

EN CHIFFRES

La conjoncture côté bonnes nouvelles

La FFB lance une nouvelle alerte sur l'état de la construction neuve et appelle à un plan de sauvetage. Un pessimisme qui n'affecte pas la rénovation où les chiffres sont positifs et devraient le rester. **P.4**



SALON D'ENSEIGNE

Synermart, un succès

Le salon commun de Matnor, Mat+ et Starmat (adhérents CMEM) à Lille a affiché complet. Au menu : les outils commerciaux mais aussi, la REP PMCB, la RE 2020 et la RSE. Détails avec les trois présidents... **P.8**

19 928
exemplaires

ACPM
DIFFUSION

Mise en distribution certifiée

N° 39 | Avril-Mai 2023

METIERS

NEGOCE

negoce.zepros.fr

zePROS



P18

POUSSÉE DE LA CONSTRUCTION BOIS

QUELLE PLACE POUR LE NÉGOCE ?

6 BONNES RAISONS DE CHOISIR LA BANDE À JOINTS HAUTE PERFORMANCE SEMIN



Un papier supérieur de qualité remarquable !

Papier très blanc pour une finition soignée

Débullage et séchage facilités

Adhésion renforcée

Ponçage Bi-faces pour une meilleure glisse

Rigidité renforcée pour une meilleure tenue

Haut pouvoir absorbant pour un séchage plus rapide

EN
SAVOIR
PLUS



LE TALENT EST ENTRE VOS MAINS.

www.semin.fr

SEMIN

ÉDITO



Marie-Laure Barriera
Directrice de la rédaction

Le bois, et en même temps...

À peine remis des turbulences du dossier retraites, le pays attendait la parole du président de la République. Géopolitique, formation, emploi..., les discours se sont multipliés, mais c'est sa toute récente prise de parole dans le Bas-Rhin qui a retenu notre attention. Après deux voyages à l'international, Emmanuel Macron a pris la direction de Muttersholtz, pour parler à la fois de décarbonation, d'indépendance et d'emploi, en visitant l'entreprise Mathis, spécialiste de la construction bois. Un bon timing pour nous qui, à l'heure du bouclage de ce numéro, achevons notre dossier justement consacré à la place du négoce dans la construction bois, un marché en plein développement mais aussi en attente de réponses nouvelles des négociés. Du discours du président on retiendra, tout d'abord, l'affirmation d'une politique volontariste pour développer la filière, et la nécessité de la structurer, pour « mieux prévoir la production, traiter le bois, l'exploiter, le valoriser ». Une réforme, donc, pour retrouver une indépendance économique sur la ressource et sa transformation, et une vision qui ne peut que susciter l'approbation. Sauf que ce consensus pourrait se fissurer selon l'interprétation que chacun fera d'une autre phrase de son discours « Plus on va construire des grands projets de construction bois, plus on va éviter des matériaux émetteurs de CO² ». Faut-il comprendre que les conseillers du président de la République n'adhèrent pas à la mixité des matériaux que prônent pourtant plusieurs intervenants de notre enquête. À moins, que cette mixité n'ait juste été sacrifiée sur l'autel de la communication, comme l'a été avant elle, la mixité des énergies sur les systèmes hybrides, chassée du génie climatique. Et même si le discours présidentiel sur la décarbonation s'accommode mal de son fameux « en même temps », sur le terrain, les passerelles et les synergies orientent les stratégies des négociés et des entreprises de construction. ●

SOMMAIRE

ACTUALITÉS

GPS : Conjoncture logement **4**
Actus au "Macroscopie" **5**

L'ACTU DE LA DISTRIBUTION

Multispécialistes (p. 8), Bois et dérivés (p. 10),
Sanitaire-Chauffage-Électricité (p. 12),
Quincaillerie (p. 14), Déco (p. 16) **8**



Le négoce Matériaux assure sa prévoyance avec ProBTP. **5**



Point.P recompose sa MDD et la baptise Arte Deco. **8**

GRAND ANGLE

CONSTRUCTION BOIS

Quelle place pour le négoce ? **18**

L'ACTU DE VOS MARCHÉS

Matériaux (p. 22), Bois et dérivés (p. 24), Sanitaire-
Chauffage (p. 25), Électricité (p. 29), Quincaillerie (p. 32),
Décoration (p. 33) **22**



Avec "Les Engagés", Saint-Gobain sélectionne ses solutions durables. **22**



Sanitaire-chauffage, retour d'ISH version XXL. **25**

CHANTIER

L'ACTU DE L'INNOVATION

Bientôt en négoce **34**
Nouveautés **36**

PLA'NET DISTRIBUTION

35**34****36****38**

ZEPROS
NEGOCE

8-10, rue des Blés - Bât. M/36 - 93210 La Plaine Saint-Denis - Tél. : 01 49 98 58 45 - Fax : 01 49 98 58 47 - e-mail : contact-negoce@zepros.fr - internet : www.zepros.fr • **Directeur de la publication** : Philippe Paulic - Tél. : 06 62 73 06 02 - p.paulic@zepros.fr • **RÉDACTION Directrice des rédactions** : Marie-Laure Barriera - Tél. : 06 66 64 61 03 - ml.barriera@zepros.fr • **Rédacteur en chef** : Marc Wast - Tél. : 06 69 74 24 55 - m.wast@zepros.fr • **Rédacteur en chef adjoint** : Stéphane Vigliandi - s.vigliandi@zepros.fr • **Chefs de rubrique** : Grégoire Noble - g.noble@zepros.fr, Jérémie Becam - j.becam@zepros.fr • **Secrétaire de rédaction** : Rémi Gancel - r.gancel@zepros.fr • **Maquette** : Chef de studio : Marc Le Texier - maquette@zepros.fr - **Maquettistes** : Isabelle Cerf et Thierry Pouillieute • **Ont participé à ce numéro** : Jérôme Falzon, Thierry Goussin, Franck Guidicelli • **Crédit photos et illustrations** : Droits réservés sauf mention contraire - **Photo couverture** : Adobe Stock • **MARKETING-DIFFUSION** Catherine Paulic - c.paulic@zepros.fr • **PUBLICITÉ** • **Directrice pôle Bâtiment** : Nathalie Richard-Mathieu - Tél. : 06 69 65 93 83 - n.richard-mathieu@zepros.fr • **Directrice de la publicité** : Virginie Lindo-Martinez - Tél. : 06 60 77 49 71 - vlindo-martinez@zepros.fr • **Directrice de clientèle** : Anne Leguillier - Tél. : 06 99 43 19 66 - a.leguillier@zepros.fr • **ADMINISTRATION Responsable** : Moufid Barkallah - m.barkallah@zepros.fr • **IMPRESSION** L'imprimerie - 79, route de Roissy - 93290 Tremblay-en-France • Dépôt légal à parution • ISSN 2551-6108 • OJD : Mise en distribution certifiée 2020 : 19 928 ex. OJD/ACPM janv. 2021 à déc. 2021 • ZEPROS est une publication de la société « Groupe Gratuit Pro's », S.A. au capital de 108 000 € • RCS Bobigny B 483 806 717.

ZEPROS, S'ENGAGE POUR LA PLANÈTE !



Procédé d'impression sans eau waterless - Origine du papier : France (Chapelle Darblay) - Taux de fibres recyclées : 100 % - Eutrophisation : PTot = 0,009 kg/tonne.

PROSPECTIVE

La FFB s'inquiète pour... fin 2024-début 2025

« Ça y est ! Nous entrons dans une crise supplémentaire », annonce, une fois encore, Olivier Salleron, président de la FFB (Fédération française du Bâtiment). Selon ses mots, 100 000 emplois seraient en danger... mais en 2025. Le responsable de la fédération, réélu le 17 mars dernier pour un deuxième mandat de 3 ans, s'appuie sur différentes projections en prolongeant les courbes au-delà de 2023. Il souligne : « En glissement annuel sur 3 mois à fin février, les mises en chantier se re-

plient (-1,1 %) dont -8,6 % dans l'individuel. Les permis de construire s'effondrent de 27 % [...]. Les perspectives sont très mal orientées depuis janvier, avec une hausse des annulations de ventes, liée au marché du crédit. Sans changements, cette tendance se poursuivra en 2023 avec une stabilisation à un niveau bas en 2024 ». Le nombre de logements construits pourrait donc rapidement repasser sous les 300 000 et descendre à des niveaux comparables à ce qu'ils étaient au début des années 1990, aux alentours de

275 000 unités. L'activité se trouve donc plutôt portée par l'amélioration-entretien des biens existants. Elle continue de progresser avec +2,1 % sur l'ensemble de 2021, connaissant un léger tassement de sa dynamique en fin d'année.

La rénovation va continuer à progresser

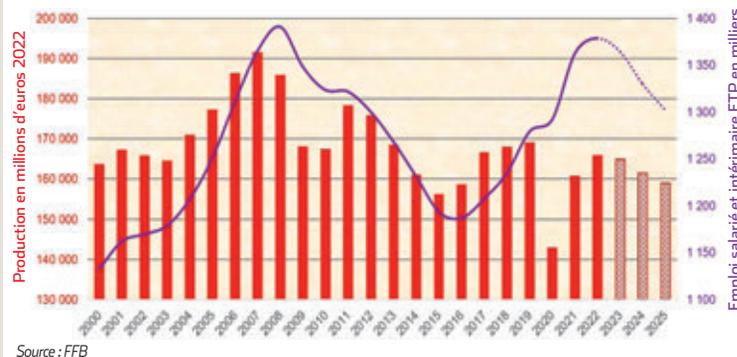
Le segment particulier de la rénovation énergétique affiche un petit +1,8 % et la FFB déplore que « les perspectives pour le début 2023 restent en deçà de leur moyenne de long

terme ». Malgré tout, en se projetant dans l'avenir, Olivier Salleron note que ce marché poursuivra sa croissance à un rythme annuel de +2 %, au moins jusqu'en 2025, si tous les dispositifs d'aide actuels devaient être maintenus tels quels.

Côté prix des matériaux, la FFB signale « la fin de l'accalmie ». Malgré une baisse rapide sur les aciers ou l'aluminium – qui avaient flambé entre fin 2020 et mi-2022 –, la crise de l'énergie laisse des traces. Tous les produits nécessitant des fours

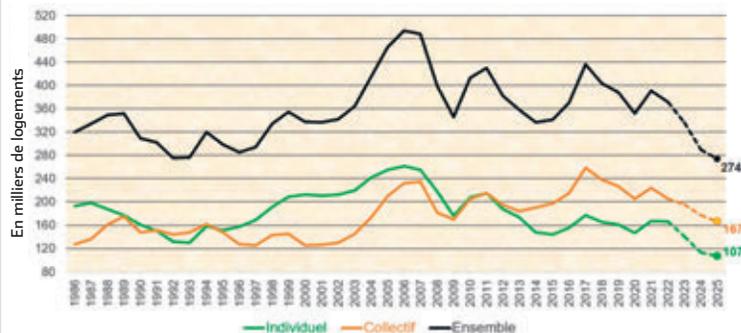
(verre plat, ciment, terre cuite, céramique...) voient leur coût s'élever. Le BPE, par exemple, connaît une augmentation de 17 % sur les deux premiers mois de l'année. « Les index BT, représentatifs des coûts du Bâtiment, se redressent donc à nouveau. Et cela perdurera du fait des revalorisations salariales dans le [secteur] ». En effet, et c'est une bonne nouvelle, les salaires dans le Bâtiment ont été revalorisés en 2022, passant d'un indice 115 au début de l'année, à 121 en fin d'année. ● G. Noble

Synthèse activité et emploi



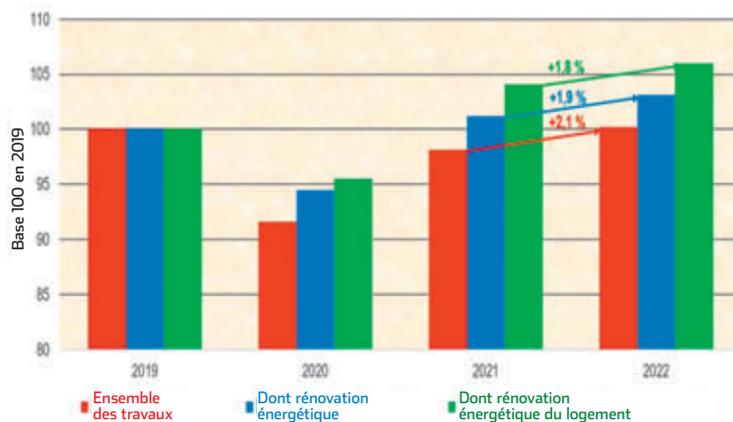
Selon la FFB, l'activité en 2023 devrait légèrement régresser par rapport à son niveau de 2022, avant de poursuivre sa décrue en 2024 si rien n'était fait pour enrayer le phénomène. Le niveau d'emploi pourrait suivre la même tendance et repasser sous la barre des 1,3 million de compagnons en 2025.

Logement neuf : mises en chantier



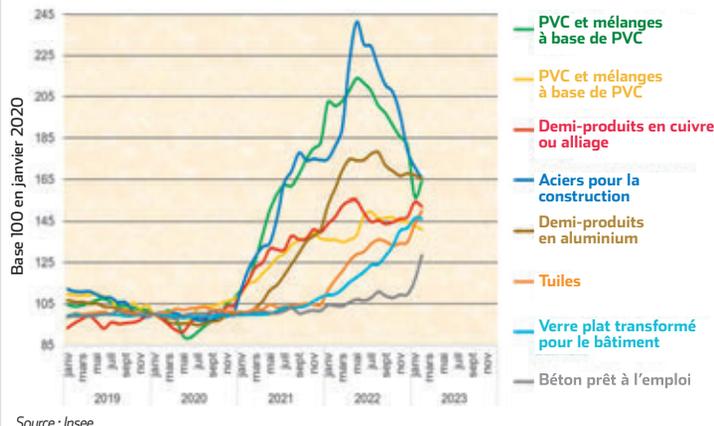
Dans l'individuel et le collectif, les mises en chantier ont reculé en 2022 et au début de 2023. En prolongeant les courbes, la FFB estime que le nombre total de logements pourrait redescendre à moins de 275 000 unités par an d'ici à 2025, avec une forte chute dans la maison individuelle (courbe verte).

Amélioration-entretien



Les travaux d'amélioration ont tous soutenu l'activité en 2022, notamment la rénovation énergétique des logements (+1,8 %), même si ce rythme est trop bas pour tenir les objectifs de réduction des consommations fixés par la France.

Prix des matériaux



Les aciers pour la construction et les PVC, qui avaient flambé tout au long de 2021, ont amorcé une baisse rapide à l'été 2022. Mais d'autres matériaux ont pris le relais, notamment le verre plat, les tuiles ou, encore plus récemment, le béton prêt à l'emploi.

PLAN D'ACTIONS

La filière électrique unie pour un choc de sobriété

« **L**a tendance de fond est là. Les ménages, les bailleurs, les entreprises et les collectivités ont consommé moins, mais mieux cet hiver. Mais il faut aller encore plus loin ! ». En substance, c'est le message qu'ont voulu adresser les acteurs de la filière électrique*, dont Coédis, réunis le 18 avril à l'occasion d'une conférence sur la « sobriété planifiée des bâtiments ».

passer à l'éco-geste "technique"

Il y a tout d'abord un constat « encourageant » au terme d'un hiver 2022-2023 marqué par la flambée des prix de l'énergie et aux risques de tensions sur les réseaux. Dans le sillage du plan gouvernemental de sobriété présenté début octobre, de la campagne de sensibilisation "Je baisse, j'éteins, je décale", puis de la mobilisation autour d'ÉcoWatt, RTE a constaté un repli de la consommation globale de 9 %. Ce qui représente un gain d'en-

viron 20 TWh selon le gestionnaire du réseau de transport d'électricité.

Si la forte hausse des prix de gros de l'électricité et la mise en place fin 2021 du bouclier tarifaire (électricité et gaz) n'ont « pas eu d'effet sensible sur la consommation nationale », les acteurs de la filière se félicitent des changements d'habitude des consommateurs grâce aux écogestes manuels.

Selon eux, « l'expérience grandeur nature de l'hiver dernier a révélé une prise de conscience collective du levier que représente la sobriété pour consommer moins et différemment via, entre autres, une demande croissante de l'autoconsommation en lien avec le développement du photovol-

taïque et des IRVE, ainsi que le retour de la gestion de la puissance dans les bâtiments pour répondre aux signaux tarifaires et de flexibilité ».

Reste que si cette "chasse au gaspi" a été « motivée par un impératif de sobriété sur un temps court », les acteurs de la filière appellent maintenant les consommateurs à « passer de l'éco-geste manuel à l'éco-geste technique » pour modifier leurs comportements tant l'hiver que l'été. C'est le sens des cinq recommandations qu'ils formulent en vue de « massifier et ancrer la sobriété comme levier à l'atteinte des objectifs de décarbonation ».

Avec, en fil rouge, « un plan d'action et d'investissement ambitieux » pour doter tous les bâtiments de systèmes de pilotage « d'ici à 2030 ». D'autant que « le défi reste immense » en raison d'un taux d'équipement en GTB encore faible : de l'ordre de 12 % dans le résidentiel sur un parc de 37 millions de logements, mais de seulement 6 % en tertiaire (plus de 1 000 m²). ● S. Vigliandi



De g. à dr. : Gilles Maillet (Capeb-UNA 3E), Christine Goubet-Milhaud (UFE), Philippe Rifaux (FFIE), Olivier Delepine (Gimelec Bâtiments), Pascal Portelli (Igues), Yannick Saint-Roch (Serce) et José Prétot (Coédis).

* La Capeb UNA 3E (Équipement électrique et électrodomotique), Coédis, la FFIE (Fédération française des intégrateurs électriciens), le Gimelec (Groupement des entreprises

de la filière électronique française), Ignes (Alliance des industriels des solutions électriques et numériques), le Serce et l'UFE (Union française de l'électricité).

L'intégralité de l'article ici :



Les actions des grossistes

- Relais de la campagne ÉcoWatt "Chaque geste compte" auprès des clients et des salariés des enseignes.
- Mise en œuvre du programme Oscar issu de la Capeb, de Coédis, de la FDMC et la FFB. Environ 6 000 référents d'aide à la rénovation (RAR) à ce jour dans les agences des négoce.
- Pour anticiper l'évolution des métiers (rénovation énergétique, transformation digitale...), Coédis a lancé trois études sur le développement des emplois et des compétences (Edec), financées par le ministère de l'Éducation nationale et l'Opco Akto. D'ici à la mi-2023, Coédis doit publier une étude prospective sur les métiers en tension, notamment les fonctions commerciales et logistiques.

AFFAIRE SOCIALE

Prévoyance obligatoire : le négoce matériaux se met au régime mutualisé

La commission sociale de la Fédération des distributeurs en matériaux de construction (FDMC) est parvenue à signer avec ses partenaires sociaux un accord sur la mise en place de la

prévoyance obligatoire au sein de la branche. Au total, six organisations* ont paraphé ce document qui permet aux salariés de la branche de bénéficier de garanties communes minimales et

« d'accéder à une couverture de prévoyance (incapacité, invalidité et décès) optimisée. », précise la FDMC dans son communiqué. Pour rappel les entreprises de la branche doivent avoir souscrit entre le 1^{er} octobre et le 31 décembre un contrat collectif d'assurance conforme aux dispositions de la convention collective. En parallèle de cette obligation, la fédération précise que « les partenaires sociaux proposent un régime collec-

tif mutualisé de branche attractif incluant un taux de cotisation garanti, un fonds de solidarité et des services innovants afin de répondre à cette nouvelle obligation. »

Prodigéo (Pro BTP) labellisé

Acteur de référence dans la filière Construction, Pro BTP, et plus précisément sa société Prodigéo Assurances, a été retenu pour être labellisée par la FDMC. Prodigéo commercialisera cette offre auprès des entreprises sur l'ensemble du territoire grâce à son réseau de proximité et ses agences.

En commentaire de cet accord,

Marie Arnout, présidente de la FDMC, se réjouit « de ce signal fort qui marque l'engagement de la profession autour de l'attractivité et de la solidarité. Ce nouvel outil s'inscrit au cœur des prérogatives de la branche, telles que définies par ordonnance. Il marque la volonté de la FDMC et de ses partenaires de poursuivre un dialogue social de qualité. »

De son côté, Stéphan Reuge, le président du directoire de Prodigéo Assurances, voit dans cette « offre labellisée » et cette mutualisation, « la certitude pour les entreprises de bénéficier, grâce à la solidarité professionnelle, d'un niveau de frais de ges-



Marie Arnout, la présidente de la FDMC, salue cet accord qui témoigne d'une volonté des distributeurs d'être « soucieux de protéger et de préserver du mieux possible leurs collaborateurs des aléas de la vie »

tion et de cotisation très compétitif, de la garantie d'une offre toujours conforme aux obligations conventionnelles et de prestations d'action sociale innovantes ». ● M.-L. B.

* FNCB-CFDT, FNSCBA-CGT, FG-FO-Construction, CFTC Commerce, CFE-CGC BTP-SICMA et CFE-CGC-FNECS

Mémo FDMC

L'organisation professionnelle représentative des distributeurs de matériaux de construction représente une branche de 90 000 actifs et 4 250 entreprises, pour un CA supérieur à 21 milliards d'euros. Elle gère la convention collective du négoce des matériaux de construction et de bois en lien avec les partenaires sociaux.

Vite!

DPE Les diagnostiqueurs mieux formés

Le ministre délégué à la Ville et au Logement, Olivier Klein, a annoncé le lancement d'un webinaire pour les professionnels du diagnostic de performance énergétique (DPE) afin d'améliorer la qualité de leurs prestations. Les professionnels qui s'inscriront et suivront le cours se verront remettre une attestation de réussite, contrôlée par les organismes de certification. Autre annonce : la modification de l'arrêté encadrant la certification des diagnostiqueurs afin de renforcer la formation initiale et continue des experts de l'étiquette énergétique.



