

RAPPORT 2021 D'ACTIVITÉ



inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

CHIFFRES CLÉS ET FAITS MARQUANTS 2021

+10%
de progression
du marché
du bricolage en 2021
Tous circuits confondus

p.6-7

Lancement du plan
Stratégique
'INOHA 2025'
4 axes stratégiques
et 7 projets à mettre
en oeuvre ensemble

p.2-3

65
événements organisés par
INOHA ont rassemblé
2006
participants

Elaboration de la
4^{ème} édition
du Code de Bonne
Conduite
INOHA/FMB

10
actions presse
menées en 2021
générant
357 articles
de presse

p.19

INOHA s'engage pour
accompagner
les industriels dans
leurs démarches RSE

p.16

Travaillons, plus que jamais, en filière



L'année 2021 aura été marquée pour notre secteur par une activité soutenue, dans le prolongement de ce que nous avons vécu en 2020. C'est le signe que les Français, notamment dans le contexte pandémique, font plus que jamais de leur habitat une valeur refuge. Les industriels ont su accompagner ce dynamisme du marché dans un contexte de pénurie et d'augmentation tarifaire historique des matières premières.

Mais si les Français ont un désir d'habitat plus fort, comme le souligne l'étude que nous avons menée avec Harris Interactive pour les Inohadays, leurs attentes se renforcent. Plus tournés vers l'extérieur, les Français souhaitent un habitat plus sûr, plus confortable, plus sain, plus connecté, et plus respectueux de leur santé et de l'environnement.

C'est à nous Industriels, avec nos partenaires de la distribution, de satisfaire ces attentes. En échangeant, évidemment ; en innovant, certainement ; en travaillant plus en filière, assurément.

Bien entendu, INOHA prendra sa part pour accompagner et aider les industriels dans le développement de leur entreprise.

C'est pour cela que nous avons travaillé, durant cette année, pour définir la feuille de route stratégique « Ensemble, franchissons un cap ! INOHA 2025 » pour les trois prochaines années.

Ce travail, mené avec nos adhérents et nos parties prenantes, nous a permis de préciser notre périmètre d'adhérents et de marchés, nos missions et nos valeurs. Cela a conduit les membres du Conseil

d'Administration à définir quatre axes stratégiques et sept grands projets (voir page 2-3). Merci à eux pour l'engagement dont ils font preuve au service du collectif pour accompagner notre équipe permanente sur les différents projets.

Car, quelle que soit la conjoncture, des mouvements de fond transforment nos pratiques, comme l'émergence du consom-acteur, la digitalisation de la société ou la lutte contre le réchauffement climatique.

Cette stratégie, extrêmement structurante pour l'avenir, ne nous empêchera pas d'être agile pour nous adapter aux attentes des clients, aux évolutions des marchés, aux contraintes et aux opportunités.

L'année 2021 nous en a apporté une nouvelle fois la preuve avec la pénurie et l'augmentation des matières premières. Il nous faut rester réactif et plus que jamais travailler en filière. Les enjeux sont trop importants pour se cantonner chacun de son côté dans une relation client/fournisseur.

Et ce n'est malheureusement pas les événements de ce début d'année 2022 avec la guerre en Ukraine qui viendra me contredire avec des conséquences que nous n'imaginons et ne maîtrisons pas.

Gardons à l'esprit ces mots de Saint-Exupéry qui disait que dans la vie il n'y a pas de solutions, il y a des forces en marche. Sachons, ensemble, les créer, les canaliser et nous en servir. Les solutions suivront.

Jean-Luc Guéry

Président d'INOHA

INOHA 2025

Ensemble franchissons un cap !

Lors de son Assemblée Générale du 23 juin 2021, Jean-Luc Guéry a présenté la feuille de route stratégique INOHA 2025.

Fruit d'une éco-construction avec les adhérents, les parties prenantes et les administrateurs, cette feuille de route comprend 4 axes stratégiques et 7 projets.

Les Administrateurs ont travaillé de juillet à novembre, après validation des 4 axes stratégiques, pour formaliser les 7 projets et les prioriser afin d'établir un plan d'action sur 3 ans qui a été validé en Conseil d'Administration le 15 décembre 2021.

L'ensemble de cette démarche a été

l'occasion de confirmer le périmètre d'INOHA, ses missions et de définir les valeurs qui doivent guider les actions au sein de l'Association.

Un périmètre clair

INOHA rassemble les fabricants de produits manufacturés destinés à l'entretien, au bricolage, à l'aménagement extérieur, au jardinage, à l'amélioration de l'habitat et à la construction résidentielle neuve. L'association les aide à développer leur business dans une approche omnicanal.



Les 4 axes stratégiques

pour les années à venir

Partant des missions d'INOHA (Éclairer, Construire, Peser), quatre axes stratégiques ont été définis :

- 1 Consolider le recueil des datas et le partage de connaissances
- 2 Renforcer la performance des adhérents via des solutions mutualisées
- 3 Accompagner l'ensemble du secteur sur les enjeux environnementaux & sociaux
- 4 Conforter le rôle d'acteur incontournable auprès des distributeurs et des pouvoirs publics

Les missions fortes qui guident notre action

INOHA fédère les Industriels du Nouvel Habitat pour les aider dans leur développement :

- **Éclairer** en décryptant les enjeux de la filière, l'évolution des marchés, les attentes des consommateurs et des distributeurs, pour nourrir l'innovation ;
- **Construire** ensemble l'avenir, en partageant les bonnes pratiques, en montant en compétences, en nouant des partenariats et en mutualisant des solutions ;
- **Peser** auprès de la distribution et des pouvoirs publics et agir, en apportant de l'expertise et en dialoguant, pour faire valoir leurs intérêts.

Les valeurs qui nous rassemblent

Ces valeurs résument ce qui est important pour les industriels, l'état d'esprit qui les guide lorsqu'ils agissent au nom d'INOHA. Elles ont également pour vocation de créer une culture commune au sein de l'ensemble de la filière.

Le partage

Inhérent au principe même de notre asso-



Intervention d'Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée à l'Industrie lors de l'Assemblée Générale du 23 juin 2021

Les 7 projets à mettre en place

Arrêtés par les administrateurs, ces projets vont se mettre en place progressivement aux cours des prochaines années.

- 1 Construire avec les distributeurs un système unique de partage des datas produits
- 2 Mettre en place l'Observatoire de l'économie et des tendances du Nouvel Habitat
- 3 Engager et accompagner la filière du Nouvel Habitat dans sa démarche RSE
- 4 Développer l'attractivité d'INOHA et fédérer encore plus d'industriels
- 5 Faciliter l'échange de bonnes pratiques
- 6 Mutualiser des achats non stratégiques
- 7 Construire des partenariats avec d'autres organisations

ciation professionnelle, il est essentiel de partager notre vision, nos connaissances, nos expériences, nos questionnements et nos énergies ; entre adhérents bien sûr et aussi avec nos parties-prenantes, dans un état d'esprit d'ouverture et de construction.

L'engagement

Dans un principe d'engagement réciproque au moment de l'adhésion: les industriels contribuent activement à la réussite des projets d'INOHA et, en retour, l'association met à leur disposition les outils et services qui les aident à se développer.

Dans la conscience de notre responsabilité envers la société et la planète : c'est aussi l'engagement à faire progresser l'ensemble de la filière, en réponse aux grands enjeux environnementaux et sociaux sociétaux.

Le respect

Nous attachons une très grande importance au respect des femmes et des hommes, au sein d'INOHA, dans la relation avec nos partenaires distributeurs et toutes les parties-prenantes.

Bien entendu, nous considérons le respect des lois et des règles comme le socle de nos travaux.



3 QUESTIONS À KATY STAHL, VICE-PRÉSIDENTE D'INOHA

Pourquoi INOHA a initié ce travail sur son positionnement stratégique ?

