

## L'avenir du marché du bricolage : Quelles sont les opportunités de croissance d'ici 2030 ?



Nicolas BOUZOU, cabinet ASTERES

En 2020, le marché du bricolage, en progression de 13% par rapport à 2019, a été favorisé par les confinements liés à la crise sanitaire et par le développement du télétravail. Il a, en effet, bénéficié de l'engouement des Français pour l'amélioration de leur habitat, valeur refuge en ces temps de pandémie.

Compte-tenu de ces évolutions de comportements, l'étude prévisionnelle réalisée par le cabinet ASTERES dirigé par Nicolas Bouzou pour Inoha, l'Association des Industriels du Nouvel Habitat, dévoile les opportunités de croissance du marché à moyen terme.

### Trois facteurs déterminants du marché du bricolage

Les dépenses des Français dans le secteur du bricolage dépendent de la rencontre de trois facteurs indissociables :

- la hausse de leur revenu disponible brut, qui connaît une progression annuelle moyenne de 2,9% depuis 2019,
- l'augmentation de leur temps libre. La part de pratiquants augmente avec l'âge, avant de chuter brutalement après 70 ans. Ainsi, 4% des jeunes de moins de 25 ans passent en moyenne 4 minutes /jour à bricoler. Cette proportion double quasiment dans les années qui suivent pour atteindre 15% des 55 à 64 ans qui s'adonnent à cette activité à raison de 20 minutes quotidiennes.
- l'existence de projets immobiliers. Plus encore que l'accession à la propriété qui reste un des moteurs de la croissance du marché du bricolage, la surface des logements influe sur les dépenses en outillage. En effet, les ménages vivant en maison dépensent 3 fois plus (307 euros en moyenne par an en 2020) que ceux vivant en appartement (92 euros).

En 2020, les facteurs « revenu » et « temps libre » ont été des catalyseurs qui ont pleinement contribué à la bonne santé du secteur.

Au-delà de ces éléments clés, le cabinet ASTERES a identifié les opportunités qui devraient profiter à moyen terme au secteur du bricolage.

## La croissance boostée par l'effet Covid-19

A court terme, les changements d'habitude provoqués par la crise de la Covid-19 pourraient aussi continuer à jouer en faveur du marché si :

- les ménages dépensaient 20% de l'épargne supplémentaire accumulée pendant la crise, estimée à 180 Mds € par La Banque de France (= **+2%** de croissance jusqu'à fin 2022) ;
- 30% des télétravailleurs déménageaient, notamment en zone rurale, (= **+1,3%**) ;
- la part des Français bricolant plus depuis les confinements se maintenait. Le chiffre d'affaires du secteur augmenterait alors de **+2,7%** par an ;
- le e-commerce continuait à se développer, suivant une hypothèse d'accélération liée à la pandémie (= **+ 2,6% d'ici 2030**).

## Le vieillissement de la population, une tendance profitable

Le vieillissement de la population, surtout s'il s'effectue en bonne santé passés 65 ans, devrait lui aussi avoir un impact positif sur le marché. Les jeunes retraités actuels représentent une génération extraordinaire à deux égards : ils ont non seulement tiré profit d'un départ à la retraite tôt et en bonne santé mais ils ont, en plus, bénéficié d'un revenu disponible inédit. Ce sont également eux qui consomment le plus d'outillage (environ 409 euros par ménage), soit le double que les trentenaires et les quadras ! Cette tendance soutiendra le marché du bricolage grâce à un budget des ménages alloué à l'outillage qui pourrait augmenter de **2,7% d'ici 2030**.

## Des relais de croissance supplémentaires

En conclusion de cette étude prévisionnelle, Nicolas Bouzou suggère à la filière des pistes de réflexion stratégiques pour soutenir la croissance du secteur. Parmi celles-ci, citons :

- l'accompagnement dans la montée en compétences techniques des trentenaires et des plus jeunes montrant une forte appétence pour le bricolage afin d'en faire des experts ;
- la mise en place d'une stratégie écologique avec une vision, un label unique et des outils de mesure ;
- l'investissement dans la patrimonialisation reposant sur les territoires, les savoir-faire et l'histoire.

« L'étude du cabinet de Nicolas Bouzou nous donne de belles perspectives et nous montre que c'est ensemble, distributeurs et industriels, que nous pourrions créer de la valeur notamment en construisant une stratégie écologique pour la filière » indique Jean-Luc Guéry, Président d'Inoha.

## **A propos d'INOHA**

Association professionnelle des Industriels du Nouvel Habitat, INOHA fédère, depuis 1978, 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. INOHA les fédère pour les aider à accélérer leur développement dans une approche multi-canal et s'engage auprès d'eux à les éclairer, à construire et à peser. INOHA et ses adhérents sont au service des Français qui font de leur habitat une valeur refuge, source de leur bien-être.

### **INOHA**

10 rue de Sèze

75009 Paris

[www.inoha.org](http://www.inoha.org) /  @inoha\_asso /  INOHA

Tél. : 01 53 42 36 42



Contact presse :

Agence André Sudrie Relations Presse

Catherine Sudrie - 01 42 78 33 62

[catherine.sudrie@andresudrie.com](mailto:catherine.sudrie@andresudrie.com)