ÉNERGIE BOIS

Le SER et la FIPC font équipe

Améliorer la qualité, les services et structurer la filière constituent les principaux objectifs du protocole d'accord noué entre les deux partenaires dont l'ambition est de développer le chauffage au bois, comme réponse au défi de la transition énergétique. Afin de concrétiser cette « vision commune », ce protocole signé par la Fédération des installateurs de poêles et de cheminées et le Syndicat des énergies renouvelables prévoit plusieurs engagements, visant à une meilleure coopération entre les différents maillons.

CRÉDIT TRAVAUX

Heero s'occupe du reste à charge

La question du reste à charge est l'un des freins aux travaux de rénovation et les dispositifs publics n'y répondent que peu. La start-up nantaise Heero crée un crédit pouvant inclure l'avance des aides publiques. « Avec cette offre de financement global, nous répondons à l'attente de nombreux particuliers qui ne peuvent financer intégralement les travaux et attendre plusieurs mois le versement des aides », explique son dirigeant Romain Villain.

RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE

Mon Accompagnateur Rénov' : le qui, le comment, et le quand

Massifier la rénovation des logements..., un leitmotiv pour le gouvernement qui, il y a un an, présentait un nouveau plan d'action, appuyé sur deux piliers centraux, deux nouveaux acteurs ainsi définis : l'Accompagnateur Rénov', intervenant neutre privé qui aide les particuliers dans toutes les étapes d'un projet de rénovation énergétique (définition des travaux, choix des professionnels, montage financier...), agréé par l'Anah ; et les conseillers France Rénov', acteurs du secteur public pilotés par l'Anah pour répondre aux questions du grand public sur les travaux de rénovation.

Obligation ou non d'être accompagné ?

En février dernier, le ministère avait précisé à la fois le cadre des missions, le profil de ces acteurs, publics et privés, pouvant prétendre à l'agrément, ainsi que délimité l'obligation d'accompagnement pour un particulier. Malgré les vœux de simplification, ce

dispositif d'obligation s'avère finalement encore complexe puisque fonction du type de prime et des montants d'aides. Ainsi, depuis le 1^{er} janvier 2023, l'accompagnement est obligatoire pour les travaux bénéficiant de l'aide MaPrimeRénov' Sérénité et des aides de l'Anah aux propriétaires bailleurs conventionnés via le dispositif Loc'Avantage. En revanche, l'obligation d'accompagnement élargie aux bouquets de travaux aidés par MaPrimeRénov' (MPR) au-delà du seuil de 10 000 € d'aides, n'interviendra qu'à partir du 1^{er} septembre 2023.

Le 30 avril, ouverture des agréments

Janvier ou septembre, quelle que soit la date de son entrée en application, l'obligation rendait nécessaire l'ouverture de l'agrément à d'autres acteurs publics et privés pour étoffer le réseau et répondre à la demande. La mécanique des agréments se met donc en place avec une mon-



tée ne puissance progressive. Si la procédure de dépôt, entièrement dématérialisée sur une plateforme en ligne accessible via le site France Rénov', peut sembler simple pour les acteurs éligibles, là encore, le dispositif comporte malgré tout une petite complexité car deux dates différentes ont été prévues pour l'entrée en lice.

En effet, à compter du 2 mai 2023, seuls les acteurs historiques qui réalisent déjà des missions d'accompagnement (Espace Conseil France Rénov', opérateurs de l'Anah, structures chargées d'une opération programmée) pourront déposer leur demande en vue d'obtenir cet

agrément avant le 1^{er} septembre 2023. Pour les autres, c'est-à-dire les nouveaux acteurs, notamment issus du secteur privé, il faudra attendre la date du 1^{er} juillet 2023, pour pouvoir déposer sa candidature.

Et jusqu'au 1^{er} septembre ?

Cette période d'instruction des dossiers ne doit pas pénaliser les ménages en recherche d'interlocuteurs. Le gouvernement rappelle donc que les acteurs historiques sont « réputés agréés », et peuvent ainsi poursuivre leurs missions d'accompagnement pendant ce « régime transitoire entre le 1^{er} janvier et le 1^{er} septembre 2023 ». ● M.-L. Barriera

NOUVEAU SALON

Renodays pour tous les acteurs de la rénovation

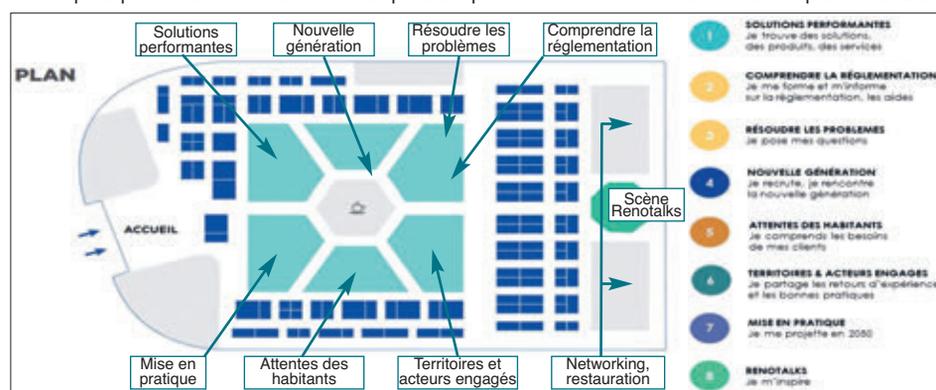
Renodays, ce sera à la fois un salon, un forum, un colloque... pour proposer sur deux jours un concentré d'informations et de solutions autour de l'enjeu de la rénovation des logements. Le hall 6 de la Porte de Versailles proposera, les 12 et 13 septembre prochains, à la fois des solutions techniques, des temps d'échanges et des conférences pour permettre à ce mar-

ché de développer tout son potentiel. Catherine Rousselot, directrice marketing, conférences et contenus de RX France, également organisateur du Mondial du Bâtiment (Batimat, Idéobain, Interclima) insiste sur le sous-titre de ce nouveau rendez-vous, "Engagés pour le climat, les citoyens, et l'emploi", qui illustre l'ambition d'être plus qu'un salon de produits pour couvrir l'en-

semble des problématiques. L'objectif est clair : contribuer à lever les freins du marché. Et ils sont encore nombreux : de la simplification de l'accompagnement des particuliers et des entreprises aux coûts d'une rénovation globale et de la question du reste à charge en passant par la garantie de performance et les besoins de recrutement d'une main-d'œuvre qualifiée... Sans

parler de la confiance des ménages dans un contexte où les fraudes ou escroqueries, même marginales, altèrent l'image des professionnels.

Rendez-vous donc Porte de Versailles, où près de 5 000 visiteurs et 130 exposants sont attendus. Deux journées rythmées par différents formats de prises de paroles et articulées autour de 7 grands espaces thématiques : Espace Nouvelle Génération, Attentes des habitants, Territoires et acteurs engagés, Solutions performantes, Comprendre la réglementation, Mettre en pratique, Résoudre les problèmes. Professionnels du bâtiment, de l'immobilier, institutionnels et territoires sont ainsi invités à s'inspirer, poser des questions, bénéficier de retours d'expériences à travers quatre dispositifs d'échanges. ● M.-L. B.



Planitop

Pour tous vos projets,
même les plus **GRANDS**



UNE GAMME COMPLÈTE
ET POLYVALENTE DE
MORTIERS DE RÉPARATION



Temps
et délais
optimisés



Chantiers
sûrs et
durables



Confort
d'utilisation
garanti



Impact réduit sur
l'environnement

DÉCOUVREZ
LA GAMME



[f](#) [in](#) [t](#) [y](#) [i](#) [p](#) mapei.fr

 **MAPEI**

SALON D'ENSEIGNES

Synermat : une 5^e édition haute en couleur

Fin mars, le salon commun de Matnor, Mat+ et Starmat (adhérents CMEM), qui s'est tenu à Lille pour la 3^e fois d'affilée, a affiché complet. Pour leurs présidents respectifs Samuel Bigot (Matnor), François-Xavier Guillou (Mat+) et Jean-Yves Le Holloco (Starmat), ce rendez-vous d'affaires « incontournable » a enregistré un niveau record de commandes grâce, entre autres, à un book digital de plus de 400 pages

d'offres promotionnelles. Plus de 120 sociétés adhérentes ont rencontré 180 fournisseurs exposants dont 30 nouveaux, soit plus de 4 000 speed-meetings. La REP PMCB aura été l'un des sujets d'échange sur les stands. Pour la première fois, les représentants régionaux de quatre éco-organismes ont ainsi exposé : Écomaison, Écologic pour les D3E, Valdélia et Valobat. « 70 % à 80 % des adhérents de nos trois groupements sont éligibles au titre de la REP », rappelle Pierre Gréco, directeur général de Starmat.

difficulté. Mais notre agilité et notre esprit d'équipe ont permis de réaliser encore un exercice 2022 en nette croissance en valeur et volume, et de nous situer au-dessus des performances du marché ». En écho, Samuel Bigot, nouveau président de Matnor depuis janvier, souligne que « les membres de nos trois réseaux ont optimisé encore plus les achats groupés et renforcé leurs stocks de sécurité pour assurer la continuité de service auprès des clients artisans et approvisionner au mieux leurs chantiers ».

Jauges écologiques

Quant à l'offre biosourcée, « beaucoup de nos négoce sont déjà exemplaires en termes de référencements. Le mouvement ne fait que s'intensifier », se fé-

Relais de croissance

Côté conjoncture, François-Xavier Guillou note que « comme l'ensemble de la profession, nos groupements ont aussi été mis en



Les présidents et équipes de Matnor, Mat+ et Starmat sur le Synermat.

licité Gilles Nourry, coordinateur et animateur de Mat+. D'ailleurs, dans son édition 2022-2023, le NégoGuide s'est enrichi de nouvelles entrées de lecture. « Pour chaque univers produits, des Négo Conseils permettent de vulgariser les concepts de l'écoconstruction et de la RE 2020 », note Pierre Gréco. En

s'appuyant sur la récente démarche CMEM Green, le catalogue 2024-2025 devrait proposer des jauges écologiques de l'offre conçues à partir de l'intranet et de la base de données BDoubleWin de CMEM. Quant à la RSE, chaque adhérent y va à son rythme, mais des actions sont déjà engagées. ● S. V.

Le poids cumulé des trois groupements

- 200 adhérents.
- 580 agences.
- 1,95 Md€ de ventes en 2022 (+4 % par rapport à 2021)

REVÊTEMENTS DE SOLS ET MURS

Arte Déco, nouvelle MDD Point.P

Tandis que le rapprochement du réseau Décocéram et des showrooms Point.P est achevé, les premières synergies se concrétisent et ont été présentées aux équipes lors du premier Salon des Nouveautés de la décoration. Illustration : la création de la MDD Arte Déco, plus adaptée à l'évolution de la demande en carrelage et revêtements. « Nous avons réalisé une revue de nos offres, sondé les équipes des showrooms et intégré les der-

nières tendances pour y ajouter des nouveaux formats, coloris, finitions et décors », détaille Bruno Fabre, directeur du pôle Décoration chez Point.P. « Nous y avons fait entrer, par exemple, des propositions en 20 mm d'épaisseur et des carreaux 80 x 80 cm, notamment attendus par les paysagistes », illustre Jean-François Lamaison, chef de marché Arte Déco. Mais, en résumé, poursuit-il, « Arte Déco sort la MDD de l'offre chantier pour couvrir l'en-

semble des besoins des particuliers à projet : du sol aux murs, dans tous les styles et tous les matériaux ».

Au total, pour bâtir cette gamme entièrement stockée sur les bases logistiques, 22 fabricants en carrelage et 11 sur le bois ont été sélectionnés selon « un cahier des charges plus exigeant pour l'environnement avec des critères sur le carbone, la certification des bois ou des choix de sourcing plus proche », affirme également Bruno Fabre. Le responsable précise que « sur un marché très atomisé, notre stratégie de MDD est de peser de façon significative sans étouffer les marques de nos fournisseurs ». Une largeur de gamme exposée au centre de ce Salon des Nouveautés dans un espace dédié et qui trouvera sa place dans les 235 showrooms Point.P, un réseau en plein développement sur un marché de la décoration où l'accompagnement et les services sont plus que jamais straté-

GOUVERNANCE

Éric Gottié à la barre de MPPI

En mars, le groupe grenoblois Samse a officialisé l'arrivée d'Éric Gottié, précédemment chez Saint-Gobain. Cet ancien directeur commercial de Placo Isover devra conduire à terme l'enseigne de spécialité MPPI (isolation, plaque de plâtre, cloisons, plafond et planchers) sur la route d'un maillage territorial national.

Initié en 2018 par M+ Matériaux, le réseau MPPI, qui compte 25 agences à ce jour, s'est d'abord développé dans le sillon de ses enseignes sœurs M+, puis Samse et Simc. Doras doit implanter une première agence MPPI à Chenôve, près de Dijon. Elle se situera à proximité de l'actuel point de vente multispécialiste de Doras qui ne proposera alors plus que le 20/80 en PPI.

En 2022, l'univers PPI a capté 21 % du CA du pôle Négoce du groupe Samse, juste derrière le



Éric Gottié, directeur développement de MPPI.

gros œuvre (22 %) et devant les TP et l'adduction d'eau (15 %). Lors de la création du concept MPPI en 2018, le poids de cette famille était de 17 %. ● S. V.

Cinq créations en 2022

Dans le Sud-Ouest, trois implantations ont été portées par M+ Matériaux à Brive (19), Lézignan-Corbières (11) et Béziers (34). Les deux autres créations sont à l'actif de Samse à Eybens (38) et Saint-Étienne (42).



Sur chacune des trois journées, le Salon des Nouveautés a accueilli 300 collaborateurs des salles d'exposition pour découvrir les nouveautés des 34 exposants présents et s'approprier la MDD Arte Déco.

STRATÉGIE DE CONQUÊTE

Brico Dépôt lance un dispositif "Spécial Pros" pour séduire les artisans

Des pros du Bâtiment fréquentent déjà Brico Dépôt, mais c'est souvent pour du dépannage ou l'attrait des "bonnes affaires" liées aux arrivages de marchandises. Aujourd'hui, l'enseigne ambitionne d'"apprivoiser" l'artisan et de le garder en compte. Si elle proposait déjà des services à destination des clients BtoB – l'ouverture 7/7 dès 7 h 00, la reprise de marchandise sous 3 mois, le stock en quantité chantier, la livraison grue, le drive 2 heures –, elle va plus loin depuis début avril avec

le dispositif "Spécial Pros" implanté dans 8 magasins, pour l'instant au stade de pilote développé en "test & learn". L'offre s'appuie sur « un parcours dédié avec un conseiller référent dans certains dépôts, un programme de fidélité gratuit et personnalisé incluant le paiement différé et un système de cashback (remise différée) ». Les comptes professionnels sont accessibles depuis le web ou via l'appli mobile pour permettre aux artisans de suivre leurs factures, connaître les prix et la disponibilité des produits.

CEE ET MAPRIMERÉNOV'

Femat Solutions en soutien aux artisans

En 2020, le négoce en matériaux, qui se définit comme spécialiste du Bâtiment performant, lançait Femat Solutions auprès des artisans, qu'ils soient clients ou non. Objectif : « apporter un soutien administratif et financier aux artisans pour simplifier les dispositifs d'aides CEE et MaPrimeRénov' de leurs clients finaux ». La mission de ce service est de faire le lien comme mandataire, entre les professionnels de la rénovation énergétique et les délégataires du secteur. Julien Feasson, directeur général de Femat Solutions dresse le bilan récent du dispositif : « Précisons d'abord que sur la partie CEE, nous avons fait une très petite année avec les subventions à la baisse sur l'isolation. Nous allons finir avec un volume aux alentours de 1,5 à 2 M€. Nous avons en revanche bien développé la partie MaPrimeRénov'

avec un peu plus de 4 M€ financés depuis le mois de mars ».

En détail, 70 % de l'activité de ce service a consisté à accompagner des installateurs sur des chantiers chauffage en biomasses ou pompes à chaleur. Les 30 % restants sont répartis entre la ventilation et l'isolation, métiers historiques de Femat. Plus largement, Femat Solutions accompagne une trentaine de professionnels, du tout petit poseur qui réalise deux chantiers par mois à des structures qui ont industrialisé le processus et qui peuvent faire 50, 60 ou même 100 chantiers mensuels. Le service traite environ 15 dossiers par mois concernant le dispositif d'aides MaPrimeRénov'. Grâce à de nouveaux partenariats, Femat compte développer ce service pour atteindre un flux moyen de financement entre 800 k€ et 1 M€ par mois. ● G. N.



« Chez Brico Dépôt, nous accompagnons une clientèle diversifiée qui réunit aussi bien des particuliers que des professionnels. Aujourd'hui, et grâce à la solidité de nos fondamentaux de discounting, nous voulons aller plus loin dans l'accompagnement de ces derniers en testant une offre et des services entièrement adaptés à leurs besoins », détaille Laurent Vittoz, directeur de l'enseigne. Avec l'ambition affichée de « deve-

nir leur partenaire de confiance ». Brico Dépôt part ainsi à la chasse aux pros, tout comme Leroy Merlin avec Le Comptoir des Artisans et son offre Pro. D'autant qu'en GSB, la fréquentation et les achats des particuliers ont baissé en 2022*.

Bientôt des "négoce" compacts ?

En outre, depuis le début de l'année, Brico Dépôt teste à Cahors

(46) un modèle de dépôt compact de moins de 1 000 m² avec de grandes zones de stockage non accessibles au public. Si ce nouveau format n'intègre pas encore dans l'expérimentation son offre Spécial Pros, il devrait en hériter. Ce qui le ferait alors ressembler, de plus en plus, à un négoce de proximité. ● P. Dieuzeide

* En 2022, le CA des GSB est à -0,27 % et le volume des ventes à -4,9 % (indice FMB).

Les 8 sites pilotes "Spécial Pros"

Il s'agit de Lyon, Montluçon, Nîmes, Rouen, Poitiers, Quimper, Strasbourg et Vaires-sur-Marne (77). Courant mai, le dispositif se déploie à l'échelle nationale à raison de deux dépôts par région.

DÉVELOPPEMENT

SFIC acquiert deux membres du réseau Éozia

Sur un marché du calorifugeage enregistrant +10 % à +15 % par an en volume, l'enseigne de Saint-Gobain a annoncé début avril le rachat de deux acteurs régionaux indépendants et membres d'Éozia depuis 2013.

D'une part, GB Isolation, créé il y a dix ans par Gilles Barbier avec une agence à Toulouse, qui dispose depuis 2015 d'un 2^e site à Bordeaux et d'un atelier de transformation (découpe et collage multimatériaux). Dans ces deux agglomérations, le repreneur disposait déjà, respectivement, de deux agences et d'ateliers de découpe.

D'autre part, Alsic fondé par Michel Ignasiak en janvier 2019. Basé à Duttlenheim (67), ce négoce s'appuie sur un dépôt de 1 300 m² et sur son atelier de transformation.

Les deux sociétés conservent leur dénomination, continuent d'adhérer à Éozia (8 membres régionaux indépendants) et

leurs dirigeants restent en place ainsi que leurs équipes. Pour le réseau SFIC piloté par Martial Lafont depuis l'été 2022, ce sont deux opérations « stratégiques » sur un marché porteur que les CEE ont en partie contribué à doper.

Si ce segment reste pour l'instant une niche avec un chiffre

d'affaires évalué à environ 140 M€, le distributeur en fait un levier de croissance. Entre 2019 et fin 2022, le nombre d'agences spécialisées en calorifugeage est passé de 8 à 23. Un chiffre désormais porté à 26 unités ciblant tant l'industrie que le tertiaire et le résidentiel collectif. ● S. V.



Désormais, SFIC dispose de 39 agences dont 26 sites experts en isolation et calorifugeage.

STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

Ligne & Lumière fête ses 10 ans dans un « nouvel élan ».



L'enseigne de spécialistes menuiserie a rassemblé adhérents et fournisseurs pour une convention annuelle marquée par son 10^e anniversaire. Le réseau a réaffirmé ses valeurs et inscrit ses actions « dans un

nouvel élan ». Retour sur les principales annonces avec Patrick Schaeffer, Dg de CMEM.

En 2013, quelques membres de CMEM créaient la société MME et l'enseigne dédiée Ligne & Lumière. Ce concept d'agencement

et d'outils commerciaux fédère désormais plus de 200 agences. Parmi les derniers développements mis à la disposition des négociants adhérents : les Packs Pro, sorte de contrat d'engagements du négoce envers les clients artisans ; l'enrichissement des configurateurs, accessibles via smartphone ou bornes numériques implantées en point de vente, pour assurer une chaîne de valeur CtoBtoB ; ou encore la création de l'Académie e-formation, jusqu'à dédiée aux forces internes mais qui, grande nouveauté pour 2023, ouvre un volet consacré aux clients avec des modules techniques, commerciaux et SAV.

Autre initiative à destination des adhérents et clients, une plateforme de solutions de paiement proposée via un partenariat avec la société SSP. Le moyen d'assurer les crédits et recouvrement et d'accéder à plusieurs moyens de paiements côté clients.

Pour ses 10 ans, Ligne & Lumière, s'offre aussi une nouvelle com-

munication. Appuyée sur le choix de visuels très épurés, qui par le jeu de noir et blanc, font ressortir uniquement « la beauté et le design » des menuiseries, cette campagne se déploie vers le grand public.

Ligne & Lumière, des contrats « tout terrain »

Enfin, témoin de la nouvelle impulsion donnée à l'enseigne, la naissance de nouvelles formules de contrat, en parallèle du contrat classique, pour s'adapter aux différentes typologies de négoce. « Né du besoin de développement de la famille menuiserie pour les négoce ne réalisant pas le CA permettant d'accéder à Ligne & Lumière », le contrat Access est ouvert aux négoce via leurs groupements, eux-mêmes adhérents de CMEM. Il leur permet de bénéficier de certains services et outils, et de conseils d'aménagements personnalisables.