Les modes de consommation évoluent rapidement, ce qui influence sur la distribution et nos métiers. Avec l'effet accélérateur de tendances de la pandémie, nous nous devons d'effectuer un travail de vision stratégique. Ce fut aussi l'occasion de se re-questionner pour être toujours au plus près des attentes de nos adhérents et de nos parties prenantes.

Quels sont les grandes évolutions ?

Le travail de co-construction nous a permis d'élaborer une vision partagée des actions à mener sur les trois prochaines années. Cela a conforté certains axes et en a fait émerger d'autres. L'ADN d'INOHA est d'éclairer les Industriels du Nouvel Habitat sur la connaissance des marchés et les accompagner dans leurs relations avec la distribution. Nous avons bien entendu confirmé ce positionnement. L'une des missions d'INOHA est de construire ensemble des solutions mutualisées, d'organiser du benchmark sur les bonnes pratiques pour renforcer la performance individuelle des adhérents. Cet axe a aussi été conforté. La nouveauté importante pour INOHA est la décision d'accompagner l'ensemble du secteur sur les enjeux environnementaux et sociétaux. Laure Empereur, une des administratrices référentes sur le sujet, développe cet axe en page 17.

Concrètement que va faire INOHA ?

Trois priorités ont été validées par le Conseil d'Administration le 15 décembre 2021.

D'abord, construire avec les distributeurs un système unique de partage de datas. Un groupe de travail a été mis en place avec la FMB et l'outil FABDIS permettra d'avoir un langage commun entre les industriels et les distributeurs pour renseigner au mieux les caractéristiques produits. Cela nous fera tous gagner un temps précieux !

Ensuite, nous allons mettre en place l'Observatoire de l'économie et des tendances du Nouvel Habitat. Cela a pour objectif d'éclairer encore davantage nos adhérents sur l'ensemble des marchés du Nouvel Habitat et de leur fournir des indicateurs marchés.

La RSE sera la troisième priorité des prochaines années pour engager et accompagner la filière du Nouvel Habitat.

Bien d'autres projets vont être lancés dès maintenant, comme un service de mutualisation des achats non stratégiques pour nos adhérents avec notre partenaire Haxoneo, ce qui participera à l'amélioration de leur performance économique. Début 2023, nous lancerons des groupes d'échanges sur les bonnes pratiques pour faire du benchmark entre les adhérents.

Notre ambition est d'accompagner nos adhérents dans leur développement et d'en fédérer chaque année davantage.



- ÉCLAIRER -

Éclairer en décryptant les enjeux de la filière, l'évolution des marchés, les attentes des consommateurs et des distributeurs, pour nourrir l'innovation...

MATINÉES DE LA DISTRIBUTION

Les enseignes au rendez-vous

14 enseignes, dont les incontournables de la filière et les pure-players, sont venues échanger avec les industriels du Nouvel Habitat en présentiel, à distance et en format hybride.

Les Matinées de la Distribution sont des rencontres entre les distributeurs des grandes surfaces de bricolage, de jardinerie, de market places et de négoce et les fournisseurs adhérents d'INOHA.

L'occasion pour l'enseigne invitée de présenter, vision, stratégie, positionnement, organisation et d'évoquer des sujets prégnants, comme la responsabilité sociale et environnementale ou encore la data. Les adhérents participants ont ainsi l'opportunité, d'échanger avec les enseignes lors d'un moment privilégié.

Le retour des réunions en présentiel

En 2021, la majorité de ces rendez-vous se sont toujours tenus à distance même si quelques-uns ont pu se faire en présentiel.

Pour allier le distanciel et le présentiel, certaines Matinées ont été proposées en version hybride. Le but étant de satisfaire le plus grand nombre d'adhérents notamment ceux qui ont des contraintes d'agenda ou ont moins la possibilité de se déplacer.



Sandrine Delcourt,
Responsable Grands Comptes
chez Wenko

« Notre sélection pour la participation aux Matinées INOHA est basée sur le choix de la centrale ou sur les thèmes abordés.

Nous apprécions d'avoir le bilan des enseignes et leur stratégie, nous permettant ainsi de voir si nous sommes en phase avec elles. Les échanges sont constructifs et les éléments communiqués nous font avancer dans nos projets ».

Nombre d'adhérents participants : 713

14 enseignes ont participé aux « Matinées de la Distribution »



Leroy Merlin 1^{er} février 2021

ManoMano 18 mars 2021

Mr Bricolage 24 mars 2021

Showroomprivé.com 20 mai 2021

Amazon 2 juin 2021

Chausson Matériaux 2 juillet 2021

Point P 4 juin 2021

Rakuten 30 septembre 2021

Legallais 1^{er} octobre 2021

Truffaut 14 octobre 2021

Kingfisher 21 octobre 2021

ManoMano Pro 4 novembre 2021

Galec Brico Leclerc 17 novembre 2021

Les Mousquetaires 18 novembre 2021

CHIFFRES 2021

La croissance se poursuit

Pour la deuxième année consécutive, le marché du bricolage en France a connu une croissance à deux chiffres +10 % en 2021, après 13 % en 2020



Le marché du bricolage atteint un chiffre d'affaires de 34 milliards d'euros, en croissance de +10,2%. Cette bonne santé résulte de la conjugaison de plusieurs facteurs : périodes de confinement, épargne élevée des Français, transactions records dans l'immobilier ancien mais également une inflation en hausse. À noter que les habitudes comportementales adoptées lors des précédents confinements comme le développement du télétravail, ou la montée en compétences des particuliers sont également des éléments à prendre en compte.

Une croissance qui profite aux Grandes Surfaces

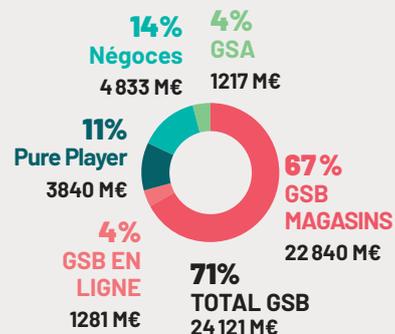
Le marché des Grandes Surfaces de Bricolage (GSB) dans son ensemble

gagne +11% contre +6,5% en 2020. Contrairement à l'année précédente où les ventes en ligne avaient explosé grâce au confinement, l'année 2021 est synonyme d'un rééquilibrage qui profite à la GSB avec une progression des ventes en ligne de +32%, bien supérieure à celle des pure players (+7%). Ce résultat se traduit par un marché aujourd'hui mature, et valide les investissements des enseignes sur leur stratégie omnicanal.

Le parc, qui comprend les points de vente et les magasins, croît de 61 points de vente supplémentaires. Cela s'explique par l'impact de la crise sanitaire de 2020 sur le développement des commerces de proximité, pas seulement dans l'alimentaire mais aussi dans le bricolage.

DISTRIBUTION BRICOLAGE

Parts de marché en valeur
(Total 34Md€)



Hausse sur la quasi-totalité des rayons

En 2021 la quasi-totalité des rayons GSB sont en hausse et profite donc du dynamisme du marché mais trois rayons sortent du lot avec une forte accélération. Le rayon de la « plomberie-salle de bain-cuisine » (+15%), plus particulièrement celui de la cuisine (+23%). Cet engouement s'explique par le recentrement des Français sur la cellule familiale, et le retour des valeurs du « cuisiner soi-même ».

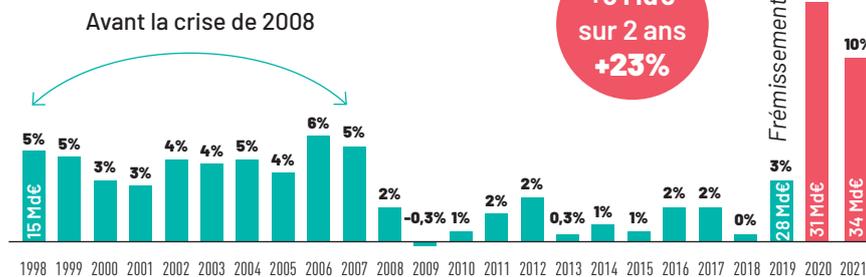
Le rayon « bâtiment » connaît une accélération entre 2020 et 2021, passant de +9% à +17% grâce à la montée en compétence des bricoleurs. Enfin, le rayon « jardin » enregistre une belle performance avec +17% (contre 10% en 2020) grâce à l'aménagement et l'outillage motorisé.

