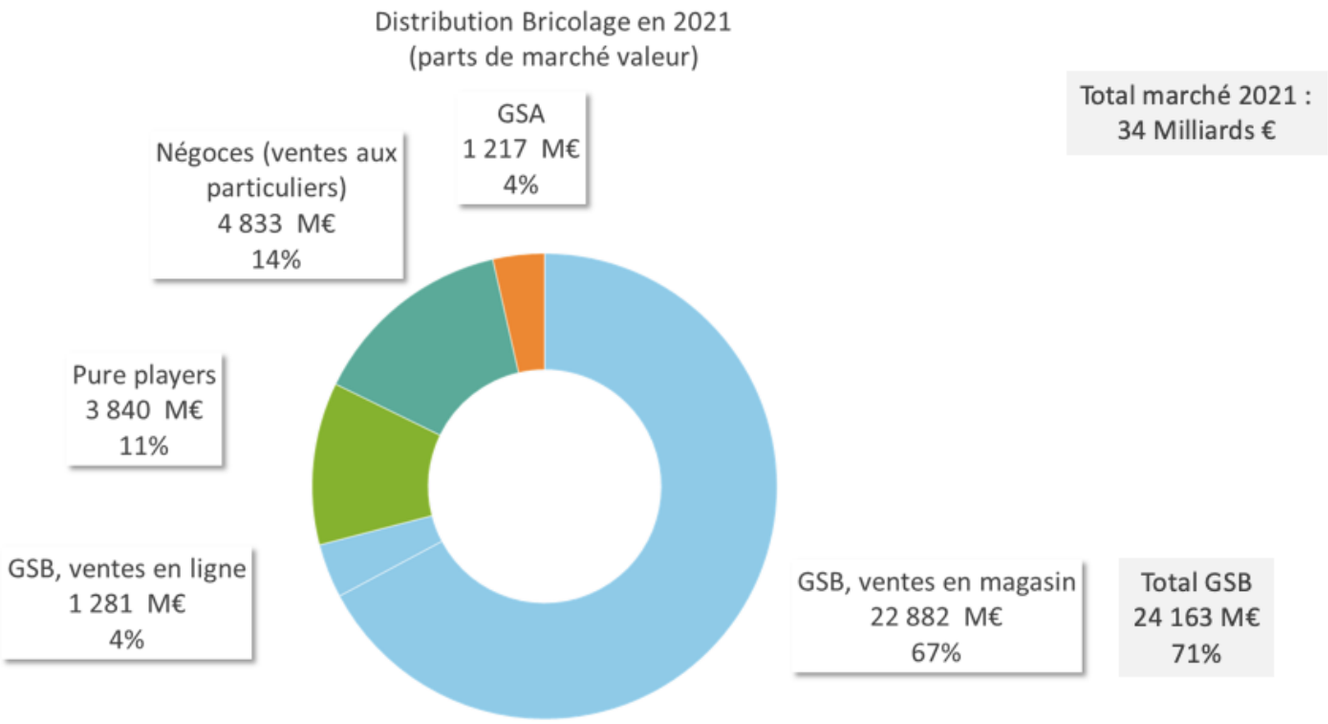
« *L'année 2021 restera pour le secteur une excellente année malgré la forte augmentation des matières premières et parfois même la rupture. Nous devons, industriels et distributeurs, rester solidaires pour permettre aux Français de continuer d'investir dans leur Habitat, dans un contexte où la guerre en Ukraine, au-delà du drame humain pour la population, risque d'avoir une incidence sur la confiance des consommateurs* » déclare Jean-Luc Guéry, Président d'INOHA.

« *Nous bouclons deux années qui illustrent la résilience du marché du bricolage. La crise sanitaire et les confinements successifs ont recentré les Français sur leur habitat, valeur refuge. Pendant cette période, les GSB ont pu être au rendez-vous des Français, malgré le contexte sanitaire difficile. Et elles ont su, avec les industriels du bricolage, répondre aux attentes des Français en matière d'aménagement de leur maison. Soulignons que les fondamentaux sont bons avec le maintien de l'emploi, des transactions et une épargne toujours forte, soit un réservoir de potentiels travaux. En revanche, le contexte actuel avec le conflit ukrainien et ses conséquences sur le prix des matières premières ne nous permet pas de préjuger de l'avenir. Le travail en bonne intelligence avec Inoha sera déterminant pour continuer d'accompagner les Français dans l'amélioration de leur habitat* » ajoute Mathieu Pivain, Président de la FMB.