À l'autre extrémité du spectre, le contrat Ligne & Lumière MME intègre les achats et adresse les

gros spécialistes qui n'ont pas besoin des outils de communication. Enfin, la nouvelle formule de Boutique Ligne & Lumière repose sur deux formats de points de vente. À 100 % menuiserie, elle s'adapte aux zones d'activité (250 à 400 m²) ou aux centres-villes (150 à 200 m²). Un concept qui compte déjà une dizaine d'implantations potentielles et regroupe quelques adhérents pour travailler avec un architecte et un agenceur en respectant les principes de bases suivants : « un emplacement validé par MME, un investissement minimal, une façade chartée, une communication accrue et un mobilier type ».

De la création d'une « pépinière Ligne & Lumière », via le contrat Access, à la conquête des « Boutiques », le négoce menuiserie de CMEM, veut se donner tous les moyens d'une offensive sur ce marché concurrentiel et qui reste détenu à 85 % par les réseaux de vente et pose directs. ● M.-L. B.

RSE et Développement durable

Devenu actionnaire d'Ecomaison, MME a, plus globalement, adopté une nouvelle approche environnementale validée par les adhérents. La première action reprend la démarche lancée par CMEM et présentée aux fournisseurs en juillet dernier : un « éco-référentiel » établit un classement A.B.C ou D, à partir d'une notation sur quatre grands critères (provenance, effort RSE, innovation éco-responsable, empreinte carbone mesurée et certifiée).

La deuxième initiative s'appuie sur le partenariat noué avec Millet et plus précisément sa filiale dédiée à la récupération et aux recyclages des menuiseries en meubles. Millet proposera ainsi une ligne de mobiliers spécifiques pour les Boutiques Ligne & Lumière.

Enfin, autre pas sur le terrain de la RSE, et qui permettra de concilier enjeux environnementaux et animation et fédération du réseau, le soutien à l'association Vulcain, pour sponsoriser les ascensions des 7 plus grands volcans du monde, et ainsi sensibiliser au dérèglement climatique.

REP PMCB

Le Commerce du Bois rejoint Valobat

LCB a annoncé sa décision de rejoindre Valobat, l'éco-organisme créé en juillet 2021 dans le cadre de la filière à responsabilité élargie des producteurs pour les produits et matériaux de construction du bâtiment (REP PMCB). Après l'entrée de l'Union des industriels et constructeurs bois (UICB) et de la Fédération nationale du bois (FNB), LCB en devient ainsi le cinquantième membre. L'association qui réunit 125 sociétés représentatives de la filière bois – dont des négociants, raboteurs, importateurs et agents commerciaux – vient ainsi confirmer la volonté de Valobat d'être « l'acteur de référence pour les produits bois ». Cité dans un communiqué, Jean-Louis Camici, à la tête de LCB, indique que « le Commerce du bois portera la



voix des metteurs en marché et tout particulièrement des importateurs bois-panneaux, ainsi que des industriels du rabotage ».

Et de souligner que l'association sera « particulièrement active au sein du comité de secteur bois, instance dans laquelle se prendront les décisions relatives à la définition de la stratégie de filière pour la collecte et la valorisation des bois. Les sujets qui seront traités ces prochains mois seront nombreux, parmi lesquels le choix des filières de recyclage, les évolutions tarifaires ou encore les critères d'éco-modulation ». ● M.-L. B.

CROISSANCE RÉSEAU

Trois nouvelles recrues chez Nebopan

Dans un communiqué publié le 10 mars, Nebopan a officialisé les adhésions de Distribution Panneaux Bois (DPB), PHV Bois et Strub Bois, toutes trois, effectives depuis le 1^{er} janvier.

L'entreprise DPB, implantée au sud de Reims, a été créée en octobre 2022 par Christophe Hérault, Olivier Guiot et Julien Fransoret et affiche des ambitions fortes sur le segment des panneaux d'agencement. En février 2019, Christophe Hérault et Olivier Guiot avaient déjà co-fondé Reims Matériaux, un négoce spécialisé en second œuvre et qui a revendiqué près de 11 M€ de chiffre d'affaires en 2021.

PHV Bois, société que Philippe Vannier a fondée en 2005, se si-

tue pour sa part à Sigloy, à une trentaine de minutes au sud-est d'Orléans. Elle s'appuie sur huit colaboreurs et dispose de près de 10 000 m² de stockage (parc à bois et entrepôt). Son plan de vente s'articule autour du bois construction, des aménagements extérieurs et de l'isolation biosourcée.

Enfin, Strub Bois, à Duppigheim (67), a été créée dans les années 1950 et est aujourd'hui présidée par Marie-Élisabeth Strub-Lanoux. Cette société compte vingt collaborateurs et est certifiée PEFC et FSC depuis 2005. Elle nourrit actuellement le projet de créer un showroom. ● S. V.



PHV Bois (35), l'un des trois nouveaux entrants chez Nebopan.

ze AWARDS

BÂTIMENT

Les **ZE AWARDS** récompensent les professionnels
du Bâtiment et leurs initiatives !
POURQUOI PAS VOUS ?

8 PRIX DANS DEUX CATÉGORIES :

CATÉGORIE ARTISANS ET PME DU BÂTIMENT

- Prix de la Performance Commerciale
 - Entreprise de 10 salariés ou moins
 - Entreprise de 11 salariés et plus
- Prix de l'Engagement RSE
- Prix de l'Entrepreneur Digital

CATÉGORIE DISTRIBUTEURS

- Prix de la Dynamique Commerciale
- Prix de l'Engagement RSE
- Prix de la Meilleure Stratégie Digitale
- Groupement : Prix de l'Accompagnement vers la Transformation Durable



Déposez votre
candidature gratuitement
ou
écrivez-nous à
contact-bati@zepros.fr



Réservez votre soirée du **21 septembre 2023** à Paris,
pour une remise de prix inoubliable !

EN PARTENARIAT AVEC



AVEC LE SOUTIEN DE



UN ÉVÈNEMENT
ORGANISÉ PAR



Vite!

SUPPLY CHAIN

Rexel high-tech

Après le centre logistique régional (CLR) de Cestas 2 (33) et celui de Miribel (01) inauguré fin 2022, le distributeur a ouvert fin mars le CLR du Sud-Est. Le site transféré de Miramas à Saint-Martin-de-Crau (13) est un hub dernière génération de 31 000 m². Il livre à J+1 plus de 35 000 références et vise le "zéro carbone" via la certification Breeam "Very good". À ce jour, Rexel s'appuie sur 9 CLR.

VIE AU TRAVAIL

Richardson inspire

Comme en 2022, l'enseigne de sanitaire-chauffage se hisse en haut du classement des sociétés préférées des salariés œuvrant dans le commerce de gros. Ce classement a été publié par le magazine *Capital* à la suite du sondage de l'institut Statista mené auprès de 20 000 salariés travaillant dans des sociétés de plus de 500 employés en France. Pour la première fois, le distributeur phocéen entre aussi au top 20 du classement général.

OUVERTURES

Envie de Salle de Bain : trois de plus

Après Saint-Brieuc (22) fin 2022, le concept de showroom de Cédéo a créé trois nouveaux espaces en mars pour des surfaces d'exposition de 250 à 400 m² structurées autour de 5 styles. Il s'agit de Sannois (95), Grigny (91) et Carcassonne (11). À ce jour, l'enseigne compte 190 sites.

SYNERGIES

Un 66° Clim+

Début avril, le distributeur a ouvert à Auray (56) à côté d'autres enseignes de Saint-Gobain : Point.P, Cédéo et CDL Élec. Son nouveau site de 350 m² dispose d'un LS de 150 m² avec 3 000 références en disponibilité immédiate et 5 000 à J+2. C'est le 66° Clim+ national. Après 4 créations en 2022 à Voiron (38), Saint-Omer (62), Rouen (76) et Queue-en-Brie (94), Auray est la première ouverture en 2023.

FORMATION ET APPRENTISSAGE

"19°C L'École du Génie Climatique" : première promo

« **N**otre métier n'est pas de former, mais de contribuer à l'effort de recrutement des futurs installateurs ». Pilote du projet pour Cédéo, Ursula Lafleurie rappelle la vocation de la démarche. Lancée fin 2022 et inaugurée en mars, l'école s'adosse au savoir-faire du

CFA pour dispenser aux apprentis une formation d'un an en alternance validée par l'obtention d'un titre professionnel d'installateur thermique et sanitaire. L'initiative de l'enseigne de Saint-Gobain Distribution Bâtiment (SGDB) propose un module spécifique co-construit par les deux partenaires pour orienter l'enseignement sur la rénovation énergétique. La responsable y voit aussi un levier pour revaloriser les métiers du Bâtiment. Et répondre aux grands enjeux que sont les transitions énergétique et numérique. Le CFA BTP de Roubaix investit d'ailleurs dans l'extension de son plateau technique dédiée à la section plomberie-chauffage pour intégrer bientôt les dernières innovations



Douze élèves ont intégré la première promotion de l'école Cédéo.

technologiques et les nouveaux équipements EnR.

Trois masterclass

En présence des 12 élèves débutant leur parcours, des chefs d'entreprise qui les accueillent, du directeur du CFA et de représentants des collectivités locales, l'inauguration a permis un « véritable moment d'échanges et de partages entre nos apprentis, les formateurs, les professionnels », se réjouit Ursula Lafleurie. Plus connu sur les réseaux sociaux sous le nom d'EnfiletonBleu, Gonzague Hlyon était aussi présent. L'installateur youtubeur se dit très engagé dans le partage des savoir-faire et la valorisation de la profession. Il est un peu le parrain de cette promotion

auprès de laquelle il interviendra, notamment au travers de trois masterclass durant l'année.

Accélérer sur la rénovation énergétique

Cédéo affiche ainsi des ambitions partagées avec d'autres enseignes de SGDB, déjà engagées dans cette aventure. En janvier 2022, Asturienne a ouvert L'École du toit dédiée aux couvreurs. Point.P lui a emboîté le pas avec L'École des Bâtisseurs en octobre. Avec son maillage territorial et en lien direct avec des milliers d'entreprises, l'apport de SGDB s'appuie sur la puissance et l'attractivité de la marque Saint-Gobain pour attirer les futures recrues, participer à la sélection des candidats et faciliter la

mise en relation avec les entreprises d'accueil.

L'équipe dédiée, formée sous le nom CFA Lab, travaille parallèlement en proximité géographique avec les CFA. Elle co-construit avec eux les modules techniques dédiés à l'efficacité énergétique. Lors d'un entretien sur le sujet, le président de SGDB, Patrice Richard expliquait à Zepros l'initiative : « Nous nous intégrons dans l'écosystème de façon humble et contributive car nous devons collectivement répondre à un même défi et une double urgence : le besoin de main-d'œuvre qualifiée et l'enjeu climatique ». ● M.-L. Barriera

IMPLANTATIONS

D'autres sites à venir

Évreux, Graveline... Cédéo prévoit déjà d'autres créations car les ambitions de "19°C L'École du Génie Climatique" sont grandes. De 6 classes au total à la rentrée 2023, le distributeur annonce 72 classes en 2026 et 1 500 apprentis formés.

STRATÉGIE D'ENSEIGNE

Fusion de Sonepar Connect et CGED

En 4 ans, Sonepar France sera passé d'une logique de différenciation à une politique de marque nationale unique. En mars 2019, il dévoilait le nouveau concept Sonepar Connect pour fédérer sous une même bannière ses 25 enseignes généralistes et régionales.

Logistique et réseau unifiés

Fin mars, Sonepar Connect et CGED ont adopté le pavillon commun Sonepar. Si les deux réseaux généralistes adressaient des cibles différentes, le groupe a souhaité « faciliter l'identification de son offre de produits et services grâce à une expérience omnicanal entièrement numérisée et synchronisée ».

Selon Léopold Bernard, Dg de Sonepar France Distribution, il s'agit d'« un moment clé de notre histoire ». Les prémices datent de plus de deux ans. D'abord au niveau de la logistique nationale avec un chantier achevé fin 2022. À l'époque, Olivier Cianelli, directeur marketing et commercial de Sonepar France, confiait à Zepros qu'en coordonnant les 6 plateformes en un réseau unique, l'entreprise se dotait d'« une vision nationale et non plus uniquement régionale ». Autre signal : le lancement fin 2021 de deux marques exclusives et communes (Trade Force et Lit by Cardi) à Sonepar Connect et CGED.

Sonepar ne précise pas si ses 6 autres enseignes de spécialité

seront, à terme, concernées par ce changement. À savoir : C Clim, qui a intégré CD Sud mi-2022, Aldiance, Bianchi en Corse, CCF, Sigmadis Cadelec et le distributeur de solutions logicielles (industrie et IoT) Factory Systèmes racheté fin 2021. Pour

l'instant, avec sa nouvelle signature "Toute notre énergie au service de la vôtre", Sonepar ambitionne de « devenir l'acteur n°1 en France dans l'accompagnement des pros de la construction, de la rénovation et de l'équipement électrique ». ● S. V.



LOGISTIQUE ET INVESTISSEMENT

VST renforce son arsenal



Pour servir encore mieux ses artisans adhérents, VST investit dans un 3^e entrepôt de 18 000 m².

Plus ancienne coopérative d'artisans du Bâtiment en France, née en 1976, VST (ex-Vendée Sanitherm) a peu communiqué ces dernières années. Leader en taille avec 800 adhérents, le vendéen a injecté 23 M€ depuis 2021 dans ses outils et services pour accompagner les

adhérents plombiers, chauffagistes, électriciens, carreleurs, plaquistes et couvreurs présents sur cinq départements : Vendée, Loire-Atlantique, Maine-et-Loire, Deux-Sèvres et Vienne. Pour mieux servir ses membres, VST investit régulièrement en logistique. Contrainte sur le site historique de La Ferrière, la coopérative a déployé de nouveaux sites en proximité. Illustration en 2020 avec l'entrepôt de 17 500 m² aux Essarts

35 M€

C'est la valeur de stock actuelle de VST.

consacré entre autres au carrelage et à la couverture. Une troisième plateforme renforcera cet arsenal à l'horizon 2025. Situé à Chavagnes-en-Pailliers (85), ce site de 18 000 m² couverts accueillera, entre autres, l'activité carrelage et les 12 000 références de plomberie et électricité nécessitant beaucoup

de manutentions. Environ 20 M€ sont consacrés à ce hub qui doit permettre à VST d'intensifier sa politique de sur-stock appréciée des artisans eu égard à la forte inflation tarifaire des marchandises depuis fin 2020. « Nous sur-stockons beaucoup pour anticiper les hausses de prix et gérons pour nos adhérents des milliers de palettes achetées avant l'inflation », confie Thierry Orioux, Dg de VST. ● T. Goussin

NOMINATION

Nouvelle DRH chez Martin Belaysoud

Annie Bouvier s'embarque à bord de l'Odyssée 2026, la feuille de route stratégique du groupe Martin Belaysoud (Téréva, GrandBains, Mabéo...), basé dans l'Ain. Depuis fin mars, elle succède à Isabelle Perge au poste de DRH. Son parcours professionnel l'a, entre autres, menée dans la filière du Bâtiment en travaillant dix ans respectivement chez Somfy et le groupe Airvance. Siégeant au conseil d'administration de l'Olympique Lyonnais (OL), Annie Bouvier a aussi collaboré chez Salomon, l'un des fleurons historiques français du ski. La nouvelle DRH

a pour mission d'accroître l'attractivité de l'entreprise familiale, fidéliser les talents et assurer le développement des compétences métiers et digitales ou encore la démarche RSE. ● S. V.



L'alternative 100% européenne

UN MONDE DE SOLUTIONS
POUR LE CONFORT, L'ÉNERGIE
ET L'AUTOMATISATION

Origine italienne, âme européenne, partenariat 100% français :
plus de 14500 références pour le confort et l'automatisation

Composants électromécaniques et électroniques pour les secteurs
résidentiel, tertiaire et industriel

Finder France, établie dans les alpes françaises, assure
une production locale et une présence commerciale
et technique auprès de 80 partenaires commerciaux

PARTENAIRE DE LA
FILIÈRE ÉLECTRIQUE
FRANÇAISE DEPUIS 1986



finder[®]
SWITCH TO THE FUTURE

FINDER France - 73300 St-Jean-de-Maurienne

findernet.com

STRATÉGIE

Les grands chantiers de Protecthoms

Si la RSE reste au cœur de la politique de Protecthoms, le spécialiste des EPI premium a identifié 4 leviers pour réaliser « une croissance à deux chiffres en 2023 ». D'abord, l'enseigne du groupe Grand Comptoir continue d'investir pour améliorer la productivité dans ses services intégrés, tels que la broderie ou la sérigraphie des vêtements de travail. Ensuite, avec le recrutement d'un nouveau responsable, l'évolution du système d'information est aussi budgétée pour mo-

derniser et simplifier la gestion des approvisionnements (15 000 m² de stockage sécurisé, 23 000 références) et datas. Le but : s'appuyer sur une solution PIM (Product Information Management) d'ici à la fin de l'année. Dans le cadre de sa politique du « bien-distribuer » et pour « renforcer la chaîne de valeur équitable », la charte de labellisation est déjà signée par 154 fournisseurs. La démarche va se déployer plus encore

45,5 M€

de CA 2022 avec
200 salariés.

auprès de tous les partenaires. Fille du fondateur, Audrey Lairy a été nommée directrice Qualité et RSE. Le quatrième levier porte sur la croissance organique.

Le réseau, constitué de 16 agences et franchises en France et Belgique, vient de s'enrichir de deux sites à Colmar et Nantes. À terme, la volonté est de couvrir tout le territoire et « renforcer une offre différenciante pour tous ses clients ». ● S. V.



Protecthoms sert 15 000 clients actifs. Debout au centre : Marie-Pierre Marchand, sa présidente.

SALON D'ENSEIGNE

DomPro : un Forum et trois trophées



Les représentants des lauréats des Trophées de l'Innovation (de g. à dr.) : Difac, Abus et Armorgard.

À Laval, la filiale de Formusson Distribution a tenu fin mars son 18^e Forum des Pros. Côté chiffres, les scores de l'édition 2022 ont été dépassés. « Nous avons réuni plus de 120 exposants répartis sur une surface passée de 2 500 m² à 2 800 m². Plus de 70 % de nos adhérents (143 sociétés pour 208 agences étaient présents », se félicite Vincent Vuillaumié, Dg de Formusson qui pilote le pôle quofi du groupe mayennais Mirwault.

Comme à l'accoutumée, le groupe a distingué trois fournisseurs (voir encadré). La veille du salon, des adhérents ont visité la plateforme logistique transférée à Ernée, près de Laval, en juillet dernier. L'entrepôt de 5 000 m² couverts (environ

10 000 références stockées) et ses nombreux services sont « un atout majeur pour le développement du réseau DomPro ». Pour « aller chercher des parts de marché en 2023 », DomPro s'appuie entre autres sur « trois leviers forts » : digital et marketing, logistique redimensionnée, élargissement et approfondissement des gammes. ● S. V.

INNOVATIONS

Le palmarès 2023

- Abus pour son cadenas à empreinte digitale Abus Touch 57.
- Armorgard pour TrekDror, de nouveaux blocs-tiroirs pour ranger les outils
- Difac pour MaxiDex, des gants de protection contre les risques mécaniques.

LABELLISATION

Legallais "Engagé RSE" pour la deuxième année

« Des étoiles plein les yeux ! » C'est par ce clin d'œil que Legallais a annoncé avoir décroché pour la deuxième fois le label "Engagé RSE" à la suite d'un audit de l'Afnor en janvier. Après le niveau "Confirmé" en 2018, la filiale de Grand Comptoir décroche cette fois-ci le niveau "Excellent". « Des axes de progrès ont été identifiés et donneront lieu à des chantiers portés par les directions et collaborateurs concernés », note Juliette Guillemain, la nouvelle directrice RSE du groupe. Ce dossier est l'un des



La labellisation Afnor permet à Legallais de structurer et améliorer sa démarche RSE.

pilliers plan stratégique "Ambition 2025" du distributeur. Pour Daniel Malouf, Dg de Legallais,

« ce label montre notre maturité en matière de RSE et des valeurs portées par nos équipes. C'est aussi un facteur clé de motivation pour tous les salariés et un critère d'attractivité pour notre marque-enseigne ».

La distinction de l'Afnor fait suite à la distinction ÉcoVadis Gold obtenu en 2022. Attribué pour trois ans, le label "Engagé RSE" fera l'objet d'une évaluation intermédiaire. Un audit de suivi sera mené par l'Afnor mi-2024. Début 2026, ce sera au tour de l'audit de renouvellement. ● S. V.

CONCEPT MAGASIN

Foussier : un nouveau vaisseau amiral francilien

Bientôt vingt ans après son arrivée en région parisienne, l'adhérent d'Éqip a installé son 10^e point de vente en région parisienne à Aubervilliers (93). Après Périgueux et Caen en janvier, il s'agit de la 3^e ouverture depuis début 2023 et le 77^e site Foussier. Ce site de 800 m² dont 600 m² de LS embarque plusieurs évolutions merchandising. « Ce magasin porte-étendard présente de nombreuses avancées et innovations pour démontrer notre savoir-faire sur les univers du



Les commerciaux de l'agence d'Aubervilliers (93).

Bâtiment et de la fourniture industrielle, avec la mise en place de corners dédiés par métier : entreprise générale, TP, peintre et plâtriste, fournitures industrielles,

détaille Thibault Delmer, directeur du réseau. Nos métiers historiques ne sont pas en reste avec les univers du bois, du métal et de l'agencement ». ● S. V.



NOUVEAUTÉ
2023

Une station de relevage à poser idéale pour le relevage des eaux usées de maisons individuelles, d'appartements, de petites structures commerciales, de magasins ou de restaurants.