En revanche, la « peinture-droguerie-colles », rayon phare de l'année 2020 (+15%), accuse une diminution logique en 2021 avec -1%.

En France, en 2021

+ 10%
pour le marché du bricolage

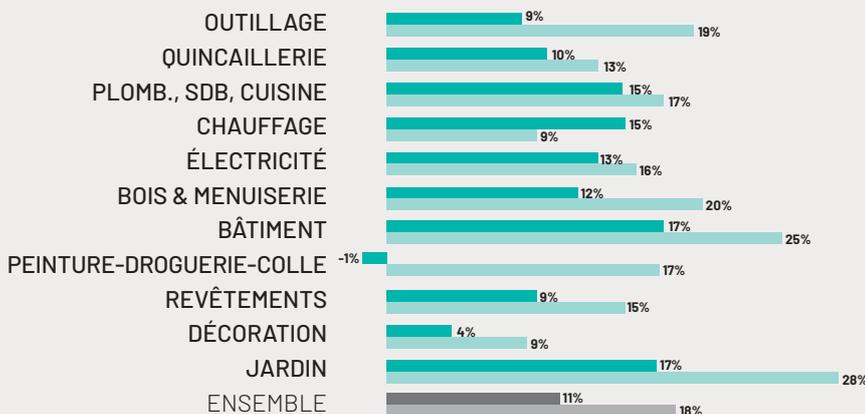
ÉVOLUTION ANNUELLE du marché du bricolage tous circuits confondus



DYNAMIQUES RAYONS : 2021/2020 et 2021/2019

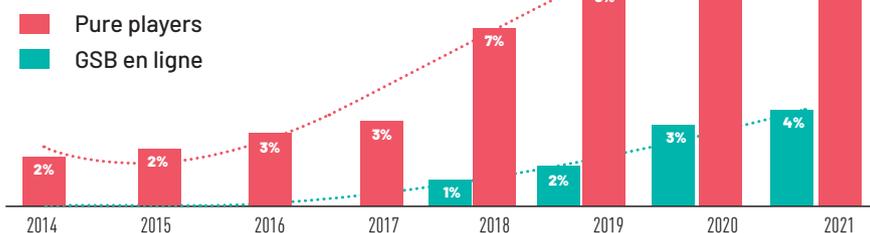
Évolution par rayons GSB, magasins et web

Ev 21 vs 20
Ev 21 vs 19



VENTES EN LIGNE : Les GSB accélèrent

Parts de marché en ligne sur le marché du bricolage.



LES NÉGOCES la plus forte croissance en 2021

La part de marché des négoces, tout comme celle de la GSB, connaît une croissance importante de +18%, dont +15% chez le Grand public. Une année record qui résulte d'une stratégie plus ciblée sur les particuliers et à une demande nettement en hausse.

Comme l'indique Laurent Frelat, Vice-président de Xerfi Specific, « la reprise de l'activité du négoce bâtiment en 2021 surprend par son ampleur : +18.4%. Cette dynamique qui profite principalement à la composante logement (construction neuve et plus encore entretien/amélioration) s'explique principalement par les facteurs exceptionnels qui ont animé simultanément le marché en 2021 :

- La demande (ampleur de la reprise économique, transfert des dépenses, aides au secteur, etc.)
- L'offre (utilisation renforcée de l'outil de production)
- La hausse des prix (flambée des prix à la production et ruptures d'approvisionnement). »



Juliette Lauzac, Chargée d'études INOHA

« Les causes de cette croissance sont solides. Tout d'abord, le niveau record de transactions dans l'ancien fournit depuis plusieurs années un réservoir de projets colossal. Ensuite le repli sur le foyer, amorcé puis ancré par une crise sanitaire qui n'en finit pas, a donné aux français l'envie d'investir, et de s'investir, dans leurs logements. Cela passe par un budget largement orienté vers la rénovation et la décoration, mais aussi par une montée en compétence des bricoleurs. Ces derniers n'hésitent plus à entreprendre les travaux techniques (maçonnerie, électricité...) auparavant réservés à des artisans qui, aujourd'hui débordés, peinent à répondre à la demande. Autant de facteurs qui ont nourri en 2021 une impressionnante activité sur le marché du Bricolage

INOHA

Toujours plus de services



Claude Delahaye,
 Directeur
 Immobilier,
 Construction et
 Développement
 chez Verspieren

« Nous avons conclu un partenariat avec INOHA dont nous fêtons le premier anniversaire. Au cours de cette année passée, nous avons mené un certain nombre d'actions. La principale est la création d'une commission, Risk Management et Assurance, pour débattre des problématiques propres à l'activité des adhérents. L'une de ces problématiques concerne par exemple les activités bois pour lesquelles les assurances ont pris des mesures de durcissement des conditions, voire de placement des risques. Nous avons donc exploré des solutions grâce aux échanges avec les membres et à notre expertise dans les activités des adhérents d'INOHA que nous connaissons bien. »

Deux nouveaux services sont proposés aux industriels du Nouvel Habitat pour les éclairer et les aider dans le développement de leur entreprise : la commission Risk Management et Assurance, animée par Verspieren et le conseil et l'expertise en finance avec le cabinet CEFIN.

- La commission Risk Management et Assurance, dédiée au management du risque et de la couverture assurance, a pour objectif de faire émerger et traiter des problématiques en termes d'assurance et de couverture des risques, et d'élaborer des contrats cadrer réservés aux adhérents.

Verspieren, courtier en assurance depuis cinq générations et animateur de cette commission, accompagne les entreprises adhérentes dans

l'élaboration du meilleur programme d'assurance pour elles afin de saisir les opportunités et de bâtir leurs projets.

- Le cabinet Conseil et Expertise Finance (CEFIN) accompagne pour sa part les industriels dans leur recherche de financement. Le cabinet a notamment mis en place une plateforme, « Financer l'industrie du Nouvel Habitat », dédiée aux industriels du Nouvel Habitat. Cette dernière permet d'identifier et de quantifier les besoins, de s'adresser aux

bons partenaires financiers et de porter sa demande jusqu'à son obtention.

<https://financerlindustriedunouvelhabitat.finsearch.fr>



RDV ÉCO & CO

Les RDV Éco & co sont des rencontres biannuelles entre un économiste et les industriels du Nouvel Habitat.

L'occasion pour les acteurs du secteur de s'enrichir de l'expertise de l'invité.

En 2021, INOHA a reçu l'économiste **Marc Touati**, qui a partagé en visio le 15 avril ses perspectives économiques et financières 2021-2022. Il a notamment apporté son éclairage sur les problématiques de la croissance mondiale, de l'évolution des cours des matières premières et sur les perspectives des taux d'intérêt.



Philippe Dessertine, quant à lui, a débattu sur la perspective de l'après COVID le 22 septembre. Lors de son intervention, le professeur de finance et de management de l'Université Paris Sorbonne a insisté notamment sur les risques de retour à une forte inflation.

ÉTUDES

Voir plus clair, voir plus loin

Tout au long de l'année, INOHA a publié plusieurs études pour aider les industriels du Nouvel Habitat à mieux appréhender le comportement des consommateurs et les tendances du marché.

- Lors de l'Assemblée générale du 23 juin, l'économiste Nicolas Bouzou a présenté les grands axes de l'étude sur « L'avenir du marché du bricolage : vers une croissance structurelle ». Sur 70 pages, l'économiste analyse les grands facteurs d'évolution du marché pour les années à venir : les déterminants du marché et l'évolution des prix, le vieillissement de la population et l'impact de la crise Covid... Il formule également des recommandations pour doper la croissance.