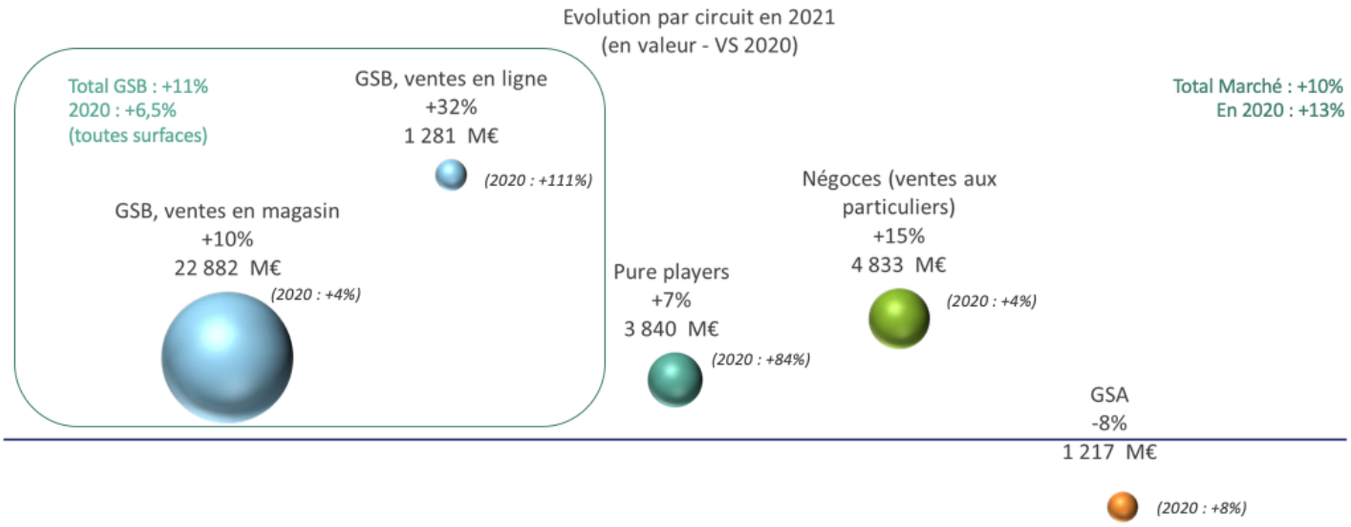
Evolution du marché du Bricolage
(Mds € TTC - tous circuits confondus)



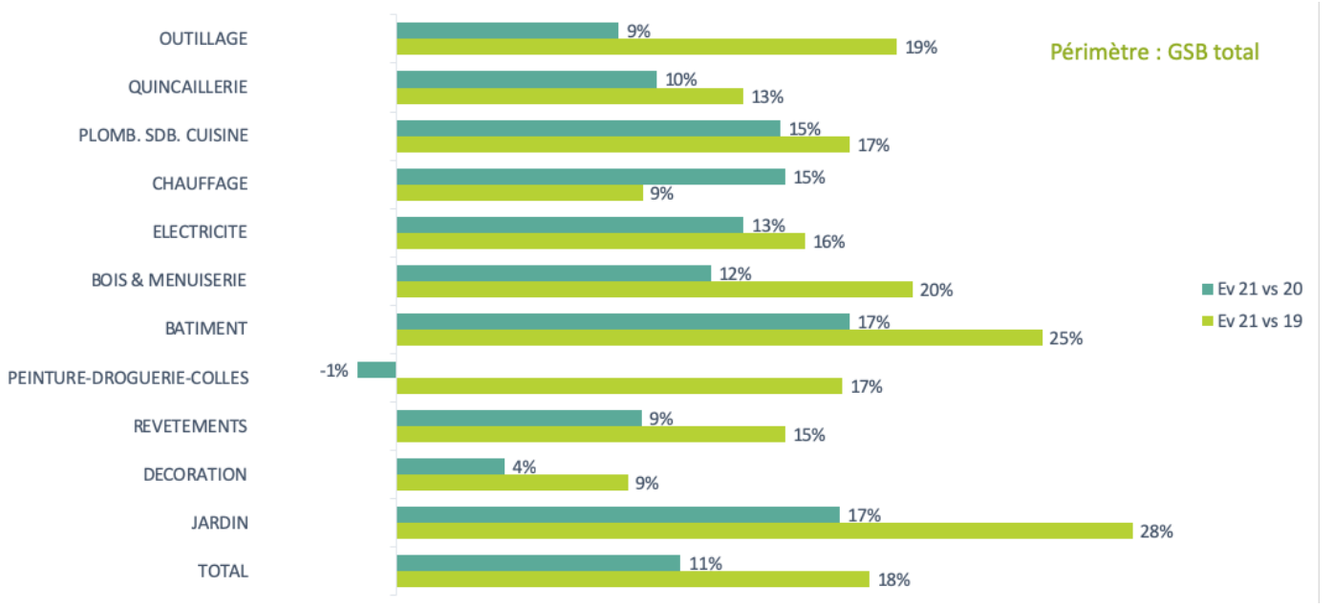
Les circuits de distribution du bricolage en 2021
(parts de marché en valeur)



Evolution par circuits en 2021
(en valeur - VS 2020)



Dynamiques des rayons 2021, tous circuits confondus



INOHA
10 rue de Sèze
75009 Paris
www.inoha.org / @inoha_asso / INOHA
Tél. : 01 53 42 36 42

FMB
5 rue de Maubeuge
75009 Paris
www.fmbricolage.com
Tél. : 01 42 82 15 00

André Sudrie relations presse
Contact presse :
Agence André Sudrie Relations Presse
Catherine Sudrie - 01 42 78 33 62
catherine.sudrie@andresudrie.com

SOURCE RP & Influence
Contact presse :
Agence Source RP
Michelle Kamar - 01 85 78 66 31
Sophie Cartier-Bresson - 01 85 78 66 33
michelle@source-rp.com / sophie@source-rp.com