Sanicubic 1 GR HP

- Installation sans décaissement
- Accessibilité en cas de maintenance
- Roue dilacératrice Pro X K2
- T° max. admissible du liquide pompé jusqu'à 90 °C (5 min)
- 2 entrées latérales basses
- Coffret de commande avec alarme sonore et visuelle
- Boîtier d'alarme filaire déporté inclus : pour report du signal de l'alarme



Sanicubic 2 GR HP

- Installation sans décaissement
- Accessibilité en cas de maintenance
- T° max. admissible du liquide pompé jusqu'à 90 °C (5 min)
- 3 entrées dont 2 latérales basses
- 2 pompes avec roue dilacératrice Pro X K2
- Fonctionnement en alternance des 2 pompes
- Coffret de commande avec alarme sonore et visuelle
- Boîtier d'alarme filaire déporté inclus : pour report du signal de l'alarme

CONJONCTURE

Le négoce décoration « sous haute tension » en 2022

C'est un bilan 2022 plutôt mitigé et « paradoxal » que dresse la FND. À un peu plus de 2,6 Md€ de chiffre d'affaires (+3,4%), l'activité des négoce a amélioré ses très bons scores de 2021 qui s'étaient déjà affichés à +12% par rapport à 2019. Les ventes ont toutefois fait le yo-yo selon l'observatoire DécoData de la fédération. Après une stagnation au 2^e trimestre, la profession a vécu « un second semestre particulièrement fort ». Comme les autres acteurs du négoce Bâtiment, les grossistes en décoration restent au-dessus de leur niveau d'avant la pandémie. Mais, les ventes en volume ont chuté de 9%. Dans un contexte persistant de hausses tarifaires, cette croissance de façade questionne pourtant la FND. D'autant que les autres filières ont réalisé en 2022 des performances en valeur de +6% à +11%, voire



© Mickael Schmidt

+13%, selon les marchés (matériaux, bois, quincaillerie, matériel électrique, sanitaire...) à l'exception notable des aciers où l'activité en volume s'est contractée de 9% à 11%.

Marges érodées

À la tête de la FND, Philippe Poujol estime que « ce différentiel de 12 points entre la valeur et les

volumes de vente indique un marché artificiellement boosté par l'inflation ». Et de poursuivre : « Contrairement à 2021, la profession n'a pas répercuté toutes les hausses en 2022. L'effet prix a masqué un resserrement des volumes et des marges de nos adhérents, à l'image de ce qu'ont pu vivre nos clients et fournisseurs ».

S'agit-il pour autant d'un décrochage du marché ? Avec un CA à +2,3% en peinture, les ventes de produits

+5%

C'est la hausse du CA au T4, après +3,9% au T1, +0,3% au T2 et +3% au T3.

commandes des artisans, le négoce a réussi à « amortir en partie les chocs négatifs » de l'an passé, note la FND. Selon la Capeb, les carnets des entreprises (tous corps d'état confondus) étaient de 96 jours début janvier 2023 contre 75 jours en janvier 2020. Une évolution néanmoins en pente douce depuis maintenant un an... ● S. Vigliandi

CHEZ LES FABRICANTS

Forte inflation en 2022

- Résine époxy à +110%, pigments tels que le dioxyde de titane à +70%.
- Emballages à +70% pour les pots et fûts métalliques/fer-blanc.
- Transport longue distance : +18,5% sur le gazole, +43,3% en GNL.

RSE

Unikalo dresse son premier bilan

Offre biosourcée, charte d'achats responsables depuis fin 2022, gestion des déchets internes et de chantiers, audit énergétique... Basé près de Bordeaux, le groupe estampillé « Fabricant français engagé » a publié fin mars son premier rapport RSE. En fil rouge, trois axes figurent sur la feuille de route 2022-2025 : « Inscire la croissance économique de l'entreprise dans une optique de développement durable », concevoir, produire et vendre des produits écoresponsables, et l'organisation du travail

respectueuse auprès de ses 1 000 salariés. Depuis plus de vingt ans, la cellule R&D planche sur des formulations écoresponsables (91% en phase aqueuse). Résultat : en 2021, la gamme biosourcée Naé (275 t produites en 2021 pour 1,1 M€ de ventes) a fait son entrée dans le guide des matériaux bas carbone du Hub de prescription bas carbone de l'Institut français pour la performance des bâtiments (IFPB)

110

tonnes de déchets de peinture collectées en 2021 via le dispositif Rekuo.

et du think-tank Carbone 4. Par ailleurs, le fabricant revendique 91% de sa production de peinture en phase aqueuse. En 2022, sur la vingtaine de fournisseurs histo-

riques de la marque fondée en 1936, quinze sont déjà concernés par un processus d'évaluation écoresponsable. En

non-peint, les 146 fournisseurs référencés sont classés en quatre catégories (Privilege, Or, Argent et Bronze) selon leurs performances RSE. Quant au réseau Nuances Unikalo, les 238 sites (101 intégrés, 73 affiliés et 50 distributeurs indépendants) sont déjà équipés de bacs Rekuo, le système de collecte conçu par ÉcoDDS dans le cadre de la REP des déchets diffus spécifiques. En catalogue, Unikalo met en avant une liste de 28% de solu-



© SCSO Unikalo

tions « made in France » sur un assortiment total de 6 500 produits. Il dispose de plusieurs labels dont NF Environnement et Écolabel (68% des peintures concernées), le certificat environnemental d'origine allemande Blue Angel, PEFC ou encore Oeko-Tex pour les toiles de verre. Enfin, le groupe va réaliser son premier audit carbone dès cette année. ● S. V.

MÉCÉNAT

Soutiens conséquents

En 2021, le groupe indépendant a budgété 99 k€ dans le cadre d'actions de mécénat culturel et solidaire. Des associations sportives ont bénéficié d'un montant similaire. Le réseau distribution a fait 558 k€ de dons.

Vite!

FRANCHISE

Théolaur accélère

Enseigne du fabricant indépendant qui fêtera ses 200 ans en 2025, Théodore Maison de Peinture a engagé l'an passé une nouvelle stratégie pour développer son maillage via la licence de marque. Le dispositif vise à ouvrir des agences dans des villes moyennes jusqu'à 30 000 habitants. À ce jour, 5 entrepreneurs ont adopté le statut de franchisé, notamment dans l'Ouest. L'enseigne dispose par ailleurs d'un réseau de 64 points de vente indépendants.



OSMO : LA SOLUTION POUR VOS BOIS EXTERIEURS.

osmo

osmo
Naturlijke Olie-Belting
Landhuisverf
Enmaalbeits HS^{PLUS}
UV-beeschermingsolie

Lasure Naturelle à l'huile
Peinture de Campagne
Lasure Monocouche HS^{PLUS}
Huile Protectrice UV

LASURE NATURELLE À L'HUILE
PEINTURE DE CAMPAGNE
LASURE MONOCOUCHE HS^{PLUS}
HUILE PROTECTRICE UV

CONTACT@OSMO.FR
WWW.OSMO.FR

CONTACTEZ...

LA RÉDAC

Marie-Laure Barriera
ml.barriera@zepros.fr
06 66 64 61 03

Marc Wast
m.wast@zepros.fr
06 69 74 24 55

LA PUB

Nathalie Richard-Mathieu
n.richard-mathieu@zepros.fr
06 69 65 93 83

Virginie Lindo-Martinez
v.lindo-martinez@zepros.fr
06 60 77 49 71

Anne Léguillier
a.leguillier@zepros.fr
06 99 43 19 66

LA DIFF

Catherine Paulic
c.paulic@zepros.fr
06 07 70 44 91





© Samse

GRAND
ANGLE

CONSTRUCTION BOIS

Quelle place pour

Porté par la RE 2020, le segment de la construction bois attire de nouveaux acteurs. Une évolution de la clientèle qui pousse les enseignes spécialistes à enrichir leur offre de produits et de conseils.

Cette fois, les planètes semblent alignées pour un essor de la construction bois. Depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation environnementale (RE 2020), la filière Bâtiment n'a plus le choix : les projets neufs sont soumis à une évaluation de leur bilan carbone, avec des seuils de plus en plus exigeants ces prochaines années, qui vont pousser l'utilisation de matériaux biosourcés y compris en structure. Dans quelle mesure le négoce spécialiste pourra-t-il bénéficier de cette évolution ? Pour l'heure, le boom de la construction bois semble échapper, pour partie, aux acteurs traditionnels de la profession, notamment sur des produits emblématiques

comme le CLT. « On voit de plus en plus de projets où des charpentiers ou des spécialistes de l'ossature bois se font doubler par des grosses entreprises générales elles-mêmes plutôt que de s'appuyer sur la sous-traitance spécialisée, comme c'était encore le cas il y a deux ou trois ans », reconnaît François Laresche, vice-président de l'association Le Commerce du Bois. Si ces majors privilégient les référencements en direct avec les industriels, le négoce reste un interlocuteur incontournable sur la plupart des chantiers, notamment auprès des entreprises générales de dimension régionale.

Le négoce spécialiste a pour lui l'expertise

Pas facile en effet de s'improviser constructeur bois quand

on est habitué à réaliser des gros œuvres béton. « Il faut connaître les spécificités du matériau bois, comprendre les documents de référence du chantier, gérer le transport sur site d'éléments souvent très volumineux et bien sûr leur mise en œuvre, poursuit François Laresche. C'est là où le négoce spécialiste peut apporter son expertise sur le choix des produits et la logistique, notamment en zone urbaine dense. »

Études, transformations : les services se structurent

Connaissance du matériau et force de frappe logistique..., le négoce bois ne semble pas se contenter de ses deux atouts historiques. Ces dernières années, les initiatives se multiplient dans les enseignes spécialisées pour offrir aux constructeurs une plus grande

variété de services et de transformations. L'une des plus abouties a vu le jour en 2021 au sein du groupe Lalliard (7 points de vente, CA 2022 : 142 M€) avec la mise en place d'un pôle Bois de structure doté de son propre bureau d'études. Coupe à longueur, brossage et ponçage 4 faces, traitements des bois de structure, préfabrication des ossatures..., la palette des transformations proposées depuis le site de Bonneville (74) est large. « Nous souhaitons à la fois nous différencier et répondre aux mutations importantes du marché : on voit une nouvelle génération d'artisans spécialistes qui n'a pas les moyens d'investir dans un parc machines important, ou souhaitent se structurer différemment, pointe Cédric Lalliard, président du groupe. Parmi



INTERVIEW : JEAN-MICHEL MARTIN, PRÉSIDENT DE L'UNA CMA (Charpente Menuiserie Agencement)

« Un besoin accru de conseils sur les produits »

Zepros : Quels sont les segments les plus dynamiques ?

Jean-Michel Martin : Si l'on considère le logement individuel, l'activité de nos adhérents reste soutenue sur la rénovation (extension, surélévation) mais aussi sur la maison à ossature bois, malgré les difficultés du neuf. Ceci dit, le segment qui se développe le plus actuellement reste la façade bois, souvent mise en œuvre à l'occasion d'une isolation thermique par l'extérieur (ITE). Les demandes d'ITE se doublent d'ailleurs souvent d'un projet d'extension ou de surélévation : pour le maître d'ouvrage, c'est l'occasion de coupler les travaux en un seul chantier, et de redonner une image globale à la maison.

Zepros : Qu'en est-il du logement collectif et du tertiaire ?

J.-M. M. : On constate le même dynamisme sur la façade et l'ITE sur les petits bâtiments où nos

entreprises ont l'habitude d'intervenir. L'enjeu désormais pour les artisans et les PME, c'est d'aller chercher des projets sur les immeubles de moyenne hauteur, en neuf comme en rénovation. Nous travaillons pour cela à faciliter la création des groupements momentanés d'entreprises (voir page 21).

Zepros : Face à l'évolution rapide du marché, quelles sont vos attentes vis-à-vis du négoce ?

J.-M. M. : Le négoce conserve clairement un rôle de conseil, notamment auprès des petites entreprises qui constituent l'essentiel de sa clientèle. C'est surtout vrai pour les parements extérieurs (bardages, terrasses) pour lesquels le professionnel se doit de garantir une durabilité de l'ouvrage. Dans un contexte d'évolution rapide des marchés et de la réglementation, le négoce a un rôle à jouer avec les organisations professionnelles



© Capéab

pour assurer la bonne mise en œuvre des produits, et aller au bout du potentiel de développement de la construction bois.

le négoce ?

nos clients, nous avons aussi 50 % d'entreprises de charpente équipées, mais qui cherchent de la sous-traitance ponctuelle sur la production, ou de la sécurité au moment des phases d'entretien de leur propre parc machines. »

L'intégration de moyens industriels

Autre acteur historique du négoce bois, le groupe Samse suit la même stratégie d'enrichissement de l'offre de transformation, mais selon d'autres modalités. En février, ses filiales Plattard et Henry Timber ont bouclé l'acquisition de Proveddi, un industriel de la première et seconde transformation. Maison à ossature bois, bardage, charpente taillée..., le distributeur intègre à la fois des capacités de transformation très diversifiées, et les capacités

d'études associées. « Nous adressons des services que nous achetions autrefois à l'industrie, résume Jérôme Thoin, directeur Marketing et Innovation. Intervenir en amont nous permet aussi de sécuriser nos approvisionnements. » Le groupe Samse structure en parallèle son réseau Fibopan, qui regroupe l'ensemble de ses enseignes actives sur le marché du bois-panneau, avec l'objectif de devenir un acteur de référence à l'échelle nationale.

Vers un marché "à l'américaine" ?

C'est aussi un réseau national sur la construction bois qu'ambitionne de créer Point.P avec le déploiement, d'ici à 2025, d'une soixantaine d'agences expertes (voir page 20). La cible de cette nouvelle offre : les entreprises du diffus qui

constituent la plus grosse part de sa clientèle, et peinent à se lancer sur les modes constructifs bois. « Actuellement, le marché est porté par des entreprises de charpente très structurées, disposant souvent d'outils de transformation importants et des ressources pour réaliser en interne les études de dimensionnement, constate Ulysse Davaine, chef de marché bois/panneaux/bardage de Point.P. Notre objectif est de démocratiser ce marché à l'image de ce qui existe aux États-Unis ou en Allemagne, où les maisons à ossature bois sont majoritairement construites par des entreprises de taille artisanale, en offrant à nos clients les produits et les services adaptés. » Les agences expertes en construction à ossature bois devront notamment garantir la dispo-

nibilité en stock des bois d'ossature dans toutes les sections, mais aussi de bois d'ingénierie, encore rares dans les négoce multispécialistes. Point.P mise aussi sur la complémentarité de cette offre bois avec les autres familles de produits travaillés par le groupe. « L'objectif est de mettre à disposition de nos clients des solutions clés en main pour réaliser des maisons en bois très performantes sur l'isolation, l'étanchéité et l'hygrométrie. Cela implique de travailler, en complément des produits de structure, les matériaux nécessaires à la bonne mise en œuvre, mais aussi de réfléchir à des combinaisons plus innovantes comme la projection de terre d'excavation dans les murs à ossature bois », annonce Ulysse Davaine. ● Dossier réalisé par P. Falzon

CHIFFRES

30,5%

des extensions sont réalisées en bois : une part de marché bien supérieure à celle constatée sur le logement (6,5 %).

Source : Enquête nationale de la construction bois

30 à 35%

C'est la part estimée du bois issu de forêts françaises dans les constructions neuves.

Source : France Bois Industrie Entreprise

44%

des entreprises de la construction bois comptent plus de 10 salariés (contre 5 % pour les entreprises du Bâtiment).

Source : Codifab

55%

des bois actuellement plantés en France sont des résineux : 32 % des plants ont un caractère "méditerranéen" pour anticiper le changement climatique.

CÔTÉ RÉSEAUX

« D'ici deux ans, un réseau de 60 agences expertes en maison à ossature bois »

Entretien avec **Ulysse Davaine**, chef de marché bois/panneaux/bardage de l'enseigne **Point.P**.

Zepros Négoce : Quelle place la construction bois prend-elle au sein du réseau Point.P ?

Ulysse Davaine : Actuellement, les produits bois n'occupent que la 5^e ou 6^e place dans nos familles de matériaux. La donne est amenée à changer du fait de la politique RSE du groupe Saint-Gobain, qui inclut un objectif de décarbonation de l'offre, et de la RE 2020 qui conduit nos clients

à rechercher des solutions moins impactantes sur l'environnement. Comme notre enseigne le fait déjà sur certaines spécialités telles que la couverture ou l'ITE, Point.P va créer d'ici deux ans un réseau de 60 agences expertes sur la construction à ossature bois (COB) avec l'objectif d'accompagner les charpentiers, entreprises générales et CMIstes vers ce mode constructif. Un tiers de ces agences sont déjà opérationnelles.

Zepros : Quels sont les services proposés par ces agences ?

U. D. : Il y a déjà des évolutions

sur le plan de vente : les agences expertes ont en stock des bois d'ossature dans toutes les sections, et des produits plus techniques (lamellés-collés, poutres en "I", lamibois...), jusque-là plutôt réservés à des entreprises spécialistes. Les services vont de la réalisation d'études de dimensionnement, avec la possibilité d'établir des plans de chantier assez détaillés, à la livraison avec des camions grues en capacité de transporter des poutres en bois de 13 mètres de long, en passant par la transformation, par exemple avec la taille des pièces de charpente. Le conseil produits n'est pas oublié : les commerciaux experts sur la MOB suivent une formation de six jours pour proposer à nos clients les offres les plus adaptées.

Zepros : À quels types de projets cette offre est-elle dédiée ?

U. D. : Dans un premier



temps, nous ciblons la maison individuelle, en neuf mais aussi en rénovation sur le segment de l'extension/surélévation. Ces chantiers constituent l'essentiel de l'activité de nos clients constructeurs. Une fois

cette offre mise en place, nous verrons quels développements seront possibles, par exemple auprès des entreprises générales plus structurées, de plus en plus actives sur la construction bois. ●

Les récents rachats bois de Point.P

Illustration de la stratégie de renforcement de l'offre à destination des charpentiers, constructeurs bois, menuisiers et couvreurs, les rachats en avril 2022 de MBA (Matériaux & Bois d'Aquitaine), spécialiste des métiers des bois et dérivés (trois agences : Bordeaux-Mérignac, Fronsac et Pineuilh), puis du girondin Capital Bois, annoncé en janvier 2023.

CÔTÉ FOURNISSEURS

Rapprocher les approvisionnements, un objectif pas toujours simple

Lors du dernier Forum Construction Bois à Lille, les visiteurs ont pu découvrir plusieurs réalisations exemplaires dans les Hauts-de-France, dont deux construites avec du peuplier issu des forêts de la région. Popularisée sur les produits alimentaires et l'habillement, la démarche de circuits courts gagne petit à petit le monde de la construction, et la filière bois

en particulier. « On estime que 1 000 m³ de bois sciés et transformés représentent 15 équivalents temps plein, plus une valeur ajoutée qui bénéficie elle aussi au territoire, fait valoir Philippe Baverey, chargé de projets de l'association Bois des Alpes. Les collectivités encouragent aussi l'utilisation du bois local pour des raisons environnementales, avec des transports qui se limitent souvent à quelques dizaines de kilomètres entre la forêt, les première et seconde transformation et le chantier final. »

Pour respecter les règles européennes sur la concurrence, ces collectivités choisissent souvent de subventionner le recours aux bois locaux dans leurs appels d'offres, à défaut de pouvoir l'imposer. « Sur un chantier d'école, les CCTP préconisaient l'utilisation de produits certifiés Bois des Pyrénées, ce que nous trouvons

cohérent avec notre engagement pour une construction décarbonée, rapporte Nicolas Delaunay, dirigeant du constructeur toulousain L'Âge du Bois. La difficulté reste d'intégrer dans nos processus de fabrication des bois de différentes origines, avec parfois des propriétés mécaniques différentes. »

Le bois local, pas facile en diffus

Ce défi se pose avec plus d'acuité encore pour le négoce. Au sein de l'association Bois des Alpes, on se félicite des discussions engagées avec trois distributeurs de la région, représentant ensemble une trentaine de points de vente. Mais on reconnaît la difficulté à concilier l'utilisation des bois locaux, avec la réalité du négoce, notamment sur la gestion des stocks et la part du diffus. « Autant il est possible d'identifier très en



Philippe Baverey, chargé de projet de l'association Bois des Alpes

amont les volumes de bois demandés sur un gros chantier public, autant cet exercice est aléatoire pour les petits marchés privés, reconnaît Philippe Baverey. Une autre difficulté porte sur la connaissance technique du produit : idéalement, il faudrait former un référent Bois des Alpes dans chaque point de vente pour accompagner les clients professionnels ! »

Contraint par les aléas géopolitiques, le négoce a toutefois engagé des réflexions sur ses approvisionnements. Guerre en Ukraine qui assèche les approvisionnements en mélèze russe, concurrence accrue des États-Unis sur le bois scandinave..., les importateurs et distributeurs sont contraints de revoir leurs schémas. « Dans notre vision stratégique, un de nos grands chantiers est de rapprocher nos approvisionnements. Nous le faisons déjà au niveau européen avec un recours accru aux produits fabriqués en Autriche et en Allemagne ces dernières années, indique Jérôme Thfoin, directeur Marketing et Innovation du groupe Samse. Nous regardons avec beaucoup d'intérêt les investissements réalisés en France sur la première et la seconde transformation, qui nous permettraient d'aller encore plus loin dans la démarche et la décarbonation des chantiers. » ●



Jérôme Thfoin, directeur Marketing et Innovation du groupe Samse

CÔTÉ
COMPTOIR

La formation, enjeu stratégique pour développer les expertises

Organiser la montée en expertise des équipes... Ces dernières années, la formation est devenue un axe stratégique pour les négoce positionnés sur la distribution bois. C'est naturellement une priorité pour les enseignes qui cherchent à se développer sur le marché, comme Point.P qui a créé un cursus de six jours pour les équipes de ses agences expertes Construction à Ossature bois. La distribution spécialiste n'est pas en reste, avec des enjeux de formation liés à la diversification des clientèles et au recrutement des nouveaux collaborateurs. En 2019, le groupement Nebopan lançait sa propre structure de formation, ÉBENE (pour École du bois et de l'enseignement Nebopan), avec un cursus de 14 mois axé sur le matériau et ses usages, adapté en fonction des acquis des salariés. « Cette approche à la carte



La 3^e promotion de la formation ÉBENE au sein du réseau NéboPan.

permet de former aux bases du métier les personnes récemment recrutées, mais aussi de faire monter en compétences les salariés déjà en place », se félicite Cédric Lalliard, qui envoie chaque année deux ou trois collabora-

teurs dans les formations proposées par ÉBENE.