- Une étude sur le panorama des ventes online, réalisée par Juliette Lauzac, chargée d'étude d'INOHA, présente une cartographie globale et sectorielle des ventes en ligne et un comparatif des habitudes d'achat des Français entre 2014 et 2021.

- L'impact de la crise sanitaire sur le

désir d'habitat a été l'objet d'une étude réalisée par Reworld Media et Harris Interactive. Elle a été présentée lors des Inohadays, qui se sont tenus le 25 novembre 2021. Elle met en avant les évolutions des attentes des Français sur leur désir d'habitat entre 2018 et 2021 et les points de changements notables dus à la crise sanitaire.

- Enfin, l'association européenne des industriels du Nouvel Habitat HIMA, dont INOHA est membre, publie le bilan marché du secteur à l'échelle européenne et mondiale. En 2020 et malgré la crise sanitaire, le marché du bricolage et de la décoration a atteint 701 milliards d'euros, soit une augmentation exceptionnelle de 13,8 % par rapport à 2019.

(Ces études sont disponibles pour les adhérents par mail : contact@inoha.org)



Nicolas Bouzou, Économiste et auteur de l'étude « L'avenir du marché du bricolage » pour INOHA

« Principalement porté par sa croissance structurelle, le marché pourrait croître entre 1,3 % et 3,5 % (par rapport au niveau de 2019). La dépense de l'épargne accumulée par les ménages pendant les confinements, le recours aux achats en ligne et les déménagements liés au télétravail devraient faire croître le secteur. À l'inverse, un possible décalage de l'âge de départ à la retraite pourrait diminuer le temps libre et les dépenses affectés au bricolage mais sans que cela ne compense les tendances de croissance positives. »

INOHADAYS

Éclairer les industriels du Nouvel Habitat

Depuis 2018, INOHA propose à ses adhérents une journée de réflexion stratégique : Inohadays. Cette journée de conférences a pour but d'éclairer les industriels et de prendre de la hauteur sur les problématiques à venir dans le secteur.

Plus de 170 adhérents se sont réunis pour les Inohadays le 25 novembre 2021 à la Bibliothèque nationale de France (BnF) à Paris. Le thème portait sur « L'Habitat demain » avec un programme très riche et très dense : trois keynotes, quatre tables-rondes, des conférences...le tout alimenté par une étude réalisée par Reworld Media et Harris Interactive.

Pour poser les bases et mieux appréhender le sujet, l'événement a débuté par une conférence autour des « Nouveaux usages et qualité de l'habitat », présentée par la sociologue et spécialiste du sujet Monique Eleb.

La deuxième conférence, présentée par le cabinet de tendance Peclers, a donné une dimension marketing et 'inspirationnelle' de l'habitat de demain. Et pour clôturer, Corinne Demey, Directrice des études prospectives chez Leroy Merlin, a donné sa vision sur les grands enjeux et perspectives de l'Habitat demain.

Quatre tables-rondes ont permis d'élargir le sujet en abordant des angles spécifiques : le développement durable, l'économie des seniors, la place du jardin ou encore la relation habitat/santé. Des experts, des spécialistes de chaque thématique ont nourri les

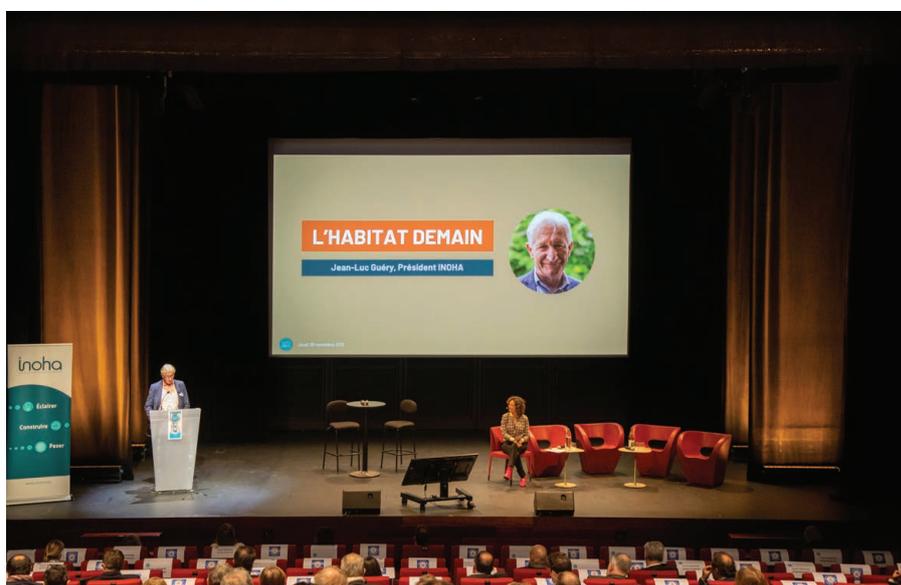
réflexions des adhérents.

Quel habitat demain ?

Le fil rouge de cette journée de réflexion était la présentation de l'étude « La crise sanitaire : quel impact sur le désir d'habitat ? Évolution des attentes des Français entre 2018 et 2021 ». Cette étude a mis en évidence les changements notables du rapport des Français à leur habitat, et principalement la crise sanitaire de 2020 qui lui a donné une nouvelle dimension comme valeur refuge.



A l'issue de la journée de travail, les participants n'ont eu qu'à traverser la Seine pour prendre part à la Nuit by Inoha (voir p 23) qui a permis de poursuivre les échanges dans un cadre convivial et amical.



Pourquoi organiser les Inohadays ?

Inohadays, avec La Nuit by Inoha, constitue le grand rendez-vous des adhérents d'INOHA et de la filière dans son ensemble. Pour les industriels, cette journée leur permet non seulement de sortir de leur quotidien et prendre du recul sur des sujets plus « prospectifs », mais aussi de rencontrer les principaux distributeurs dans une ambiance conviviale et propice aux partages.

Il est essentiel de proposer à nos adhérents cette journée afin de les éclairer sur des thématiques générales mais importantes afin d'élargir leur vision du Nouvel Habitat et d'alimenter leur réflexion stratégique.

Comment a été défini la thématique de 2021 ?

La crise sanitaire a été un accélérateur de beaucoup de tendances. Il était important de voir celles qui avaient impactées l'Habitat et nos marchés. Ainsi, la thématique semblait assez évidente.

Ensuite, nous avons constitué un comité de pilotage composé d'administrateurs mais aussi de partenaires pour nous aider à monter le programme et trouver les bons intervenants.

Quelles sont les enseignements de cette journée ?

Grâce à l'étude sur l'évolution des attentes des Français

**Cette journée permet
réellement à nos
adhérents
d'alimenter leur
réflexion stratégique**

entre 2018 et 2021 réalisée par Reworld Media et Harris Interactive, nous avons pu avoir une photographie exacte de l'impact de la crise sanitaire sur la consommation mais aussi sur la valeur donnée à l'habitat.

En effet, pour 44 % des Français interrogés, l'habitat a pris plus d'importance qu'il y a 3 ans. 69 % ont le sentiment de s'être davantage occupé de leur intérieur et/ou de leur jardin.

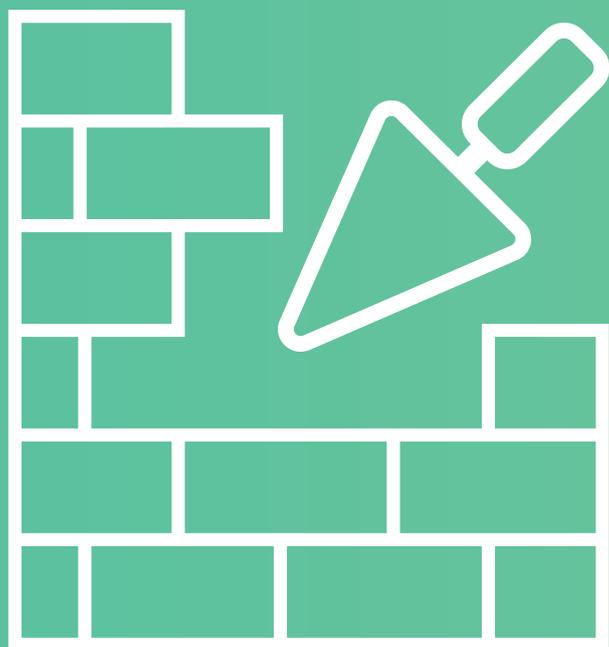
Un fait notoire que nous avons appris grâce à cette étude est l'amélioration de l'habitat des Français. Si 95 % se sentent bien chez eux, 84 % d'entre eux apprécient de l'équiper et de l'améliorer. Certaines attentes ont fortement augmenté en 3 ans comme la sécurité du logement qui a grimpé de + 10 points (soit 45 %), le confort à + 7 points (soit 44 %) ou encore la bonne connexion internet à + 10 points (soit 39 %) mais aussi plus écoresponsable.

Des enseignements riches qui nous permettront, à nous industriels, d'adapter nos offres et innovations produits/services à ces évolutions de comportements et de besoins de nos consommateurs dans leur « Nouvel Habitat ».



3 QUESTIONS À JEAN-ROBERT MARENCO, TRÉSORIER D'INOHA





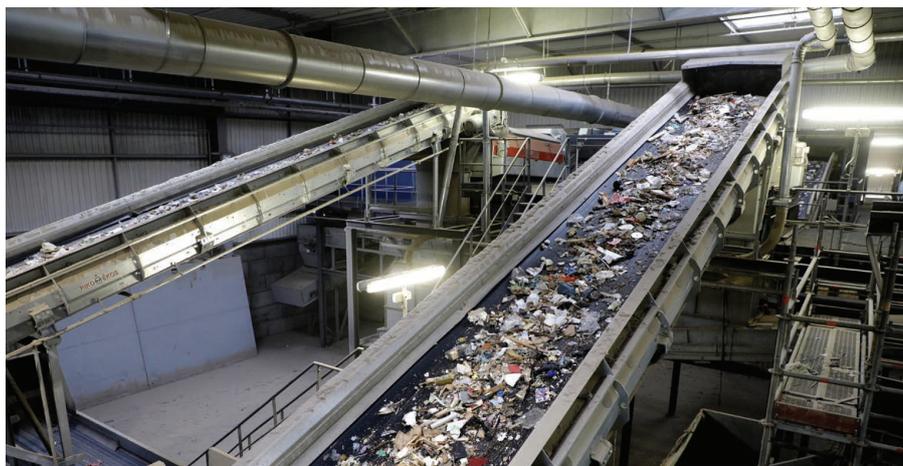
- CONSTRUIRE -

Construire ensemble l'avenir, en partageant les bonnes pratiques, en montant en compétences, en nouant des partenariats et en mutualisant des solutions...

LA REP

Mise en place effective

La loi AGEC de 2020 a prévu la mise en place du dispositif de la Responsabilité Élargie des Producteurs (REP) pour les articles de bricolage et de jardin au 1^{er} janvier 2022.



Ces deux dernières années, INOHA a œuvré avec les différents éco-organismes pour mettre en place cette REP et accompagner les adhérents d'INOHA sur le sujet.

Une REP qu'est-ce que c'est ?

Le dispositif des Responsabilité Élargie du Producteur (REP) a pour objectif d'agir sur l'ensemble du cycle de vie des produits : l'écoconception des produits, la prévention des déchets, l'allongement de la durée d'usage, la gestion de fin de vie.

La REP transfère tout ou partie des coûts de gestion des déchets vers

les producteurs. Ce sont donc les entreprises responsables de la mise sur le marché français des produits qui sont responsables de l'ensemble du 'cycle de vie' de ces produits, depuis leur conception jusqu'à leur fin de vie.

Pour s'acquitter de leurs obligations, les producteurs ont le choix de mettre en place des structures collectives à but non lucratif, appelées éco-organismes ou de former leur propre système individuel.

Trois éco-organismes vont opérer sur notre secteur : Eco DDS sur l'outillage du peintre, Ecologic sur les machines et appareils motorisés thermique et Eco mobilier sur les matériels de bricolage,



L'éco contribution visible : un chantier non achevé

INOHA prône la mise en place d'une contribution visible, à l'exemple de ce qui se pratique pour l'électroménager, pour permettre la montée en puissance de la REP et prendre en compte les déchets historiques, liés à la durée de vie des produits qui est extrêmement longue. Mais pour cela il est nécessaire de changer la loi. Un chantier qui reste une priorité d'INOHA et qui sera porté auprès des pouvoirs publics et des représentants de la nouvelle Assemblée Nationale.

dont l'outillage à main, autre que ceux cités précédemment, les produits et matériels destinés à l'entretien et l'aménagement du jardin, à l'exception des ornements décoratifs et des piscines.

les 3 éco-organismes du secteur



CODE DE BONNE CONDUITE

Créer de la valeur pour la filière

L'année 2021 aura été marquée par de très nombreux échanges avec la Fédération des Magasins du Bricolage pour mettre à jour le Code de Bonne Conduite des pratiques commerciales entre fournisseurs et distributeurs de produits de bricolage.



Jean Luc Guéry, président d'INOHA et Mathieu Pivain, président de la FMB, devraient signer prochainement la quatrième édition du Code de Bonne Conduite des pratiques commerciales INOHA/FMB dont la première version remonte à 1993. Un dernier point est en attente d'une acceptation par la FMB suite à la validation d'un point par le Gouvernement.

Les discussions, menées côté INOHA par Jean-Luc Guéry, Jean-Éric Riche, Jean-Noldi Paoletta et Pierre-Emmanuel Bois, avec le concours de Maître Laetitia Lemmouchi Maire, ont permis un toilettage nécessaire au regard des évolutions législatives et de

la transformation du secteur.

Le document sera disponible en téléchargement pour les adhérents sur le site inoha.org



De façon très synthétique, voici les principales précisions apportées par le Code de Bonne Conduite dans sa nouvelle version :

Tarif et conditions tarifaires

Confirmation de la place du tarif du Fournisseur comme socle de la négociation commerciale et explicitation des conditions tarifaires (caractéristiques et modalités d'octroi).

Partenariat commercial

Définition d'un calendrier d'échanges entre Fournisseurs et Distributeurs :

- au plus tard le 1^{er} décembre de chaque année, communication par le Fournisseur de son tarif brut et de ses conditions de vente applicables pour l'année suivante.

QUESTIONS À



JEAN-ÉRIC RICHE
PRÉSIDENT D'HONNEUR

&



JEAN-NOLDI PAOLELLA
VICE-PRÉSIDENT D'INOHA

Quels grands enseignements retirez-vous de cette année de discussions pour aboutir à la signature de ce Code de Bonne Conduite ?

Tout d'abord, mais c'est une lapalissade, il faut discuter. Échanger, se parler, est toujours nécessaire et profitable à la bonne compréhension des attentes de son interlocuteur. Et même si nous ne sommes pas toujours d'accord c'est en échangeant que l'on trouve les solutions. Nous saluons la qualité des discussions que nous avons eu avec la délégation de la FMB emmenée par son Président Mathieu Pivain et son Vice-Président

**Des discussions
d'une grande
qualité avec la FMB**

Paul Cassagnol. Ce qui est vrai au niveau de la FMB et d'INOHA doit l'être au niveau de chaque industriel et distributeur. Il est impératif de se parler et d'échanger. C'est encore plus nécessaire dans le contexte dans lequel nous sommes depuis 2 ans, d'incertitudes et d'imprévisibilités.

Quel est l'objectif de ce code ?

L'objectif premier est de créer toujours plus de valeur pour la filière en facilitant les relations entre distributeurs et industriels. Cela nous donne un cadre de référence, cela rappelle les attentes des uns et des autres et structure les discussions. Cela permet aussi de faire de la pédagogie et surtout ce code à force de loi pour les adhérents d'INOHA et de la FMB.