Mieux comprendre les attentes des généralistes

Les négoce spécialistes peuvent aussi s'appuyer sur l'Académie

LCB, créée en 2022 par l'association Le Commerce du Bois. Renforcée au fil des mois, l'offre de formation compte actuellement une vingtaine de modules, allant des connaissances élémentaires sur le matériau à des contenus plus pointus (classes d'emplois, bois d'ingénierie, problématique feu...). « Le but n'est pas de transformer le négoce en bureau d'études, mais que ses équipes soient en mesure d'accompagner le client professionnel pour positionner le bon produit bois pour le bon usage », résume François Laresche, vice-président de LCB, et président du groupe Drouaire. L'association réfléchit déjà à aller plus loin sur les formations pour que les négoce soient capables de passer d'une approche matériau à une approche projet, plus pertinente pour les nouveaux venus sur le marché. « Nous avons besoin

d'aider des clients moins spécialisés dans la construction bois à comprendre les cahiers des clauses techniques particulières (CCTP) définis par la maîtrise d'œuvre. Inversement, il faut que nos négoce soient en capacité d'intégrer les modes de fonctionnement des entreprises générales, avec des approches différentes sur la gestion générale du chantier, le phasage... », estime François Laresche. ●



Objectifs de l'Académie LCB : former les équipes pour qu'elles soient en mesure d'accompagner le client professionnel et positionner le bon produit bois pour le bon usage.

CÔTÉ
CLIENTS

Avec la co-traitance, les PME veulent prendre de la hauteur

Depuis 6 ans, le constructeur toulousain L'Âge du Bois mène chaque année un chantier en association avec deux PME voisines : une entreprise, elle aussi spécialisée dans la charpente et l'ossature bois, et un constructeur venu du gros œuvre béton. « En complément de notre activité historique sur la maison individuelle, cette stratégie nous permet de nous diversifier sur de plus gros chantiers, auprès de clients professionnels ou de collectivités, témoigne Nicolas Delaunay, dirigeant et cofondateur de L'Âge du Bois. Seuls, nous n'aurions pas eu accès à ces marchés, soit pour des questions de seuils, soit que l'engagement financier aurait été trop important. En s'alliant avec d'autres entreprises, on partage le risque, mais aussi les compétences techniques. »

S'associer pour gagner de plus gros chantiers

Alors que la construction bois se développe, notamment sur l'édi-

fication ou la rénovation de bâtiments de plus grande hauteur, les acteurs historiques de la filière s'organisent pour prendre leur part. La sous-traitance reste une option, mais elle oriente l'essentiel de la valeur ajoutée du chantier vers l'entreprise générale... C'est donc vers la co-traitance que les organisations professionnelles

tentent d'emmener leurs adhérents, notamment via les groupements momentanés d'entreprise (GME). « En fonction des besoins, il peut s'agir de permettre à plusieurs entreprises de charpente de s'associer pour prendre de plus grands chantiers, ou de constituer des équipes de rénovation globale tous corps d'état, dé-

veloppe Jean-Michel Martin, président de l'UNA CMA. Au sein de la Capeb, nous travaillons à développer l'application "GME en trois clics" pour faciliter le recours à ces associations entre PME. »

Des GIE de taille nationale

D'autres montages juridiques

existent : pour gagner de plus gros chantiers, L'Âge du Bois et ses partenaires privilégient par exemple le recours aux sociétés en participation (SEP), une forme légère d'association temporaire, qui, contrairement au GME, ne nécessite pas de nommer un mandataire. Plus rares, les groupements d'intérêt économique (GIE) impliquent un niveau supplémentaire d'intégration, avec inscription au registre du commerce et des sociétés ; ils ouvrent en contrepartie d'autres avantages comme celui de pouvoir embaucher des salariés sur le projet concerné. Actif sur le marché de la construction bois depuis 1974, le GIE Gipen revendique ainsi la plus importante capacité industrielle française de production de charpentes et de structures bois, via l'association de 5 constructeurs regroupant 8 sites de production et plus de 250 salariés. ●



Pour accéder à des chantiers plus importants, les professionnels travaillent en co-traitance, comme le toulousain L'Âge du Bois sur du tertiaire en hors site (photo 1), ou en GIE, à l'image de Gipen, acteur sur ce projet (photo 2) de 1 273 m² de logements sur six niveaux et d'une crèche de 1 260 m², réalisés avec des murs manteaux ossatures bois intégralement préfabriqués enveloppant une structure béton. Selon le Gipen, 86 m³ de bois ont été utilisés sur l'opération, soit environ 86 t de CO₂ stockés en plein Paris. (Architecte : Agence Belus & Hénocq Architectes).

SOLUTIONS DURABLES

L'engagement multimarque de Saint-Gobain

« **E**ngagé pour la planète et engagé pour le bien-être, c'est une sélection à double entrée qui guide la gamme multimarque présentée par Saint-Gobain dédiée au bâtiment durable. Parmi les critères retenus : la circularité, les économies d'énergie et de ressources, le confort de pose et d'usage ou encore la qualité de l'air intérieur... « La démarche que nous lançons à travers "Les Engagés" correspond à une attente forte de nos clients, aussi bien des grands comptes, que des particuliers, des artisans et distributeurs. Ils ont besoin de réponses claires. Nous voulons ainsi simplifier les choix, apporter des preuves de l'engagement de Saint-Gobain et aussi motiver l'innovation en interne », explique Arnaud Tractère, directeur général de Saint-Gobain Solutions France.

Adfors, Isover, Placo, PAM, Saint-Gobain Glass, Weber..., au total, six marques portent la démarche qui fédère de nombreuses références. Parmi celles-ci, quelques exemples ont été choisis par Saint-Gobain pour illustrer la démarche lors de son lancement. Chez Adfors, la gamme de revêtements muraux en fibre de verre prépeints et préencollés Novelio Classic EasyGlue concrétise à la fois l'économie de matière (colle et peinture) et la durabilité par rapport aux peintures et papiers peints classiques.

Des produits emblématiques

Chez Placo, l'Infini 13, « la première plaque de plâtre sur le marché, produite à partir de plus de 50 % de matière recyclée » associe économie de ressources et

recyclabilité à 100 %, sans altération des propriétés d'une BA13 classique. Du côté de Weber, le choix s'est porté sur la Webercoll Flex Eco, « colle confort à faible empreinte environnementale polyvalente, conçue spécialement pour les planchers chauffants » et qui, selon l'industriel, assure « une réduction des émissions de CO₂ de 50 % par rapport à la Webercoll Flex, est moins irritante pour les mains, et améliore la qualité de l'air (label Emicode® EC 1 Plus) ». Autre exemple, celui fourni par Isover et sa gamme GR32, « isolant facile à manipuler et à découper » qui affiche de « hautes performances acoustiques, une résistance thermique élevée (compatible avec un projet DPE de classe A ou B), 50 % au moins de verre recyclé dans sa production, et la recyclabilité ».



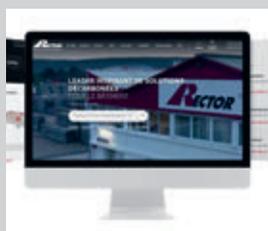
Ce ne sont que quelques exemples des marques et références présentes dans la gamme Les Engagés, dont le point commun est d'être produites en France et de bénéficier de FDES vérifiées. « Cette gamme est amenée à s'enrichir progressivement, à évoluer tout comme évolueront les critères et nos niveaux d'exigence - sauront rythme de la réglementation et de l'avancée de nos recherches », précise Arnaud Tractère, qui rappelle que les émis-

sions carbone, les économies de ressources et le confort d'usage resteront les piliers prioritaires. À l'heure du déploiement, et concrètement, chaque marque va se mobiliser à la fois dans la formation de ses équipes commerciales et la valorisation de ces solutions sur le marché par l'étiquetage d'un symbole sur leurs emballages. Des réflexions sont en cours pour le développement de plans d'actions sur le terrain. ● M.-L. Barriera

Vite !

SUR LE WEB

Rector.fr, une nouvelle version au plus près des besoins



Suite à l'évolution du marché et des réglementations, Rector a souhaité que son nouveau site internet place les besoins de ses clients au cœur de la navigation et la recherche afin de mieux les orienter vers des systèmes constructifs adaptés. Plus intuitif et doté de nouvelles rubriques, il offre un parcours client en phase avec leurs besoins et les enjeux du marché. De plus, ce dernier a été conçu pour minimiser son empreinte carbone pour être en adéquation avec les engagements RSE de l'entreprise.

FILÈRE SÈCHE

Etex continue de fourbir ses armes

« **J**e suis fier d'annoncer qu'Etex a une nouvelle fois enregistré une croissance significative en 2022, et ce pour la cinquième année consécutive ». C'est en ces termes que s'exprime Bernard Delvaux, P-dg d'Etex pour synthétiser une année 2022 riche en événements. Le plus important est sans conteste l'acquisition d'Ursa qui est venue créer la 5^e famille du groupe en juin dernier.

Côté chiffres donc, la société revendique un CA de 3,7 Md€, soit une hausse de 25 % par rapport à 2021. Notons qu'à données comparables, l'augmentation s'établit à 13,3 %, dont 11,5 % reviennent aux rachats récents d'Ursa et des activités de plaques de plâtre Knauf en Australie. Si la ventilation exacte du CA par pays n'est pas communiquée, on peut estimer que la France représente entre 15 et 18 % du chiffre d'affaires global. Le bénéfice net atteint 210 M€, en hausse de 8,2 % sur un an.

Qui dit filière sèche, dit empreinte environnementale réduite, préoccupation majeure du Bâtiment pour les années à venir. L'entreprise souhaite montrer l'exemple en mettant en place une politique environnementale rigoureuse. Bernard Delvaux explique : « Depuis 2018, nous avons réalisé des progrès significatifs dans notre démarche de durabilité, notamment grâce à une croissance de 54 % de l'utilisation de gypse recyclé - faisant d'Etex le recycleur de gypse le plus avancé en Europe, Royaume-Uni compris -, à une diminution de 19,9 % des émissions absolues de CO₂ et à une réduction de 26,5 % des déchets mis en décharge en valeur absolue ». Du côté de la décarbonation, l'objectif est de réduire les émissions de GES de 35 % en 2030 par rapport à 2018.

Depuis l'arrivée d'Ursa il y a 7 mois, aucun changement stratégique n'est à l'ordre du jour par rapport à l'activité Building Performance qui

compte en son sein Siniat. « L'isolation reste une activité propre et à part entière », martèle Valérie Lebon, Dg d'Etex Building Performance.

Favoriser les synergies locales

Si un travail est en cours afin de certifier des systèmes communs tout en partageant les meilleures pratiques de chaque entité (achats, finance, RH...), le positionnement différent et les spécificités du business local laissent les coudees franches aux deux marques au niveau commercial. « Si un binôme Ursa-Siniat est envisagé, il n'est que ponctuel et sur initiative des enseignes de négoce qui souhaitent mettre dans leur plan de vente les solutions proposées par les deux fabricants », complète-t-elle.

« Pour 2023, la volatilité et l'incertitude devraient perdurer, en particulier pour les prix de l'énergie et des matières premières, mais nous



Bernard Delvaux, président d'Etex.

pensons que la demande pour les produits et solutions d'Etex restera forte compte tenu de leur valeur durable intrinsèque et des besoins actuels en matière de rénovation et de construction neuve. Nous avons pour objectif clair d'être le fabricant de matériaux de construction le plus innovant et le plus durable au monde », conclut Bernard Delvaux. ● M. W.



Scannez ce QR-code pour consulter l'article complet sur le site bati.zepros.fr

ISOLATION GLOBALE ET PERFORMANTE

Le Pôle Fibres-Énergivie sort un nouveau livre blanc

Pour ce deuxième opus du Pôle fibres Énergivie et Build & Connect, qui fait suite à la première édition sortie en 2018, le Groupe de travail sur la qualité de l'enveloppe du bâtiment (GTQE) dévoile, sur 40 pages, les nouveaux enjeux, qu'il s'agisse de construction neuve ou de rénovation. Une mise à jour où l'on constate qu'il subsiste des points à améliorer, notamment en ce qui concerne les performances énergétiques réelles par rapport aux chiffres théoriques, tant au niveau de l'enveloppe du bâtiment que des équipements techniques. Le GTQE milite ainsi activement pour introduire une garantie de résultats grâce au commission-

nement, se traduisant par une vérification systématique et complète de la performance thermique du chantier réalisé (enveloppe et équipements). Un sujet qui revêt toute son importance face à l'enjeu de la massification à mener pour la rénovation du parc de bâtiments existants.

Un patrimoine dévalorisé

En France, l'Anses estime entre 14 et 20 % le nombre de logements présentant des moisissures visibles. Un constat partagé par l'OMS qui confirme que « les ponts thermiques, une isolation inadéquate [...] peuvent créer une température de surface inférieure au point de rosée de



l'air et produire de l'humidité », engendrant le développement de moisissures.

Pour Raphaël Kieffer, un autre membre du GTQE et Dg de Schöck France, « malgré la mobilisation de nombreux acteurs du secteur, la nouvelle réglementa-

tion souffre d'une stagnation des niveaux d'exigences sur les ponts thermiques. En isolation thermique par l'intérieur, l'objectif de moyens doit être transformé en objectif de résultats au droit des ponts thermiques, et imposer une réduction de la valeur ψ de 0,6 W/ml-°K à 0,4 W/ml-°K ». Conséquence directe, les habitations présentant un déficit flagrant en termes d'isolation et d'étanchéité (DPE F et G) se négocient jusqu'à 57 % moins cher que les biens identiques affichant une étiquette énergétique A. Le retour sur investissement, en cas de rénovation énergétique performante, est toujours avantageux puisque le Cerema a constaté une plus-value d'envi-

ron 15 % lors de la revente d'un bien après travaux.

Toujours côté chiffres, pour éradiquer toutes les passoires thermiques d'ici à 2034, le coût total est estimé à 70 Md€ pour obtenir une étiquette D, et à 130 Md€ pour atteindre le niveau BBC. Un montant important, sans aucun doute, mais à relativiser quand on sait que l'on pourrait économiser chaque année plus de 900 M€ sur le budget de la Sécurité sociale liés aux frais de santé occasionnés par les logements insalubres. ● M. W.



Scannez ce QR-code pour consulter l'article complet sur le site bati.zepros.fr

MURS BOIS / PAILLE

Bati Sens ouvre son premier site de production

À l'origine majoritairement utilisé en autoconstruction, la paille est en passe de devenir un isolant presque comme les autres. En tout cas, c'est ce que croit Bati Sens qui vient d'officialiser le démarrage d'un site industriel dédié à la fabrication de murs préfabriqués bois/paille.

« Nous sommes convaincus que pour accélérer la transition énergétique, il est indispensable d'industrialiser l'offre la plus bas carbone possible : la construction bois paille. Dès le démarrage de notre activité, nous avons mis en place un outil industriel qui permet de réaliser un important volume de murs en ossature bois, isolation paille. Cela nous permet de pouvoir répondre rapidement à une diversité d'acteurs de la construction et ce dès la première année d'exploitation de notre site », explique Éric Bouvatier, président et fondateur de Bati Sens.

Un process innovant

Avec une capacité de production de 70 000 m² de murs bois et paille, cette usine est la plus importante de ce type en France et la seule en région parisienne. Fabriqué à partir d'une matière première abon-



dante et peu énergivore, ce système bois et paille est adapté à tous types de bâtiments : logements collectifs et individuels, établissements publics, bâtiments tertiaires, industriels ou encore logistiques.

Des performances à la hauteur de l'enjeu

Les murs préfabriqués bois et paille (MOB) ou façades ossatures bois (FOB) sont des produits modulables et performants pour la construction de bâtiments écoresponsables. Leur utilisation offre les avantages d'un système constructif sur mesure et léger qui permet également de raccourcir les délais de construction. Avec un outil industriel innovant, offrant une capacité de production quatre fois supérieure à la moyenne, Bati Sens est en mesure d'offrir des produits performants à prix compétitifs et de livrer ses clients dans les plus brefs délais.

La botte de paille présente en effet l'exceptionnelle vertu d'agir comme puits de carbone car elle stocke plus de CO₂ que la quantité émise lors de sa mise en œuvre. En effet, la paille est l'isolant ayant l'énergie grise la plus faible de tous les isolants présents sur le marché. La paille, issue de culture du blé, stocke le CO₂ pendant sa croissance (14 kg/m²), et est à ce titre un véritable contributeur à l'écoconstruction. De plus, la fabrication des murs bois et paille s'opère sans eau.

La botte de paille est un isolant aux performances éprouvées. En matière de confort phonique, elle offre un affaiblissement acoustique de 45 dB. Concernant le confort thermique, elle affiche un déphasage de 15 heures en été et une résistance thermique R supérieure à 7 pour un mur intégrant une botte de 36 cm d'épaisseur. ● M. W.

OPÉRATION COMMERCIALE

Knauf lance la saison 2 de Plak+ Confort

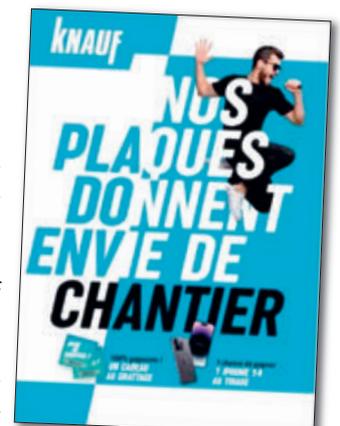
Petit retour en arrière, il y a un an, plus exactement : Knauf lançait son concept Plak+ Confort pour pousser les vertus de ses plaques techniques auprès des entreprises en sélectionnant parmi son offre les meilleures références sur des critères d'acoustique et de qualité de l'air intérieur, en somme l'amélioration de l'habitat. Un lancement soutenu par des outils de communication dédiés mais aussi par une vaste opération commerciale. En 2023, l'industriel relance la mécanique et maintient cette même stratégie.

Une campagne bien orchestrée

Au cœur de l'opération, Knauf a gardé la KA 13 Phonik et la Diamant 13 Cleano C, deux références clés parmi ses plaques techniques. En revanche, il a choisi de se concentrer sur 250 partenaires stockistes pour impliquer plus fortement les équipes des points de vente. Jusqu'au 30 avril, « un dispositif de sell-out indexé au montant de sell-in » doit dynamiser les ventes et permettre de participer à « un jeu-concours motivant pour

récompenser les agences les plus impliquées », explique l'industriel. Les clients sont eux-mêmes récompensés par des gains dès leur premier achat et du 1^{er} mai au 30 juin, ils auront la possibilité de participer et d'accéder à des cadeaux exclusifs par tirage au sort.

Cette édition 2023 s'articule autour de la musique comme thématique générale. Billets de concert, iPhones 14 avec abonnement Spotify, enceintes... elle se décline ainsi dans les récompenses obtenues par les points de vente et leurs clients mais aussi dans les outils et messages qui composent la campagne de communication. ● M.-L. B.



Vite!

NOMINATION EDILIANS Communication et RSE vont de pair

Au mois de janvier, Edilians, spécialiste français de la terre cuite, a nommé Sandy Hurel-Le Corre au poste de directrice Communication et RSE. Diplômée en communication et management, elle bénéficie de plus de 20 ans d'expérience en agence et dans l'industrie (Firalp, Lacroix City). Aux côtés d'Olivier Delattre (directeur du pôle Énergie Environnement), Sandy Hurel-Le Corre aura pour mission « de gérer et manager les enjeux RSE, ainsi que de définir la stratégie de communication pour accompagner la croissance du groupe à l'international ». L'intéressée explique : « Ce que je trouve intéressant dans ce poste, c'est le travail d'acculturation à la RSE pour contribuer à transformer un engagement d'entreprise en actions du quotidien pour tous les collaborateurs ».

SIMULATEUR Favoriser les économies d'énergie

Fédérant les acteurs de la filière des stores et volets, le groupe Actibaie a lancé Caleepso fin mars sur le salon BePositive à Lyon. Ce simulateur fournit les économies d'énergie en kilowatts et en euros des protections solaires, tout en évaluant la baisse moyenne des émissions de gaz à effet de serre. Il se base sur la notion de confort d'été de la RE 2020.

RACHAT Fybolia chez Ridoret

Depuis mi-mars, l'intégration du breton Fybolia au groupe Ridoret est officielle. C'est l'opération la plus importante pour le repreneur depuis le rachat de Menuiserie Reveau (Combrand) en 2017. Parmi les synergies annoncées, les activités de fabricant-distributeur de Fybolia (portails, menuiseries extérieures en PVC et alu) complètent et renforcent le pôle BtoB du groupe Ridoret en termes d'offre et de maillage territorial.

DÉTOURNEMENT D'USAGE

Louineau convertit ses précadres en verrières

Le spécialiste des fixations et des habillages de menuiseries réalise des analyses complètes dans son bureau d'études intégré afin de répondre à tous les cas de mise en œuvre, en prenant en compte les enjeux techniques et réglementaires. « Louineau est également capable de détourner l'usage traditionnel de ses précadres », précise l'entreprise qui cite l'exemple de mise en œuvre sur un toit en pente pour créer une verrière. C'est ce qui a été fait

à l'Institut de formation en soins infirmiers d'Auch (32). L'ancienne caserne Espagne a été réhabilitée et dotée d'une extension pour accueillir l'administration, la restauration et divers espaces. L'entreprise de pose Oralu a reçu pour mission d'installer 12 fenêtres de toit, en « mini-verrières », pour lesquelles aucun système standard n'existe.

Pose expresse

L'exigence de l'entreprise était de mettre en œuvre un enca-

drement monobloc pour faciliter le chantier en hauteur et supprimer tout risque d'infiltration. En se rapprochant de Louineau, Oralu a obtenu la conception d'un précadre 2 en 1 sur mesure, permettant la fixation et l'habillage de la menuiserie en toiture. Habituellement utilisé en façade, le précadre a été détourné de son usage premier et adapté aux contraintes d'un toit en pente. Les soudures en continu assurent l'étanchéité et aucune découpe n'a été nécessaire sur site. Thermola-



© Louineau (39)

qués, les 12 précadres ont été livrés directement chez Oralu qui a réalisé en atelier le montage des châssis. Sur le chantier, les systèmes complets ont été montés en quelques minutes à l'aide d'un palonnier à ventouses et d'une nacelle. Deux professionnels ont installé les 12 mini-verrières en une seule journée. ● G. N.

PROFILÉS ALUMINIUM

Technal et Wiconapionniers en recyclage

C'est une première... mondiale ! Fin mars, les deux filiales du groupe norvégien Hydro ont annoncé être « les premiers gammistes de menuiseries et façades à fabriquer des profilés en alu recyclé » Hydro Circal 100 R, des billettes bas car-



bone. À l'heure de la REP (responsabilité élargie des producteurs) et de la montée en charge de l'économie circulaire, les deux marques viennent de livrer deux premiers chantiers : l'un en Allemagne pour Wiconap, l'autre en France pour Technal.

Les noms des maîtres d'œuvre et d'ouvrage, ainsi que le lieu ne sont pas dévoilés pour l'instant. Reste que 130 tonnes de profilés Hydro Circal 100 R ont été fabriquées. Avec une empreinte CO₂ cumulée de 65 tonnes, ces deux réalisations induisent « une réduction de 800 tonnes de CO₂ par rapport à l'aluminium standard produit en Europe ». ● S. V.

OSSATURE BOIS

Nouveau catalogue Ubbink



Le groupe Ubbink a lancé une documentation regroupant l'offre complète pour les maisons à ossature bois. Ce sont 30 solutions qui sont ainsi réparties en deux catégories distinctes : étanchéité à l'eau ou à l'air. Elles sont ensuite déclinées par fonction, et notamment "Protéger la structure bois et l'isolant de la vapeur d'eau et des infiltrations d'air". Le guide présente le ou les

produits à utiliser, leur composition et caractéristiques techniques, la réglementation en vigueur et la préconisation de mise en œuvre. Le catalogue mentionne également les écrans de sous-toiture, membranes pare-pluie et pare-vapeur. Ubbink offre enfin une étude gratuite de situation grâce à son logiciel Wufi qui permet de valider une solution constructive. ● G. N.

PARTICIPATION

Elcia entre au capital de Revel'Home

Le leader hexagonal de l'édition logicielle pour la filière des menuiseries a pris 30 % du capital du nantais Revel'Home. Après avoir envisagé de créer une marketplace apporteuse d'affaires aux artisans installateurs pour des projets de rénovation, ce dernier a lancé mi-2022 une appli de relation clients (CRM). En janvier,

Revel'Home a officiellement commercialisé son logiciel dédié. L'entreprise compte 5 collabo-



Édouard Catrice, Dg d'Elcia (à g.), et Charles Pellé, fondateur de Revel'Home.

rateurs et affiche pour l'instant 30 clients pros. Son objectif : un portefeuille de 1 300 clients

abonnés au 1^{er} trimestre 2025. Connu entre autres pour son logiciel ProDevis, Elcia va s'appuyer sur la technologie de Revel'Home pour travailler sur une interface de ses solutions et des outils de son nouvel allié. En 2015, Elcia s'était déjà rapproché d'Isia, puis de Ramasoft trois ans plus tard, et d'AlloTools en 2020. ● S. V.

RETOUR SUR ISH 2023

Le génie climatique et la salle de bains en version XXL

Après une interruption de 4 ans pour les raisons que nous connaissons tous, ISH était de retour à Francfort du 13 au 17 mars. Une édition plus qu'attendue aussi bien par les plus de 2 000 exposants que par les professionnels installateurs du monde entier. Il faut dire que depuis 2019, l'actualité du secteur de la salle de bains, et plus encore du génie climatique, a été riche en bouleversements. Avec la hausse spectaculaire des coûts de l'énergie et la baisse drastique des émissions de CO₂, les priorités ont rapidement évolué vers des équipements répondant à ces nouvelles exigences. Ainsi, la grande tendance qui était majoritaire en France depuis quelques années, à savoir le développement rapide de la pompe à chaleur aérothermique, fait tache d'huile en Europe et l'Allemagne devrait, en 2023, nous détrôner de la première place, puisque, aux dernières prévisions, ce sont pas moins de 500 000 unités (contre environ 320 000 en France en 2022) qui devraient être vendues chez nos voisins d'Outre-Rhin.

Des solutions complètes et intelligentes

Les 153 734 visiteurs d'ISH (dont 44 % venant de l'étranger) ont



Véritable carrefour des professionnels du génie climatique et du sanitaire-plomberie, ISH a rouvert après 4 ans d'absence pour la plus grande satisfaction des exposants et des installateurs visiteurs.

donc arpenté les halls XXL pendant 4 jours. Et à l'examen des appareils qui y étaient exposés, on constate que l'aspect "généraliste" n'est plus approprié. Les fabricants proposent désormais des solutions ultra-complètes pour l'habitat individuel et collectif. Alors que la PAC a trusté l'espace des stands des industriels présents, une petite musique dissonante venant de la Commission ENVI européenne (environnement, santé publique et sécurité alimentaire) pourrait bien perturber très vite les plans de la filière. En effet, il est question d'interdire à la vente, à compter du 1^{er} janvier 2027, toute PAC bi-bloc d'une puissance inférieure à 12 kW fonctionnant aux HFC dont le PRP (potentiel de réchauffement planétaire) est supérieur à 150. Est-ce pour cette

raison que les fabricants présentaient presque tous des machines fonctionnant au R290 (propane) ? Pas sûr, dans la mesure où les phases de R&D et d'industrialisation de cette nouvelle génération de PAC ne datent pas d'hier. Quoi qu'il en soit, ce fluide au PRP très bas (3 contre 675 pour le R32) semble tenir la corde en dépit de son classement A3 qui limite encore ses usages à cause de ses caractéristiques inflammables.

S'aventurer hors des spécialités

Pour l'univers de la salle de bains, la tendance des prochaines années s'est clairement dessinée lors du salon allemand. Il n'est plus question pour les fabricants du secteur d'être de "simples" spécialistes mais bien de propo-

ser des équipements complets de salles de bains, sans pour autant renier leur domaine de prédilection. Si les innovations technologiques étaient présentes, de nombreux industriels ont misé sur la présentation de nouvelles gammes jusque-là absentes de leur portefeuille, répondant à la demande des consommateurs européens de réaliser l'ensemble des travaux de cette pièce avec une seule marque. C'est le cas par exemple d'Hansgrohe avec l'arrivée de meubles, miroirs et appareils sanitaires, de Toto avec des vasques et des colonnes de douche, tandis que Villeroy & Boch renforce sa gamme de robinetterie. Deux autres tendances se dessinent à l'issue de cette édition 2023 du salon ISH : le design et la consommation d'eau. La première nommée ne date pas d'hier mais il semble désormais loin le temps où les fabricants proposaient simplement le blanc en céramique ou le chrome en robinetterie. Le noir était, par exemple, pratiquement présent sur tous les stands, tout comme de nombreuses textures et reliefs différents pour la robinetterie. Enfin, les acteurs du monde de la salle de bains semblent avoir pris le virage de l'économie des ressources avec des équipements consommant de moins en moins

d'eau sans pour autant négliger le confort d'utilisation.

L'Allemagne plus "globale"

Alors que la France peine à inciter des rénovations regroupant plusieurs bouquets de travaux, nos voisins adoptent une démarche plus globale. Trois facteurs peuvent expliquer cette orientation : la culture d'un habitat plus performant et technique, le pouvoir d'achat et surtout le prix de l'électricité qui a fortement augmenté pour les particuliers (contrairement aux entreprises énérgo-intensives du pays qui bénéficient d'un tarif au MWh très avantageux). Ce contexte pousse les Allemands à favoriser les matériaux orientés EnR ainsi que le stockage de l'électricité via des panneaux photovoltaïques, car l'électricité du pays est encore en majorité produite à base de charbon et de lignite (45 %). Cette profusion de solutions découvertes sur le salon, et qui ne seront pas forcément commercialisées en France à court terme, donne néanmoins la tendance de fond de ces prochaines années. Reste la question épineuse de l'investissement que cela représente et, pour l'instant, ni la France ni l'Allemagne n'ont de réelle réponse. ●

M. Wast et J. Becam

PROMOTION NATIONALES

Geberit électrifie les points de vente

Comme chaque année à cette période de l'année, le fabricant suisse a lancé sa grande promotion nationale le 13 mars dernier. Prévu jusqu'au 30 juin 2023 et baptisé "Les instants électriques Duofix", cet événement commercial met en jeu des lots inédits, parmi lesquels 4 "Baignoires" de Kilow, des véhicules électriques conçus en France d'une valeur de 12 670 €, hors bonus écologique. Geberit a sélectionné 8 références Duofix

pour permettre aux installateurs d'être éligibles à cette promotion nationale. Chaque référence éligible achetée représente une chance de jouer (sur instants-electriques-duofix.fr ou en flashant le QR-code). L'installateur joue et découvre immédiatement s'il a gagné et quel cadeau il a remporté, parmi une "pyramide" de 1 000 cadeaux. Il doit ensuite cocher une option lui permettant de participer au tirage au sort final. Si l'installateur achète au

moins une référence éligible parmi les 3 familles de produits Duofix (bâti-supports, bâti-supports, système Duofix), il double sa chance au tirage au sort.

Une communication d'envergure

Chaque distributeur aura à disposition un kit de communication Geberit : affiche A3, stop-rayon, grand totem, jupe palette, bloc pelure, chevalet A4, sticker aux couleurs de la promo à posi-



tionner sur les cartons des produits éligibles... Durant toute la période promotionnelle, une campagne d'e-mailing destinée aux installateurs est programmée. Elle s'accompagnera de campagnes de communication

sur les réseaux sociaux Geberit : Facebook, Instagram et LinkedIn, et auprès d'influenceurs. Cette campagne sera également relayée sur le site internet Geberit et sur le programme de fidélité Les Plombiers Français. ● J. B.

OFFRE COMPLÉMENTAIRE

BDR Thermea s'offre Eurevia

La performance énergétique est aujourd'hui obligatoirement associée aux enjeux de décarbonation des bâtiments. Les systèmes thermodynamiques et multi-énergies font donc appel à un pilotage de plus en plus optimisé et évolué. C'est pour cela que BDR Thermea a noué depuis 3 ans un partenariat solide avec Eurevia dans le cadre du développement d'une solution complète et innovante pour la maison individuelle neuve : enov@home. Le système comprend une pompe à chaleur triple service, une unité de traitement d'air ainsi qu'un plancher chauffant-

rafraîchissant, le tout géré par un module de pilotage global offrant une interface utilisateur ergonomique et connectée.

Une suite logique

« Il est essentiel de combiner les technologies si nous voulons réussir à décarboner le confort thermique et adresser les problématiques de qualité d'air intérieur. C'est pour cela que chez BDR Thermea, nous parlons pompes à chaleur, solutions hybrides et solutions connectées de traitement d'air. L'intégration d'Eurevia nous permet d'offrir une gamme complète de solutions pour aider à accélérer la tran-

sition énergétique des bâtiments neufs individuels ou collectifs », a déclaré Bertrand Schmitt, P-dg de BDR Thermea Group.

Basée à La Ciotat (13), la société Eurevia est spécialiste des solutions de chauffage et de rafraîchissement multizone par vecteur air, mais aussi d'interfaces de pilotage et de contrôle adaptées à de nombreux segments de marchés tels que les logements, les bureaux, les hôtels ou encore les navires de croisière. Son offre comprend notamment des unités de traitement d'air horizontales et verticales, des solutions de contrôle nativement connectées



De g. à dr. : Fabrice Shoshany, directeur commercial et marketing de BDR Thermea France, David Loyer, Dg d'Eurevia, et Thierry Jehl, directeur marketing Produits & Solutions de BDR Thermea France.

et des pompes à chaleur multifonctions, offrant ainsi des solutions complètes et intégrées uniques sur le marché.

« Après quelques années de travail en commun pour développer la solution enov@home, le rapprochement entre nos sociétés nous a paru évident pour se donner un maximum de moyens afin d'accomplir notre mission commune de décarbonation des bâtiments d'aujourd'hui et de demain », souligne David Loyer, président d'Eurevia. À travers sa participation majoritaire au sein d'Eurevia, le groupe montre son engagement dans le domaine de la ventilation et du traitement de l'air afin de proposer des solutions innovantes pour les différents segments de marchés et les enjeux environnementaux. ● M. W.

STRATÉGIE MARCHÉ

Daikin à la conquête de l'Europe avec sa nouvelle génération de PAC

Vers une pompe à chaleur « dans chaque logement ». C'est avec cette phrase que Daikin a inauguré sa conférence de presse tenue lors du dernier salon ISH de Francfort. Ce rendez-vous rassemblant la presse européenne, mais aussi les équipes commerciales du fabricant, a été pour lui l'occasion de dévoiler sa stratégie pour les années à venir et de revenir sur les nombreux investissements réalisés récemment en termes de R&D et industriels. L'entreprise japonaise est notamment prête à s'appuyer sur la croissance rapide attendue sur le marché européen des pompes à chaleur. D'ici à 2030, les prévisions chiffrent à 14 millions le nombre d'équipements de chauffage remplacés, dont 10 millions avec des pompes à chaleur air-eau. L'entreprise a notamment rappelé qu'elle avait déjà installé 1,2 million PAC en Europe depuis

2006 avec l'introduction de la PAC Altherma cette année-là.

Arrivée du R290

Pas question de s'arrêter en si bon chemin pour Daikin qui a profité du salon ISH pour présenter sa nouvelle gamme de PAC air-eau Altherma 4, officialisant la bascule du fabricant vers le R290. Cette nouvelle solution se veut une réponse à tout type d'installation en Europe avec un design extérieur inédit, une fonction de contrôle intelligent mais aussi une fabrication sur le Vieux continent. Par ailleurs, Daikin a choisi de décliner la PAC air-eau en trois versions de fluides : le R32, le R290 et, entre les deux, le R454C permettant d'atteindre des températures de sortie d'eau jusqu'à 65°C et un fonctionnement de la PAC jusqu'à -25°C en extérieur. Altherma 4 peut être installée en maison individuelle, avec un groupe extérieur collé à

la façade ou non, mais également dans le collectif en fonction du fluide autorisé. Elle sera disponible à partir de 2024. « L'ambition est de proposer une solution adaptée à chaque marché et à chaque configuration. Pour y arriver, nous devons nous appuyer sur différents fluides adaptés à nos trois segments de marché », souligne Patrick Crombez, directeur général Chauffage et Renouvelables chez Daikin Europe.

Quadrupler la production

D'ici à 2025, Daikin va aussi accroître sa capacité de production grâce à l'extension de ses sites de fabrication existants en Belgique, République tchèque et Allemagne, grâce, notamment, à un investissement de 23 M€ à Ostende et de 50 millions à Brno. Ces projets devraient permettre de quadrupler la capacité de production de PAC air-eau. En parallèle, un investissement important est également prévu pour la création d'une nouvelle usine en Pologne, dont l'ouverture est programmée pour 2024. À partir de 2025, ce site de production sera capable de fabriquer un million de PAC par an. Encore faut-il pouvoir installer tous ces nouveaux équipements et c'est sur ce dernier point que l'entreprise japonaise a souhaité mettre également l'accent. ● J. B.

MARKETING EN LIGNE

Gestion de l'eau : Grohe surfe sur la vague

Participant historique au salon ISH, Grohe a fait le choix de ne pas être présent lors de la dernière édition du salon allemand. Depuis la période Covid, le fabricant de solutions complètes de salle de bains mise en effet sur Grohe X, sa plateforme de contenu numérique afin de présenter l'univers de la marque et ses nouveaux produits. Du 7 au 9 mars dernier, Grohe a organisé son premier sommet Grohe X sur la thématique "Prendre soin de l'eau". Au total, le fabricant a organisé 17 conférences à destination des distributeurs, installateurs, architectes, designers et consommateurs finaux de plus de 74 pays pour un total de plus de 14 000 visionnages.

Grohe a également dévoilé sa nouvelle technologie Everstream dont l'objectif est de révolutionner l'utilisation de l'eau sous la douche. En effet, cette technologie promet de nettoyer, recycler et réutiliser l'eau. Le système de douche n'utilise qu'un quart de l'eau et un tiers de l'énergie généralement nécessaire lors d'une douche classique, soit une économie de coût pouvant atteindre 65 % par an pour un foyer de quatre personnes et une réduction des émissions de



CO₂ pouvant aller jusqu'à 70 %, en fonction des habitudes de chacun. Cette douche circulaire sera disponible sur le marché à partir du printemps 2024. Le système est actuellement testé sur le terrain et une série de formations pour les installateurs devrait débiter au second semestre de 2023. En outre, Grohe vise à ce que toutes leurs douches encastrees soient capables de recycler l'eau d'ici à 2030.

La santé à travers l'eau

La marque a annoncé le relancement de son portefeuille Grohe Spa. Le concept s'articule autour de la notion de "Santé à travers l'eau", traduction du latin "salus per aquam" (Spa). L'objectif de la marque n'est pas simplement de présenter des produits individuels mais de créer des expériences holistiques tenant en compte des effets positifs de l'eau sur le corps et l'esprit. Cette gamme Spa est prévue pour le printemps 2023 et a été présentée à la Milan Design Week mi-avril. ● J. B.



Présentée en avant-première, la nouvelle gamme de PAC Altherma 4 devrait être commercialisée l'année prochaine.

BILAN ET PROJETS

Les grandes ambitions de Panasonic pour 2023

Les industriels du génie climatique et plus spécialement ceux qui œuvrent dans la thermodynamique ont le sourire depuis plusieurs années, et ce sourire devrait être encore d'actualité quelque temps. Panasonic ne fait pas exception à cette règle puisqu'il affiche, pour la 10^e année consécutive, une croissance à deux chiffres avec une hausse globale de 39 % de son CA en 2022 par rapport à 2021. Ce résultat est notamment porté par le marché du résidentiel et de la PAC air-eau sur lequel l'entreprise surperforme avec une hausse de 53 %. Ces bons chiffres concernent en grande partie la rénovation avec un des modèles phares de la marque : sa gamme T-CAP. Côté climatisation, les résultats sont en phase avec le marché. L'autre locomotive reste le tertiaire qui enregistre une hausse de 29 %

avec une répartition équilibrée entre les gammes, que ce soit sur le petit tertiaire, les DRV ou les groupes d'eau glacée. Des performances qui s'expliquent largement par l'engagement des équipes qui s'étaient vues renforcées aussi bien dans les services prescription et back-office que sur le terrain. La gamme réfrigération pâtit, elle, de la conjoncture et notamment des hausses des prix de l'énergie qui ont eu pour conséquence le report de nombreux projets.

Booster la PAC en collectif

Pour 2023-2024, le fabricant confirme ses ambitions en se fixant l'objectif d'un CA en hausse



de 32 %. Deux gammes seront particulièrement sous le feu des projecteurs avec les PAC air-eau Aquarea K (au R32) et surtout "L" (au R290). Panasonic mise plus que jamais sur cette nouvelle technologie qui requiert un travail d'accompagnement et de formation auprès des partenaires installateurs afin que ces deniers se l'approprient pleinement. En parallèle, l'entreprise entend poursuivre sa dynamique dans le résidentiel collectif avec deux solutions qui s'imposent de plus en plus, en neuf et en rénovation : l'installation de PAC individuelles

en toiture ou en cascade (les technologies Panasonic permettent de connecter jusqu'à 10 PAC Aquarea en cascade pour une puissance de 160 KW, sachant que 5 PAC de 16 kW sont suffisantes pour alimenter 20 appartements en chauffage). La signature d'un accord de partenariat avec Nexity porte déjà ses fruits et représente un outil important permettant de s'imposer sur le marché.

Avec le tout récent rachat de System'Air, Panasonic va aussi poursuivre ses déploiements sur le marché du tertiaire et investir dans les solutions hydroniques afin de répondre à la massification des installations thermodynamiques. L'industriel japonais va ainsi étoffer son offre et accélérer son déploiement grâce à une usine de fabrication à Tillières-sur-Avre (27). ● M. W.

DOUCHE

Roth pousse à la personnalisation

Présent sur le salon ISH de Francfort, Roth a mis en avant ses nouvelles options de personnalisation pour ses panneaux muraux Vipanel, qui s'enrichissent de nouveaux décors : 6 effets marbre, 5 effets velvet et 6 effets structure. « Il est même désormais possible d'importer sa propre photo pour un surcoût minimal. Nous proposons aussi un configurateur sur notre site internet afin de faciliter le choix des clients finaux. Les panneaux décoratifs sont aussi disponibles pour les baignoires et les bâtis-supports », explique Nicolas Spy, chef produit pour Roth France.

Autre nouveauté, la porte de douche Melina Space (en photo), à débattement d'ouverture réduit du fait de ses portes coulissantes



et pivotantes, offrant une largeur d'accès maximale. La zone de douche peut être complètement libérée avec une ouverture d'angle. Nouveauté encore, la gamme de parois Cariba offrant de multiples possibilités de montage : en niche, en angle ou en "U", également disponible en paroi de baignoire. Cette gamme est pré-assemblée en usine pour simplifier et réduire le temps de montage.