Quelles sont les principales évolutions du nouveau code ?

Les discussions ont permis d'apporter un grand nombre de précisions sur les tarifs, les partenariats commerciaux, les pénalités et la chaîne logistique.... Cela nous a permis également de réaffirmer que la durée de la relation était un élément important pour le déréférencement. Enfin, nos discussions sur le code ont fait émerger d'autres travaux comme les datas produits et la nécessité d'avoir un langage commun entre industriels et distributeurs. Nous avons créé un groupe qui travaille efficacement sur le sujet.

- au plus tard le 31 décembre, communication par le Distributeur de ses éventuelles conditions d'achats et/ou logistiques, ou toute autre condition, et son projet d'accord commercial.
- engagement de chaque Partie de s'efforcer d'analyser et de présenter ses éventuelles observations sur ces documents échangés dans un délai d'un mois à compter de leur réception.
- en cours d'accord, engagement du Fournisseur à communiquer, par tout moyen écrit, toute demande de changement du tarif applicable dans le respect du délai de préavis convenu contractuellement avec son client, ce délai étant au maximum de

huit semaines.

Pénalités

- affirmation de l'importance de privilégier des échanges en vue de la mise en place d'actions correctives permettant d'éviter les incidents récurrents et de favoriser une amélioration continue de la relation et des procédures.
- énoncé des conditions acceptables de pénalisation selon le nouvel article L. 441-17 du Code de commerce.

Chaîne logistique et amélioration du service

Énoncé détaillé de règles applicables

aux Fournisseurs et aux Distributeurs à toutes les étapes de la chaîne logistique dont notamment :

- pour les Fournisseurs : fourniture de produits conformes, livraisons à la date convenue, etc.
- pour les Distributeurs : respect des minimums, des maximums et/ou des multiples de commandes, respect des modalités de commandes convenues, etc.
- incitation à la mise en œuvre de points d'échanges réguliers.
- énoncé d'un schéma de retours des produits.

RSE

INOHA s'engage

C'est un nouvel axe de travail pour INOHA issu de sa réflexion stratégique. Et c'est une des priorités affichées pour les prochaines années : accompagner les industriels dans leurs démarches RSE, les aider à développer des offres durables et construire une filière à impact positif.

Le 15 décembre 2021 les membres du Conseil d'Administration ont validé la feuille de route stratégique pour engager et accompagner la filière du Nouvel Habitat dans sa démarche RSE (responsabilité sociétale des entreprises).

En éclairant ses adhérents sur les enjeux de la RSE, sur les meilleures pratiques et en les guidant dans les différentes démarches d'évaluation.

- organiser la pédagogie RSE auprès des adhérents / mettre en place le partage de bonnes pratiques.
- sélectionner des partenaires pertinents pour aider les adhérents à répondre à leurs enjeux de responsabilité sociétale.
- aider les industriels à promouvoir l'utilisation responsable de leurs produits et services par l'utilisateur.

En construisant des solutions qui contribueront à bâtir une filière à impact positif et à développer des offres durables.

- Faire une étude comparative d'impacts RSE entre sourcing France/Europe et sourcing reste du monde.

- Mettre en place une méthodologie de référence pour la mesure de l'empreinte carbone et construire des stratégies 'bas carbone' pour la filière.

- Développer une charte de pratiques et d'engagements RSE pour les adhérents.

En pesant à la fois sur la conception de la réglementation et sur la mise en oeuvre équitable des pratiques commerciales.

- Faire du lobbying pour contribuer à la mise en oeuvre des dispositifs de REP (Responsabilité Élargie du Producteur).
- Bâtir un référentiel commun pour les questionnaires fournisseurs des distributeurs.
- Communiquer auprès des parties prenantes sur les engagements et les pratiques des industriels du Nouvel Habitat.



Don en Nature : Une solution très RSE

Lors de l'Assemblée Générale du 23 juin 2021, Jean-Luc Guéry Président d'INOHA a signé une convention de partenariat avec l'agence du Don en nature, représentée par son Directeur Général, Romain Canler.

Reconnue d'intérêt général, l'Agence du Don en Nature collecte des produits neufs-non alimentaires (invendus, obsolètes) auprès des industriels pour les redistribuer à un large réseau associatif œuvrant dans la lutte contre l'exclusion. Un partenariat de ce type permet aux adhérents d'INOHA d'une part de sécuriser le réemploi des invendus (qu'il sera interdit de détruire à partir du 1^{er} janvier 2023) et d'autre part de renforcer en même temps leur engagement RSE.



RENDEZ-VOUS !

Notez déjà dans vos agendas, la date du 1^{er} décembre : **les prochains Inohadays consacrés à la RSE.**



Delphine de Labarrière

Nouvelle responsable RSE et échanges de bonnes pratiques chez INOHA

Arrivée le 11 mai, Delphine de Labarrière a passé 15 ans au Consortium Stade de France, filiale des groupes Bouygues et Vinci comme Responsable développement durable. A ce poste, elle a, entre autres, défini et structuré la démarche RSE de l'entreprise, élaboré les indicateurs RSE et piloté la politique déchets.



Romain Canler,

Directeur Général de l'agence du Don en Nature

« Alors que la précarité progresse régulièrement dans notre pays depuis une vingtaine d'année et que la crise sanitaire a frappé durement certaines populations déjà fragilisées, les produits des adhérents d'INOHA peuvent être utiles à un grand nombre d'associations. L'engagement collectif d'INOHA est donc particulièrement précieux pour l'Agence du Don en Nature et les associations que nous accompagnons. Cette démarche est à la fois exemplaire et innovante puisque c'est la première fois qu'une association professionnelle s'engage formellement sur ce sujet du Don de produits non-alimentaires, en France. »



3 QUESTIONS À LAURE EMPEREUR, ADMINISTRATRICE INOHA

Pourquoi avoir fait de la RSE un axe prioritaire de la stratégie d'INOHA pour les prochaines années ?

Le sujet de la RSE est devenu incontournable pour les entreprises, quels que soient leur secteur d'activité ou leur taille. Clients, collaborateurs, parties prenantes, financeurs, chacun attend de l'entreprise qu'elle s'occupe de son impact - et ceux de ses produits - sur le climat, de sa responsabilité sociétale et de sa bonne gouvernance. Sans parler de la pression réglementaire sur ces sujets. Nous nous devons donc d'accompagner nos adhérents pour que notre filière soit en ligne avec les attentes sociétales et environnementales.

En quoi consiste les grands axes de cette stratégie ?

Nos actions sur la RSE sont structurées autour de trois axes. D'abord, nous éclairerons les adhérents sur les enjeux de la RSE, sur les meilleures pratiques, et en les guidant dans les différentes démarches d'évaluations. Ensuite, nous mettrons en place des actions collectives pour permettre de construire une filière à impact positif et nous les accompagnerons au développement des offres durables. Enfin, nous chercherons à peser sur la conception de la réglementation et sur la mise en œuvre équitable des pratiques commerciales.

Quelles seront les actions qui vont en découler ?

En 2022, nous avons la 'REP ABJ', filière de recyclage des articles de bricolage et de jardin (voir p13), qui se met en place avec trois Eco-organismes, ECO DDS, Ecologic et Eco mobilier. C'est un sujet d'importance pour nos adhérents et nous allons les accompagner sur sa mise en place et travailler, à cette occasion, sur la fin de vie des produits. Nous lançons dès cette année un programme d'accompagnement des adhérents à la décarbonation en partenariat avec l'ADEME. Nous proposons également à nos adhérents trois formations sur la RSE avec différents niveaux pour prendre en compte leur maturité sur le sujet. Nous organiserons le 1^{er} décembre prochain nos « Inohadays » sur la RSE où nous parlerons, entre autres, 'Fabrication locale', éco conception, cycle de vie des produits... Pour travailler efficacement sur ces sujets nous avons recruté une nouvelle collaboratrice, Delphine de Labarrière, qui nous apportera ses compétences et nous accompagnera pour présenter au Conseil d'Administration, d'ici la fin de l'année, un plan d'actions. Les enjeux sont très importants pour les industriels et les prochaines années seront marquées par une implication forte d'INOHA sur ces sujets.



- PESER -

Peser auprès de la distribution
et des pouvoirs publics et agir,
en apportant de l'expertise
et en dialoguant, pour faire valoir
leurs intérêts...

MATIÈRES PREMIÈRES

Hautes Tensions !

Alors que le marché du Nouvel Habitat a connu un essor exceptionnel en 2020 et 2021, les industriels accusaient dans le même temps une hausse du coût et des délais d'approvisionnements sur les matières premières. Une constante tout au long de l'année 2021... et probablement au-delà.



Dès le 4 janvier 2021, INOHA a sensibilisé la Fédération des Magasins de Bricolage (FMB) sur les difficultés d'approvisionnement en matières premières, notamment le sourcing en Chine. Un communiqué de presse, le 11 février, réaffirmait l'inquiétude d'INOHA.

Dans une lettre du 1^{er} mars au président de la FMB, Mathieu Pivain, le président d'INOHA Jean-Luc Guéry a rappelé que cette situation - liée à la situation économique mondiale du « stop and go » et à la pénurie sur certaines matières premières - laissait présager le doublement voire le triplement des délais de livraison. L'objectif était d'interpeller la distribution sur les difficultés que les industriels rencontraient et de lancer un moratoire sur l'application des pénalités jusqu'à la fin du premier semestre 2021, comme

le recommandait la CEPC (Commission d'Examen des Pratiques Commerciales).

Trois axes d'intervention

Par la suite, INOHA a notamment interpellé le ministre de l'Économie et des Finances dans un courrier envoyé le 15 avril, au sujet des ruptures et des hausses des matières premières et pour demander un moratoire.

Après plusieurs échanges, Bercy a communiqué sur les mesures en matière de relations commerciales, jugées peu satisfaisantes pour les industriels. INOHA, auditionnée par le Médiateur des entreprises le 28 juin, a mentionné les difficultés importantes rencontrées par les industriels et a demandé au Gouvernement d'agir dans trois directions :

- **Obtention d'un délai de deux mois**

minimums pour les changements de tarif des matières premières afin d'éviter « l'effet ciseau ».

- **Pratique du « Name & Shame »** pour les fournisseurs qui auraient des agissements contraires à l'éthique des affaires.

- **Mise en place d'un moratoire** sur les pénalités de retard.

À l'été 2021, le ministère a diffusé une Circulaire pour les acheteurs de l'État leur demandant de ne pas appliquer de pénalités en cas de retard dans la livraison des marchés publics en raison de cette pénurie.

Aujourd'hui, cette problématique reste plus que jamais d'actualité et INOHA continue à peser face aux parties prenantes pour mieux défendre les intérêts de ses adhérents.

EUROPE

Ensemble avec l'HIMA



Réunion du Board de l'HIMA à Paris

INOHA a été très fière d'accueillir le Board de l'HIMA (Home Improvement Manufacturers Association) le 16 novembre 2021 à Paris. Jean-Eric Riche et Stéphane Dalimier, représentants d'INOHA, ont accueilli leurs collègues européens, une première depuis la crise du COVID en 2020. Une journée de travail où il a été question des matières premières, de l'état du marché et des réglementations RSE.



Reinhard Wolff, Président de l'HIMA

« Principalement « l'HIMA offre à ses entreprises membres l'avantage concurrentiel qui découle de leur appartenance à une association nationale et à un réseau international.

L'HIMA se concentrera sur l'engagement avec ses membres, en proposant des activités et des initiatives de nature stratégique et axées sur les défis futurs dans le monde entier. Nous continuons d'étendre et d'adapter nos services aux membres, d'offrir un large éventail de données sur le marché, d'améliorer la qualité de nos événements de mise en réseau comme nous l'avons fait avec le Global DIY Summit, de représenter les intérêts de notre industrie au niveau international. Grâce à ces initiatives, nous prévoyons une expansion internationale considérable de notre association dans les années à venir. »

MOBILISATION SUR LES PÉNALITÉS LOGISTIQUES : PLUS FORT ENSEMBLE

L'HIMA (Home Improvement Manufacturers Association), dont INOHA est membre, et l'EDRA (European DIY-Retail Association) ont établi au mois de juin 2021 une position commune sur les pénalités logistiques engendrées par la crise sanitaire. « Nous appelons toutes les parties prenantes du réseau de la chaîne d'approvisionnement à trouver des solutions raisonnables en cas d'éventuels goulets de livraison et de perturbations de la chaîne d'approvisionnement pendant cette période des plus difficiles, et à ne pas recourir immédiatement à des moyens juridiques et à des pénalités » ont rappelé l'HIMA et l'EDRA dans un communiqué du 30 juin 2021. Cette position a été relayée par les associations membres de l'HIMA et l'EDRA auprès de la presse de leurs pays mais également auprès des distributeurs et des gouvernements.



PRESSE ET RÉSEAUX SOCIAUX

Des outils indispensables



RENDEZ-VOUS MINISTÉRIELS

Janvier : Conseillers d'Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée à l'Industrie.

Février : Conseillers d'Alain Griset, ministre délégué aux PME.

Février Conseillers de Barbara Pompilli, ministre de l'Environnement.

Mars : Amendement déposé dans le cadre de la loi climat et résilience à l'Assemblée nationale et en mai au Sénat.

Avril : Audition d'INOHA au Sénat dans le cadre de la loi climat et résilience par Martha de Cidrac, sénateur des Yvelines.

Mi-Juillet : 8 fédérations de la filière (AXEMA, SEDIMA, SECIMPAC, FFBroserie, INOHA, SIO, FMB) écrivent à Agnès Pannier-Runacher et Alain Griset.

Septembre : rencontre à Bercy avec les conseillers d'Alain Griset, ministre délégué aux PME.

L'année 2021 a été une année dynamique pour INOHA et ses activités et cela s'est ressentie dans ses actions presse.

Pas moins de 10 actions presse ont été menées, contre 4 en 2020. La pénurie des matières premières, la présentation du nouveau Conseil d'Administration et du plan stratégique 2025 ou encore l'impact de la crise sanitaire sur le désir d'habitat des Français ont notamment figurés parmi les sujets développés.

Ces actions ont engendré 357 coupures presse contre 130 en 2020, soit 205 retombées presse dans la presse grand public et 149 dans la presse professionnelle. Ces dernières ont généré une audience de 298 millions de lecteurs au total sur l'année.

Quant aux réseaux sociaux, le compte LinkedIn d'INOHA continue sa progression entamée depuis quelques années maintenant, passant de 1 292 abonnés en 2020 à 1 705 en 2021. Le

profil de nos abonnés est le reflet du secteur du Nouvel Habitat : le compte regroupe des adhérents comme des distributeurs, des partenaires et des acteurs proches de notre écosystème.



Piet De Coninck, NOUVEAU DIRECTEUR DE L'HIMA

Fort de plus de 30 ans d'expérience dans le secteur du bricolage et de l'habitat, Piet de Coninck a pris ses fonctions le 1^{er} octobre 2021.

NOUVEAUX ADHÉRENTS

Plus forts unis !

15 ENTREPRISES ONT REJOINT INOHA EN 2021.

Grâce à ses nouveaux adhérents, INOHA gagne encore en représentativité et peut donc mieux porter les actions collectives de la filière.