Un nouveau centre logistique en 2023

En plus de sa présence au salon ISH, le début d'année 2023 a été marqué par un cap important pour Roth France. L'entreprise a en effet ouvert un centre de dépôt et logistique de 1200 m² à Croissy-Beaubourg (77). L'entrepôt est spécialement conçu pour les panneaux muraux Vipanel. Le site dispose d'une salle d'exposition ouverte aux particuliers et d'un centre de formation pour les professionnels, proposant des séminaires et ateliers de montage. ● J. B.

WC LAVANT

Toto en mode conquête en Europe

Si le marché nippon est désormais totalement séduit par les technologies du fabricant avec 80 % des ménages possédant un WC-douche, ce n'est pas encore le cas en Europe par exemple. Même si, sur notre continent, la demande en washlets a progressivement augmenté dans l'hôtellerie de luxe et chez les ménages tandis que Toto a développé, spécialement pour le marché européen, une gamme complète de produits dans toutes les catégories de prix. « Nous passons uniquement par le réseau professionnel et notre marché majoritaire reste le résidentiel même si nous misons également sur l'hôtellerie. », explique Jean-Baptiste Malzoppi, directeur commercial chez Toto France.

Le washlet nouvelle génération

Pour poursuivre son expansion en Europe, Toto avait mis les petits plats dans les grands au salon ISH sur un stand de 1500 m². Il y présentait des bai-

gnaires, des bâtis-supports, de la robinetterie ou encore des systèmes de douche. Mais, la principale attraction de ce stand était le nouveau prototype de washlet de l'entreprise. Baptisé Neorest WX, il rassemble toutes les technologies de nettoyage et d'hygiène de ses dernières générations de washlets. Il est notamment doté de la technologie d'hygiène Ewater+ : la douchette pour la toilette intime se nettoie automatiquement à l'intérieur et à l'extérieur avec de l'eau traitée par électrolyse – avant et après l'utilisation, mais aussi à intervalles réguliers en mode veille. De plus, la céramique WC est humidifiée après chaque utilisation afin d'assurer un niveau d'hygiène maximal. Le Neorest WX est aussi économe en eau, avec une consommation de 4,5 l. Enfin, il fonctionne quasiment sans aucun contact manuel avec un abattant s'ouvrant et se refermant automatiquement mais aussi une chasse d'eau automatique. ● J. B.

Vite!

RECONDITIONNEMENT

Dornbracht rénove des robinets usagés

Dornbracht a créé ReCrafted, un service de reconditionnement d'anciennes robinetteries, qui sont ensuite vendues en ligne sur un site dédié à des prix inférieurs à ceux du catalogue. Chaque robinetterie reconditionnée permettra d'économiser environ 40 % d'émissions de CO₂ par rapport à un produit neuf.

CÉRAMIQUE

Rak révolutionne la fabrication des lavabos

Rak Ceramics, dont le siège se situe aux Émirats arabes unis, a présenté à l'occasion du salon ISH, sa nouvelle collection de vasques réalisées par impression 3D. Un nouveau processus de fabrication particulièrement intéressant pour les architectes et les concepteurs de salles de bains pour créer des objets spécifiques. Cette impression en 3D est proposée à la demande, avec des délais plus courts mais aussi avec moins de gaspillage de matériaux.



PROMOTIONS

Les cadeaux de printemps Watts sont de retour

Comme tous les ans, Watts lance dans les négociations sa traditionnelle opération de fidélité printanière sur les produits phares de ses marques Desbordes et Watts, du 1^{er} avril au 30 juin 2023. À cette occasion, pour dynamiser les ventes de réducteurs de pression de la marque Desbordes en magasin, Watts propose aux professionnels une multitude de cadeaux en fonction de la quantité achetée.

NOUVELLE ORIENTATION

Hansgrohe se voit en spécialiste de la salle de bains

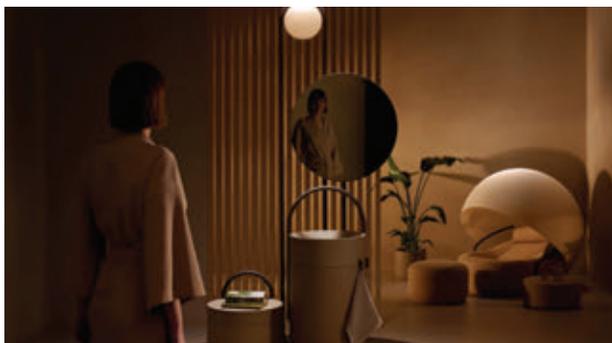
Proposer des équipements complets de salles de bains, c'est la grande tendance qui s'est dégagée parmi les marques du sanitaire lors du salon ISH 2023 de Francfort. Hansgrohe n'y échappe pas et a profité du salon allemand pour dévoiler sa nouvelle orientation stratégique.

800 références couvrant 90 % du marché

Sur son stand de 2 000 m², le fabricant allemand présentait une extension de ses gammes, couvrant désormais l'ensemble des équipements de la salle de bains, comme les meubles, la céramique ou des miroirs. « Nous répondons ainsi à la demande du marché. D'après une étude que nous avons menée au niveau européen auprès de 5 000 utilisateurs, 70 % des interrogés s'appuient sur une seule marque pour rénover l'ensemble de la salle de bains. Et plus de la moitié d'entre eux pensent qu'Hansgrohe propose déjà une offre complète. Il est donc légitime pour nous d'opérer ce virage stratégique », explique Claire Roucouls, directrice marketing d'Hansgrohe France.

Un avantage pour les utilisateurs finaux mais aussi pour les distributeurs qui ont désormais à leur disposition plus de 800 références couvrant 90 % des besoins du marché. La marque allemande promet aussi la livraison de l'ensemble des produits commandés en une seule fois. Ces derniers seront par ailleurs stockés sur le site d'Offenburg, en Allemagne. « Nous restons des spécialistes de la robinetterie. Nous considérons l'offre sanitaire et mobilier comme un support à notre cœur de métier, la robinetterie et la douche. La différence avec les autres industriels se fera par le service. L'objectif est de poursuivre notre prise de parts de marché en devenant le spécialiste de la salle de bains », souligne Frédéric Pfeiffer, directeur général d'Hansgrohe France.

Cette nouvelle offre arrivera progressivement sur le marché français à partir de 2024. Les WC céramique ne seront disponibles dans l'Hexagone qu'en 2025. Concernant le positionnement tarifaire de ces nouveaux produits, la marque allemande cible les showrooms des distributeurs



Le concept Green Vision annonce une réduction de la consommation d'eau et des émissions de CO₂ de la salle de bains de 90 %. Le lavabo, par exemple, combine trois types de jets, dont deux n'utilisent que de l'eau froide.

de milieu et haut de gamme. Des outils d'accompagnement sont d'ailleurs prévus à l'occasion du lancement de ces gammes avec notamment un configurateur.

100 % du portefeuille bascule en EcoSmart

Le salon ISH a aussi été l'occasion pour Hansgrohe de présenter son concept Green Vision, sa vision idéalisée de la salle de bains du futur. Cette dernière se divise en deux espaces, l'un pour l'hygiène et l'autre pour la relaxation. « Le premier comprend des technologies développées autour de

la minimisation mais aussi de la conscientisation de la consommation d'eau. Par exemple, la douche dispose d'une capacité de 10 litres avec un code couleur selon la consommation et il y a un travail sur l'efficacité des jets pour avoir des fonctions rinçantes à 2 l/mn. Nous avons imaginé un

deuxième espace détente dans la salle de bains représenté par une bulle de bien-être. Elle permet de se détendre sans consommer d'eau en diffusant de la vapeur d'eau chauffée avec des huiles essentielles. Nous allons nous inspirer de ce concept pour développer des technologies pour nos futures gammes », détaille Claire Roucouls.

Hansgrohe annonce par ailleurs que d'ici à 2030, 100 % de son portefeuille de produits disposera de fonctions d'économies d'eau et d'énergie. Mais la filiale française veut aller encore plus loin en convertissant tous ses produits en solutions Eco-Smart, technologie proposée depuis plusieurs années visant à réduire le débit de la douche et de la robinetterie avec une qualité d'expérience préservée. ● J. B.

DRAINAGE

À ISH, Dallmer a fait le plein d'innovations

Pour Dallmer, le rendez-vous ISH de Francfort a été l'opportunité de dévoiler ses nouveautés. Le fabricant allemand spécialisé dans les systèmes de drainage a tout d'abord présenté CeraFrame Liquid, son nouveau caniveau de douche dédié aux salles de bains sans joints. Il est spécialement adapté aux revêtements de sol à couche mince appliqués à la spatule. Les contours du caniveau de douche CeraFrame Liquid sont entièrement fermés. Le raccordement au corps d'avaloir DallFlex empêche l'humidité de pénétrer sous le revêtement. Imperméable et clipsable, il assure une étanchéité optimale. La pose sans joints s'effectue directement dans la chape de ciment, permettant un

gain de temps grâce à la réduction des temps de séchage. Autre caniveau mis en avant par Dallmer à l'occasion du salon ISH : le CeraFloor Select Duo, le premier caniveau de douche noir mat en acier inoxydable d'une longueur pouvant atteindre 2 mètres. Conçu pour des applications à fleur de sol, ce caniveau de douche possède une double pente intégrée qui assure une évacuation de l'eau rapide des douches à l'italienne.

Nouveau système de drainage

Encore récemment, caniveau de douche et évacuation d'eau au sol étaient intégrés à une unité fixe. Dallmer propose désormais un système qui sépare le corps



d'avaloir du caniveau de douche. À la clé, un entretien facilité et une longueur de caniveau de douche ajustable, ce qui augure d'une précision optimisée lors de la mise en œuvre. Baptisé DallFlex, ce système s'adapte directement au sol ou au mur et se positionne en hauteur à 30, 65 ou 90 mm aussi bien en neuf qu'en rénovation. La collerette d'étanchéité se clipse sur le corps d'avaloir qui promet une étanchéité pérenne une fois cette dernière intégrée au système. Le corps d'avaloir DallFlex est compatible avec les dix modèles de caniveaux de douche de la marque. ● J. B.

GESTION DE L'EAU

Resideo part à la chasse aux fuites

Resideo, fournisseur de solutions de confort et de sécurité pour la maison a présenté plusieurs nouveautés à l'occasion du salon ISH, dont un nouveau contrôleur multizone qui simplifie le chauffage et le refroidissement par le sol mais aussi de nouveaux thermostats d'ambiance. Il donne aux consommateurs la possibilité de gérer individuellement jusqu'à huit pièces dans une maison ou un immeuble de bureaux. Il représente pour l'installateur professionnel un contrôleur unique et flexible, qui peut s'intégrer facilement dans les installations nouvelles ou

existantes, avec l'appui de l'application Resideo Pro. Autre présentation majeure de la marque, la nouvelle gamme spéciale contrôle de l'eau de la série L, ayant pour objectif d'aider les consommateurs à se protéger contre les dégâts des eaux coûteux. Le détecteur de fuite et de gel d'eau wifi L1 de Resideo émet des alertes, via des notifications sur smartphone, en cas de fuite ou de gel des tuyaux. Le câble de détection intégré ou un détecteur de fuite d'eau et de gel wifi Resideo jumelé ferme automatiquement l'alimentation en eau de la maison lorsqu'une fuite se produit. ● J. B.



TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Delta Dore en ordre de marche

Fin 2021, le groupe Delta Dore avait annoncé son repositionnement stratégique sur le marché du logement individuel et collectif connecté avec la cession de ses entités Smart Building en France et à l'international. Pour renforcer son agilité sur ce marché, le groupe français fait évoluer son organisation avec la création d'un nouveau pôle Stratégie & Technologie afin de mieux répondre aux nouveaux défis des logements connectés : interopérabilité des installations avec le protocole Matter, besoins accrus d'intelligence dans la gestion des énergies des logements, recharge des véhicules électriques... « Cette nouvelle organisation nous permet de mieux anticiper l'évolution des besoins à long terme de nos clients, qui sont fortement impactés par le réchauffement climatique et la transition énergétique. L'efficacité énergétique consiste à consommer moins, mais aussi à consommer au meilleur moment, en fonction de la disponibilité et du prix de

l'énergie », souligne Pascal Portelli, président de Delta Dore. Ce nouveau pôle, sous la responsabilité de Ralf Kern, regroupe :

- La direction du Marketing Stratégique pilotée par Christophe Guyard. Elle a pour mission d'anticiper les évolutions des usages en gestion de l'énergie, en amont des tendances, et de construire les partenariats stratégiques.
- La direction Technologie pilotée par Benoist Thirouard. Elle identifie et développe les nouvelles briques technologiques nécessaires pour être proactif et innovant.
- Et la direction "Plateformes de produits", pilotée par Gilles Berhaut qui implémente en amont, de façon mutualisée, les briques technologiques dans les différents segments de produits, pour accélérer les cycles de développement.

Prise de conscience des consommateurs

Avec une croissance annoncée entre 12 et 13 % en 2022, Delta Dore a connu, ces derniers mois,



une forte hausse de la demande autour de ses solutions de pilotage et de gestion de l'énergie. « La demande est forte et va s'accroître à l'avenir. En plus de l'augmentation des coûts de l'énergie, il y a une réelle prise de conscience de la part des consommateurs finaux. Le paysage réglementaire influence aussi notre stratégie avec l'obligation, par exemple, au 1^{er} janvier 2025, d'équiper les systèmes de chauffage et de refroidissement de systèmes de régulation "Bacs" (Building Automation & Control Systems) ou gestion technique du

bâtiment (GTB) par pièce ou par zone de chauffage de la température intérieure, à un pas de temps horaire », souligne Pascal Portelli. Afin de répondre aux besoins du marché, Delta Dore a également renforcé son offre autour de la PAC et du circuit de distribution du chaud et du froid avec des partenariats respectivement avec Hi-

tachi et Airzone. « Cela correspond à nos thématiques énergétiques : le chauffage et le rafraîchissement. Ce sujet est de plus en plus présent avec les périodes de canicules. Il faut aller plus loin que la simple gestion du thermostat avec le pilotage de chaque pièce, la gestion de la présence et des absences », détaille le président de Delta Dore. Cette nouvelle demande permet par ailleurs de renforcer la présence du fabricant français chez les distributeurs spécialisés en chauffage-sanitaire.

Autre dossier important pour la marque : le lancement en 2023 d'un programme de trois ans pour agrandir son usine principale située près de son siège social en Ille-et-Vilaine. Les travaux débiteront d'ici à la fin de l'année. ● J. Becam

ROADSHOW

Schneider Electric sur la Route Verte

Le roadshow de la marque, lancé début avril et qui durera jusqu'à mi-juillet a été baptisé "La Route Verte". Quatre "capsules" circulent en parallèle dans toute la France, chacune dans sa région, dans près de 300 lieux, pour présenter et faire tester aux clients les offres de l'entreprise. La Route Verte va concerner cette année de nombreux points de vente de la distribution ainsi qu'une centaine d'installateurs. « Nos clients électriciens se rendent en moyenne 3 à 4 fois par semaine dans un point de vente. Ils veulent voir et toucher les produits. Il nous a semblé tout naturel d'associer nos partenaires distributeurs et de changer

de paradigme en allant sur le terrain à la rencontre des clients plutôt que de leur demander de se déplacer », détaille Frédéric Rochette, responsable de la stratégie marketing et du développement commercial distribution de Schneider Electric France. « En installant une exposition itinérante sur le point de vente ou en se rendant directement dans leurs bureaux pour les installateurs, nous répondons à leur attente à l'endroit le plus simple et le plus évident pour eux », complète Mathieu Leboulanger, directeur marketing Building & Channel.

Des capsules déployables

La tournée embarque toutes les offres Schneider Electric : appareillage, tableaux électriques résidentiels et tertiaires, produits pour le comptage et la mesure, essentiels pour l'industrie, onduleurs, enveloppes universelles...

Elle intègre aussi de nombreuses nouveautés : Ovalis (collection appareillage), Wiser (solution de l'énergie et du confort dans le logement), la nouvelle borne EV-link Home de recharge des véhicules électriques en résidentiel, les nouveaux coffrets PrismaSet S et XS pour le tertiaire et résidentiel, ainsi que les offres Panel Server et EcoStruxure Energy Hub pour répondre aux enjeux d'efficacité énergétique.

Les produits sont mis en situation dans la "capsule", une structure déployable sur le lieu de rencontre, sorte de "PLV sur roue", tractée par un véhicule hybride. Au point d'étape, le client peut à la fois manipuler et tester les nouvelles offres, profiter de promotions commerciales, échanger avec les experts Schneider Electric, découvrir les expériences personnalisées, parcourir les logiciels ou faire réaliser un devis... ● J.B.

FORMATION

Nouveau centre Airwell

Alors que les métiers autour du génie climatique et de l'énergie sont en pleine mutation, Airwell lance son second centre de formation Airwell Academy à Montigny-le-Bretonneux (78).

« Nous avons à cœur d'accompagner l'évolution de notre filière aux enjeux climatiques de la rénovation énergétique. Notre second centre de formation, Airwell Academy propose une offre de formation "citoyenne et inclusive" particulièrement dédiée aux jeunes en insertion et à l'accompagnement aux entreprises », explique Laurent Roegel, président du groupe Airwell.

Ce nouveau centre a développé deux modules dédiés au métier de frigoriste : une formation certifiante "Monteur dépanneur en climatisation" et une formation pré-qualifiante inclusive en parcours continu. La première s'adresse particulièrement à un public qui cherche à se reconverter, à monter en compétence et à poursuivre son parcours scolaire ou en alternance de 2 ans maximum. La seconde a pour objec-



tif de répondre au besoin de main-d'œuvre qualifiée et de préparer à l'entrée en alternance des demandeurs d'emploi longue durée ainsi que des jeunes sans qualification ou cherchant à se reconverter.

250 000 euros investis

Au sein d'un bâtiment de 250 m² équipé d'une zone de soudure, d'un espace atelier, de deux salles de classe et d'un espace snack, un total de 120 stagiaires, dont 20 pour la formation pré-qualifiante, sera accueilli chaque année (les formations sont accessibles aux personnes handicapées). Ce second centre, qui a mobilisé 250 k€ d'investissement, est complémentaire du centre historique de Valence qui s'adresse aux professionnels de la maintenance, installateurs et distributeurs, et forme aux solutions et services du groupe Airwell. ● J.B.



ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES

Aldes simplifie l'accès à l'air sain

Les écoles et les établissements scolaires réunissent des enfants et des adolescents qui y passent entre 600 à 900 heures par an. Ces jeunes ont une fréquence respiratoire jusqu'à deux fois plus rapide que celle d'un adulte, et un système d'élimination des toxines plus faible que leurs aînés. Si l'on considère que la pollution de l'air a un impact plus fort sur le jeune public, et que l'air dans les lieux clos est jusqu'à 8 fois plus pollué que l'air extérieur, il semble évident que les écoles doivent prioritairement faire l'objet d'installation de dispositifs qui favorisent le re-

nouvellement et la purification de l'air intérieur. Or 75 % des écoles (maternelles et élémentaires) en France ne sont pas équipées d'un système de ventilation (naturel ou mécanique)...

Consommation minimisée

Pourtant il existe des solutions de ventilation double flux décentralisées qui permettent d'améliorer la qualité d'air intérieur tout en minimisant l'impact sur la consommation énergétique du bâtiment. Ces centrales compactes peuvent s'installer dans chaque salle de



classe en une demi-journée seulement. Résultat : une école toute entière peut être équipée sur la durée des vacances scolaires. Pour

l'installation de ces centrales, seuls deux raccords aérauliques sont nécessaires, soit à travers le mur extérieur, soit à travers le plafond. Par exemple, DEX3000 est une centrale de traitement d'air silen-

cieuse développée par Aldes pour couvrir l'ensemble des besoins liés aux problématiques de qualité de l'air intérieur des établissements accueillant des enfants. Elle affiche de hautes performances et propose une offre de filtration complète et performante grâce à une large gamme de filtres et de préfiltres, pour une utilisation personnalisée aux besoins de chaque structure. La régulation intelligente de ce système permet un pilotage automatisé de la ventilation, en fonction de la qualité de l'air, et assure une efficacité énergétique maximale. ● M. W.

SOLAIRE

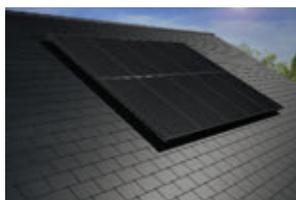
Systovi augmente ses capacités productives

Le fabricant de solutions solaires Systovi, entité du groupe Ceith depuis 2018, n'entend pas laisser passer le train de la Loi énergies renouvelables et de ses objectifs. L'industriel a mis en service en fin d'année dernière une nouvelle ligne de production de panneaux solaires Optymo dernière génération, dotés de cellules M10. Cet investissement de 1,5 million d'euros, soutenu par France Relance, va permettre de produire des panneaux plus grands (1,14 x 1,76 m) et plus puissants et de doubler la capacité de production sur le site nantais. Lequel accueillera cette année un nouveau laminateur de très grande capacité, pour un investissement d'un million d'euros. À la fin 2023, le site de 9 600 m² atteindra une capacité de production de près de 200 000 panneaux solaires par an, soit l'équivalent d'une capacité de 80 MW. Porté par le dynamisme du marché, Systovi pourra ainsi plus facilement répondre à la demande et devrait

atteindre les 20 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023. À noter : à l'autre bout de la France, le producteur alsacien de panneaux Voltec Solar augmente également ses capacités de production, les deux industriels partenaires ayant prévu de former à terme une société unique dans le cadre du projet Bélénos.