- **ADIB**
Revêtement
- **BELLOTA HERRAMIENTAS SAU**
Outillage
- **BRAVO EUROPE France**
Bâtiment
- **CHAUVAT PORTES**
Bois et menuiserie
- **HG France**
Peinture – droguerie...
- **ISIK PLASTIK**
Bâtiment
- **KAZED**
Bois et menuiserie
- **MARILINE**
Jardin
- **RICA LEVY INTERNATIONAL**
Outillage
- **SEMIN SAS**
Bâtiment
- **TATAY France**
Plomberie – salles de bain – cuisine
- **URSA France**
Bâtiment
- **WD40 France**
Outillage
- **ZEHNDER GROUP France** : Chauffage



Inna Fleury,
Directrice commerciale France
chez Isik Plastic

« Ces premiers mois au sein d'INOHA ont été enrichissants non seulement

professionnellement, mais également personnellement grâce aux rencontres et aux échanges sur des problématiques concrètes de nos clients cibles, des expériences et des perspectives du secteur. Les projets et les sujets traités sont toujours pertinents et répondent à une vraie demande du marché Français en perpétuelle évolution, accentuée encore plus durant la pandémie. De plus, l'entraide entre les membres est tout simplement remarquable et appréciable pour un nouvel acteur en France. Ravie de faire partie du réseau incontestablement professionnel et convivial ! »



Meilleur Ambassadeur

Dans le cadre de son opération « parrainages », INOHA a récompensé pour la première fois le « Meilleur Ambassadeur ». L'objectif de ce prix est de mettre en valeur l'adhérent qui promeut le mieux l'association auprès des industriels de la filière afin de construire une communauté plus forte.

Le 25 novembre, Clément des Boscs, Directeur Commercial de Reca Peintures, a remporté ce prix.



« Je suis ravi d'avoir pu contribuer au rayonnement d'INOHA dans mon entourage professionnel

et au recrutement de nouveaux membres. Ainsi, chacun d'entre nous peut participer, à son niveau, à la croissance de notre belle Association. »

Clément des Boscs, Directeur commercial chez Reca Peintures

TROPHÉES INOHA

Une filière qui bouge

Lors de la 6^{ème} édition de la Nuit by Inoha, organisée le 25 novembre dernier au Musée des Arts Forains, quatre Trophées ont été décernés à des entreprises pour leur démarche engagée et novatrice dans l'une des 3 catégories du concours : Innovation, Communication, RSE, plus un coup de coeur du jury*.

**Membres du Jury : Caroline Hupin, Déléguée Générale de la FMB - Etienne Bodin, Délégué Général des Jardineries et Animaleries de France - Philippe Berna, Responsable du Pôle Innovation et Numérique de la Médiation des Entreprises - Céline Chahi, Rédactrice en Chef de Maison & Travaux - Guillaume Fédèle, journaliste au magazine Négoce - Jean-Luc Guéry, Président INOHA.*



TROPHÉE DE L'INNOVATION



Recticel Insulation et sa marque **Simfocor** qui est une solution innovante établissant de nouveaux standards dans le secteur de l'isolation acoustique.

TROPHÉE RSE



PPG et sa marque **Ripolin**. Afin de se positionner comme un acteur du changement au travers d'actions responsables et innovantes sur le marché de la peinture, PPG s'engage depuis 2009, au travers de sa marque à forte notoriété, Ripolin, en faveur de l'Environnement et de la Santé tout en préservant la performance, la qualité et l'accessibilité de ses produits.

TROPHÉE COMMUNICATION



Brunel Chimie Dérivés spécialiste des produits d'entretien pour la maison, récompensée pour sa campagne de communication à 360° de sa marque **Starwax**.

COUP DE CŒUR DU JURY



Un Coup de Cœur du Jury a été décerné à **Swap-Europe** du **Groupe Builder** pour son service de reconditionnement. Engagé dans l'économie circulaire, Builder Systems a créé une filière de reconditionnement. Unique sur le marché, Swap Reused propose aux enseignes de la GSB et du e-commerce, depuis 2021, la collecte et le reconditionnement d'outils de jardin et de bricolage.



Philippe Berna,
Responsable du Pôle Innovation et Numérique de la Médiation des Entreprises

« Les entreprises sélectionnées ont su mobiliser toute leur créativité. J'en veux pour preuve le choix du trophée innovation qui s'est porté sur un projet qui a su montrer qu'un produit arrivé en fin de vie peut donner une nouvelle existence à un produit très innovant... une boucle vertueuse et tellement responsable ! »

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

A l'issue des élections du 4 juin 2021, le Conseil d'Administration d'INOHA est composé de 22 membres : sept membres du Bureau, huit élus représentants les secteurs, cinq élus représentants les régions, et deux élus représentants les différentes tailles d'entreprises.

LE BUREAU



Jean-Luc GUÉRY
Président d'INOHA
OPTIMUM



Jean-Éric RICHE
Président d'Honneur



Jean-Noldi PAOLELLA
Vice-Président
Jusqu'en décembre 2021
LEGRAND FRANCE



Thomas RABANIT
Vice-Président,
depuis janvier 2022
LEGRAND FRANCE



Katty STAHL
Vice-Président
FOREST STYLE



Christian GUILLOU
Secrétaire
NORDLINGER PRO



Jean-Robert MARENCO
Trésorier
GROUPE ATLANTIC



Jean-Pierre DANO
Secrétaire



Pierre-Emmanuel BOIS
Délégué Général

LES REPRÉSENTANTS DES SECTEURS D'ACTIVITÉ



OUTILLAGE
Philippe DONNET
TTI / RYOBI & AEG



ELECTRICITE
Bertrand DELHOM
SCANELEC
GROUPE SCHNEIDER
ELECTRIC FRANCE



BATIMENT
Jérémy POLLET
SOPREMA



BOIS ET DÉRIVÉS
Katty STAHL
FOREST STYLE



PLOMBERIE / SANITAIRE / CHAUFFAGE
Laure EMPEREUR
EDOUARD ROUSSEAU SAS



DECORATION
Clément des BOSCS
RECA PEINTURES



QUINCAILLERIE
André WINTERHOFF
ABUS France



JARDIN
Philippe OPALINSKI
SPEAR & JACKSON

LES REPRÉSENTANTS DES RÉGIONS



NORD EST
Jean BLEU
BURGER



NORD OUEST
Jean-Michel COGNON
WIRQUIN Plastiques



SUD EST
Laurent GALL
AC MARCA IDEAL



SUD OUEST
Florent FOCESATO
HBF



ÎLE-DE-FRANCE
Didier MAURON
WOLFCRAFT

LES REPRÉSENTANTS PAR TAILLE D'ENTREPRISE



+ DE 20 MILLIONS DE CA
Stanislas BAUDRY
BRUNEL



- DE 20 MILLIONS DE CA
Xavier LAMBERT
CORYL ETS L. LAMBERT

LES COLLABORATEURS D'INOHA

Pierre-Emmanuel Bois

Délégué Général
Email : pebois@inoha.org
Tel. : 06 07 90 26 71

Michel Fourmy

Responsable de l'Offre
Email : mfourmy@inoha.org
Tel. : 06 58 06 06 79

Daniel Briard

Responsable développement
et relations adhérents
Email : dbriard@inoha.org
Tel. : 07 60 01 06 88

Delphine de Labarrière

Responsable RSE
Email : ddelabarriere@inoha.org
Tel. : 06 59 91 03 40

Juliette Lauzac

Chargée d'études (externalisée)
Email : juliette.lauzac@gmail.com

Lalaina Andriamasy

Chargée de communication
Email : landriamasy@inoha.org
Tel. : 06 58 06 06 28

Véronique Bourbier

Assistante de Direction
Email : vbourbier@inoha.org
Tel. : 01 53 42 36 50

José-Miguel Olaso

Comptable
Email : jmolaso@inoha.org
Tel. : 01 53 42 36 46

inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT



Les membre du Conseil d'Administration d'INOHA

MEMBRES ASSOCIÉS GOLD



MEMBRES ASSOCIÉS



MEMBRES ASSOCIÉS PREMIUM



PARTENAIRE



Rédaction : INOHA

Conception / réalisation :
agence ZZB - juin 2022

Crédits photo : DR, Inoha,
Istockphotos, Thinkstock,
© Eco-mobilier (p.13), © François
Daburon (p.13)



inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

10 rue de Sèze
75009 PARIS
Tél.: 01 53 42 36 42
Email : contact@inoha.org

inoha.org

Linked 

twitter 