Demande de plus d'équité sur le marché

Cette course à la taille s'inscrit dans une volonté stratégique de résister à la puissance chinoise et à l'arrivée annoncée de panneaux américains bon marché, pour tirer profit du développement du solaire inscrit dans la Loi énergies renouvelables. Face à cette concurrence et à la dépendance aux cellules photovoltaïques chinoises, en situation de quasi-monopole, Systovi réclame des mesures réglementaires pour « bénéficier de conditions de marché équitables », appuie Paul Toulouse, son directeur général. Des mesures qui pourraient affecter l'offre, via des subventions à la production locale ou des allègements de charge ; ou la demande, à travers des critères relatifs au local dans la commande publique ou un taux de TVA réduit pour un achat local. ● T. Goussin



ROADSHOW

Toshiba poursuit son "On Tour Chauffage"

Jusqu'au 23 mai, c'est un véritable tour de France qu'opère Toshiba chez ses distributeurs (Clim +, Rexel et Sonepar majoritairement) afin de promouvoir sa nouvelle gamme Chauffage. Le dispositif showroom déployable de 30 m² ainsi qu'un véritable village d'animations sillonnent actuellement la France entière au gré des 45 dates. Cet événement est effectif à la fois chez les distribu-

teurs nationaux et chez les distributeurs indépendants, afin d'aller à la rencontre de quelque 5 000 installateurs. L'objectif, est de mettre en avant les nombreux atouts de la gamme chauffage PAC air-eau Estia, mais également de présenter la nouvelle gamme de PAC air-air Shorai Edge qui affiche un nouveau look en noir et blanc mat, avec wifi intégré et télécommande design. Ce "On Tour" est également l'oc-

Lundi 24 avril : Bègles (33)
Mardi 25 avril : Bègles (33)
Mercredi 26 avril : Mérignac (33)
Mardi 2 mai : Avignon (84)
Mercredi 3 mai : Aix-en-Provence (13)
Jeudi 4 mai : Aubagne (13)
Vendredi 5 mai : La Garde (833)
Mardi 9 mai : Mougins (06)
Mercredi 10 mai : St-Laurent-du-Var (06)
Jeudi 11 mai : Montpellier (34)
Vendredi 12 mai : Montpellier (34)
Lundi 15 mai : Toulouse (31)
Mardi 16 mai : Montauban (82)
Mercredi 17 mai : Toulouse (31)
Lundi 22 mai : Alès (30)
Mardi 23 mai : Mauguio (34)

casation de faire un focus sur la gamme murale Haori et ses nombreuses étoffes textiles personnalisables. Pour connaître la date vous concernant, consultez le planning en encadré. ● M. W.

PERFORMANCE ET ÉCONOMIE

LG embarque l'IA dans son nouveau DRV

Solution économe en énergie présentée lors du salon ISH 2023, le système "Multi VTM i" à débit de réfrigérant variable (VRF). Équipé d'un moteur d'intelligence artificielle hautement évolué, cet appareil améliore les économies d'énergie jusqu'à 24,7 % via AI Smart Care, qui utilise l'apprentissage spatial et situationnel pour ajuster la puissance de refroidissement et de chauffage. La solution s'appuie également sur l'intelligence artificielle Indoor Space Care du fa-



bricant pour aider à maintenir une température intérieure homogène, en allumant automatiquement les unités intérieures dans une zone donnée lorsque des occupants sont détectés, et en les éteignant une fois qu'ils sont partis.

« De la nouvelle Therma V R290 Monobloc au "Multi V i"; nos dernières solutions HVAC démontrent notre engagement à promouvoir un mode de vie plus économe en énergie », a déclaré James Lee, responsable de l'unité commerciale Air Solution chez LG Electronics Home Appliance & Air Solution Company. « LG continuera à développer des solutions intelligentes et économes en énergie et s'efforcera de se rapprocher de la neutralité carbone ». ● M. W.

BREAKING NEWS

Retrouvez
toute l'actualité de
la distribution et
de la filière bâtiment
sur le nouveau site

negoce.zepros.fr



zePROS

DIGITAL PRINT ÉVÉNEMENTIEL CONTENT MARKETING

PROTECTION INDIVIDUELLE

Molinel customise sous toutes les coutures

Dans l'Hexagone, la filière du workwear (environ 630 M€) aurait capté à peu près 50 % des ventes d'EPI en 2021 selon certains experts du Synamap. Plus qu'un simple vêtement, les modèles des confectionneurs doivent répondre aux exigences de marchés toujours plus normés, complexes et évolutifs. Pour répondre aux besoins des entreprises et collectivités, Molinel la société hexagonale qui existe depuis 1845, s'appuie sur deux pôles : l'un dédié aux grands comptes, l'autre dit "Fabrication spéciale" pour les enseignes qui vendent ses collections. Avec

132 salariés en France, mais aussi 600 personnes dans ses ateliers en propre, la PME commercialise son offre en mode standard dans ses collections "Catalogues". Mais elle revendique aussi « un service complet à travers trois niveaux de réponse » pour les fabrications spéciales comme le précise Sébastien Bénévent, chargé du bureau de style et d'études intégré chez Molinel.

Du sur-mesure éco-responsable

D'abord, la customisation « simple et rapide » pour les vêtements proposés en catalogue.

Écusson sérigraphié ou brodé, sérigraphie et broderie directes, transfert non feu, etc. : il s'agit d'« identifier les porteurs d'une entreprise ou d'ancrer une image dans leur secteur d'activité ». Ensuite, l'adaptation : la marque dont le BTP est le premier marché permet aux clients de choisir auprès des revendeurs les coloris, tissus et constructions (cols, empiècements, passepoils, poignets, renforts, poches genouillères ou poitrine...). Enfin, la solution Création personnalisée les vêtements à 100 % : « Les clients formalisent un cahier des charges précis auprès de

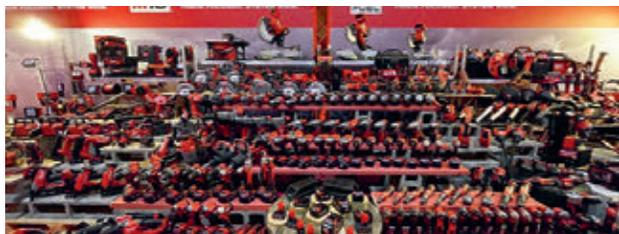


leur distributeur et, à l'instar de ce qui est fait pour les grands comptes, notre bureau d'études réalise des solutions en termes de design, d'ergonomie, de protection, de résistance et d'innovation », détaille Rachel Boulos, la directrice du site Liergues, près de Villefranche-sur-Saône (Rhône). Dans cet atelier, « Molinel bénéficie d'une vision globale des métiers, des techniques et des machines intervenant tout au long de la chaîne de production », argumente la manager. Ses

équipes ont réalisé l'an dernier pas moins de 550 prototypes, 2 200 changements et/ou réparations, ont cousu 1 000 écussons ou encore réalisé une centaine d'échantillons de tissus. La marque, engagée depuis bientôt dix ans dans une logique d'économie circulaire, a par ailleurs accentué la conception de produits confectionnés dans des matières dites "écologiques" et issues du commerce équitable (Label Max Havelaar entre autres). ● S. Vigliandi

NOUVELLES RÈGLES

Milwaukee plus exigeant vis-à-vis de ses distributeurs



Reportée depuis deux ans en raison du Covid, la conférence européenne annuelle organisée par Milwaukee a pu ouvrir ses portes en février à Barcelone. Ce rendez-vous a été, pour la marque américaine initialement spécialisée dans l'ou-

tillage électroportatif, l'occasion d'adresser plusieurs messages notamment vis-à-vis de la distribution. Milwaukee maintient son cap amorcé depuis son arrivée en France : travailler uniquement avec les négoce professionnels. La marque à l'éclair

blanc souhaite même aller encore plus loin dans les années à venir et en a fait part aux 400 distributeurs français invités à Barcelone pour sa conférence annuelle. « À partir de 2024, 100 % de notre distribution sera sélective », annonce Bastien Dubreuil, directeur de Milwaukee France. Concrètement, cela signifie que les distributeurs souhaitant travailler avec Milwaukee devront respecter des critères imposés par la marque du groupe TTI : s'adresser aux professionnels, disposer d'un point de vente

physique, avoir du stock et, enfin, proposer l'ensemble des solutions de Milwaukee, et pas uniquement les machines (accessoires, EPI...). « Ceux qui ne joueront pas le jeu, ne seront pas autorisés à vendre nos produits. Les solutions vendues sans notre accord seront exclues de nos garanties. Les distributeurs, en fonction de leurs secteurs d'activité, seront fortement encouragés à stocker le maximum de lignes de produits possible, car pour être de vrais partenaires, ils doivent être représentatifs de no-

tre offre », affirme le représentant de l'entreprise américaine. Une décision comprise et acceptée selon lui. « L'objectif est de lutter contre les marques bas de gamme. Il y a un travail à faire en simultané au niveau européen sans pour autant appliquer une politique de prix uniforme. Nous souhaitons une régulation du marché pour que chacun s'y retrouve tout en accompagnant nos partenaires à vendre nos solutions sur les points de vente mais aussi sur le web », détaille Bastien Dubreuil. ● J. Becam

DÉVELOPPEMENT

En rachetant Meiwenti, Scell-it se renforce en second œuvre technique

Après s'être concentré sur une stratégie de croissance organique depuis sa création en 1988, le fabricant indépendant implanté à Lesquin, dans le Nord, réalise aujourd'hui sa deuxième opération de croissance externe. Le 16 mars 2023, Scell-It a officialisé le rachat du fonds de commerce de la société Meiwenti, spécialiste de la fixation professionnelle pour les

marchés du sanitaire et de l'électricité. Selon Franck Debruyne, le fondateur et P-dg de Scell-it, cette intégration s'inscrit dans une logique d'élargissement de son portefeuille produits à destination des professionnels œuvrant sur les lots sanitaire et électricité. Fondée en 2015 par Hervé Barboux, Meiwenti est implantée à La Ferté-Saint-Aubin, dans le Loiret. Elle déve-

loppe des gammes de fixation pour la plomberie et l'électricité sous la marque Fix-izi.

Complément d'offre

Dans son catalogue, l'entreprise propose d'ailleurs certaines références phares qu'elle présente comme étant « introuvables » dans le métier telles que la Taupinette (kit de forage thermique pour cloi-



sons), le PassCable ou le Tire-gaine pour tirer les câbles et gaines dans les zones difficiles d'accès, mais également la borne Stéatite pour les connexions électriques, des peignes de raccordement pour disjoncteurs, etc. Coté distribution, Meiwenti intervient à travers des réseaux de grossistes spécialisés dans la fourniture de solutions pour le sanitaire, le chauffage, la plomberie et le matériel électrique. Le directeur commercial de Scell-It, Frédéric Lahousse, annonce d'ores et déjà : « Nous allons rapidement nous rapprocher des distributeurs historiques de Meiwenti et de nos distributeurs partenaires pour développer ensemble nos activités ». ● S. V.

ture de solutions pour le sanitaire, le chauffage, la plomberie et le matériel électrique. Le directeur commercial de Scell-It, Frédéric Lahousse, annonce d'ores et déjà : « Nous allons rapidement nous rapprocher des distributeurs historiques de Meiwenti et de nos distributeurs partenaires pour développer ensemble nos activités ». ● S. V.

ÉTUDE MSI REPORTS

Les peintures décoratives à la loupe

MSI Reports vient de publier l'édition 2023 de son étude sur le marché français des peintures décoratives. Cette étude fait le point sur l'évolution récente des ventes de peintures grand public et professionnelles. Après un bond de près de 20 % en 2020 (la peinture fut l'un des rayons star du premier confinement), les ventes distributeurs de peintures grand public ont opéré un retournement à la baisse aux environs du 3^e trimestre 2021, à contre-courant de la dynamique générale, avant de chuter lourdement (d'environ -15 % en volume) en 2022. Un mouvement que MSI Reports impute à un contrecoup

de l'engouement pour la peinture observée durant les périodes de confinement. La montée des inquiétudes liées à la crise énergétique mondiale, à la guerre en Ukraine et à l'accélération de l'inflation a également joué un rôle.

Les prix s'envolent

À cela s'ajoute une augmentation sensible du prix des peintures (selon MSI Reports, le consommateur doit aujourd'hui s'acquitter de plus de 40 ou 50 € TTC pour une peinture couleur intérieure de marque nationale en pot de 2,5 litres), ce qui prive le marché d'une partie de sa clientèle et limite les projets déco "plaisir".

Moins sensibles aux pressions conjoncturelles et inflationnistes, les peintures bâtiment (ventes fabricants) résistent davantage en 2022 (-4 % en volume). Comme sur de nombreux marchés du second œuvre bâtiment, la perte d'activité liée au premier confinement a laissé place à une augmentation forte et prolongée de l'activité jusqu'au printemps 2022 environ. En 2021-2022, les ventes de peintures professionnelles ont en outre profité, entre autres, du bon niveau du marché de la rénovation. MSI Reports rappelle par ailleurs que les marchés français et européens des peintures décoratives se recomposent progressivement. Parmi les différentes opérations survenues ces deux dernières années, rappelons notamment la vente de Cromo-



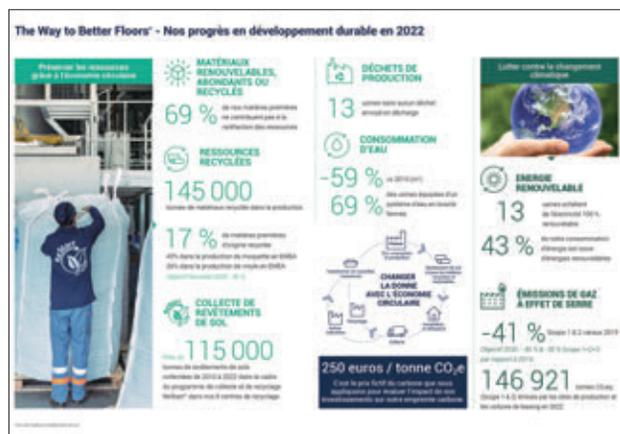
Les ventes distributeurs de peintures grand public ont connu une baisse d'environ 15 % en volume en 2022 selon MSI Reports.

logy au groupe australien DuluxGroup Limited (lui-même propriété depuis 2019 du n° 4 mondial de la peinture, le japonais Nippon PaintHoldings), ainsi que l'acquisition par Uni-

kalo du site Renaulac de Cestas (avec, en parallèle, le rapatriement en Allemagne des productions MDD ou à marque Renaulac de J.W. Ostendorf). ● F. Guidicelli

RSE

Tarkett veut faire plus avec moins



Tarkett s'engage dans une politique RSE ambitieuse autour de plusieurs piliers : les émissions de gaz à effet de serre, la réduction des déchets, le bien-être et le soutien à ses équipes et aux communautés locales.

À l'occasion de la publication de son rapport RSE 2022, Tarkett a mis en avant sa politique ambitieuse en matière de développement durable. Avec des performances significatives soulignées par ce document, entièrement audité par un tiers indépendant. Fabrice Barthélemy, président du directoire de Tarkett, s'en réjouit : « Nos performances en matière de développement durable au cours de l'année écoulée contribuent activement à l'ambition du fabri-

cant : être la société de revêtements de sol et de surfaces sportives la plus innovante, la plus durable, et offrant la meilleure expérience pour nos clients et collaborateurs. La quête du "toujours plus" menace notre planète. Nous devons trouver un moyen de faire plus avec moins. Pour nous, cela signifie moins de déchets, des émissions réduites et plus de bien-être. Faire plus avec moins est notre engagement, notre mission et notre état d'esprit ». ● F. G.

RÉCOMPENSE

Gerflor reçoit le "Prix de l'innovation pour l'ergonomie"

Pour la première fois cette année, Gerflor a participé au "Prix de l'innovation pour l'ergonomie" décerné chaque année depuis 2019 par l'IGR (Institut de la santé et de l'ergonomie, basé à Nuremberg en Allemagne). Un baptême du feu réussi pour le fabricant de revêtements de sols qui a fait partie des lauréats pour sa gamme de dalles GTI.

Un meilleur confort à la marche

Une récompense dont Michael Stein, directeur général des ventes et du marketing chez Gerflor, s'est félicité : « Nous attachons une grande importance à la promotion de la santé. L'ergonomie et la santé au travail sont toujours présentes et constituent un facteur important dans notre philosophie d'entreprise ainsi que dans la conception des produits. Les dalles GTI en vinyle grand format et résilientes sont utilisées avec succès depuis de nom-

breuses années dans l'industrie, dans les supermarchés et dans d'autres zones à forte circulation piétonne. »

Ce sont les caractéristiques de ces sols résilients qui ont été mis à l'honneur. En effet, d'après une étude récente, le Laboratoire interuniversitaire de biologie de la motricité (LIBM) comparant les revêtements de sol en vinyle

GTI aux sols classiques en résine, en béton ou en carrelage quant à leur impact sur le confort des travailleurs industriels, a très bien noté les sols Gerflor. Ainsi la fatigue lors de la marche est réduite de 15 %, un résultat qui prend en compte l'atténuation des impacts et vibrations sur le corps ainsi que le confort de marche perçu. ● F. G.



Les dalles GTI de Gerflor ont été récompensées pour le confort qu'elles procurent en réduisant la fatigue perçue lors de la marche.

SÉCURISATION DES TRÉMIES

La famille DAK s'agrandit chez KP1



Après le DAK Prédalle et le DAK Dalle alvéolée, le spécialiste de la préfabrication béton, annonce la naissance du DAK Poutrelle, autrement dit "dispositif d'accueil garde-corps". Une évolution logique pour s'inscrire dans la stratégie de décarbonation des chantiers par le développement des systèmes de planchers poutrelles/entrevous. Produit innovant, ce DAK, « apporte une solution simple pour les trémies d'escalier. Nous répondons à une attente forte sur la sécurité exprimée par les constructeurs et entreprises générales », précise Benjamin Mahé, responsable marketing marché résidentiel.

Système clipsable

Le point fort de cette innovation, par rapport aux systèmes existants, tient tout d'abord à la facilité de pose qui réduit les manipulations et ne nécessite pas de matériel supplémentaire. Système breveté et exclusif, « le DAK Poutrelle se clipse directement en tête de poutrelle. Une fois la dalle de

compression coulée, il suffit d'ancrer les potelets garde-corps dans le DAK et de poser les barrières qui resteront en place jusqu'à la fin de second œuvre », détaille le responsable. Benjamin Mahé poursuit : « Le premier défi pour nous était de proposer un produit compréhensible tout de suite visuellement. Nous voulions aussi, minimiser le nombre de pièces à monter, sans équipement pour la pose ». Les équipes de KP1 ont travaillé en étroite collaboration avec des entreprises, afin d'appuyer la recherche sur l'expérience terrain. « Le DAK Poutrelle a également été testé et validé par le Cerib pour valider la résistance à l'anti-soulèvement et aux retraits accidentels », ajoute le responsable marketing.

La sécurité, une priorité

Convaincu que l'avenir des chantiers, notamment sous l'effet de la RE 2020 et du défi de réduction de l'impact carbone, entraînera le développement de ses systèmes de plancher pou-

treilles/entrevous, jusqu'au petit collectif et non-résidentiel, KP1 ajoute ainsi un complément de gamme nécessaire : « Nous avons fait de la sécurité sur les chantiers un combat, en témoigne la publication d'un guide de sécurité spécifique à ce mode constructif ». Autre illustration de cet engagement, le DAK Poutrelle a déjà été présenté lors de tables rondes organisées par l'OPPBTB ; il le sera prochainement aussi à l'UMGO (FFB), et sera dévoilé à l'occasion du tout récent salon de Doras. Des avant-premières, puisque la commercialisation ne débutera qu'en juin prochain auprès des négociés. Son déploiement en libre-service s'appuiera sur la mise en place de kakemonos et la distribution d'échantillons. Il sera parallèlement l'occasion d'une campagne orchestrée sur les réseaux sociaux pour inciter les constructeurs à son utilisation, peut-être à travers « l'organisation d'un concours photo, qui est l'une de nos pistes envisagées », avance Benjamin Mahé. ● M.-L. Barriera

**FICHE TECHNIQUE**

- **Nom** : DAK Poutrelle (dispositif accueil garde-corps pour trémies d'escalier)
- **Fabricant** : KP1
- **Conditionnement** : carton de 10
- **Prix public HT indicatif** : 119 € HT
- **Commercialisation** : juin 2023



RÉNOVATION D'EXCEPTION

265 000 ardoises recouvrent le château de Villers-Cotterêts

C'est une réalisation d'une ampleur peu commune de nos jours. Réhabiliter le château de Villers-Cotterêts (02) à l'abandon depuis 2014 pour en faire la Cité internationale de la langue française, qui ouvrira ses portes au public en juin prochain, sous l'égide du Centre des monuments nationaux et du ministère de la Culture. Le lot couverture, parmi bien d'autres, était conséquent à lui seul puisqu'il a nécessité pas moins de 265 000 ardoises sélectionnées avec le plus grand soin. La restauration a débuté fin 2020 avec la dépose de la couverture en bac acier qui faisait office de solution temporaire. S'en est suivie une étude complète de la charpente afin de déterminer si elle était capable de recevoir les nouvelles ardoises.

Pour mener à bien ce chantier hors norme, dont le coût total est estimé à 185 M€, trois périmètres ont été confiés aux entreprises sélectionnées : le groupe Balas (expert de la rénovation du patrimoine, mandataire et chargé de la coordination) a pris en charge les ailes Nord, Ouest et Sud, représentant quelque 120 000 ardoises. L'entreprise Lelu, entreprise locale de couverture à Pimprez, est intervenue sur l'aile Est, tandis que la société Roquigny, un autre couvreur local de Soissons, a géré le bâtiment du jeu de paume (ancêtre du tennis actuel dont François I^{er} était amateur). Quant à l'approvisionnement du chantier, il a été assuré par Asturienne, distributeur spécialisé en produits de couverture.

Gérer des tourelles complexes

Entre mars 2021 et janvier 2023, 45 couvreurs des trois entreprises citées plus haut se sont mobilisés pour réhabiliter 3 600 m² de couverture.

Pour Frédéric Poisson, chef de projets chez Balas, « c'est une

vraie fierté d'avoir contribué à restaurer ce château chargé d'histoire où le blason de François I^{er} est omniprésent. C'était un projet très technique puisqu'il fallait aussi tenir compte des trois tourelles circulaires, des deux tourelles carrées et de la grande verrière qui recouvre la cour du jeu de paume. Nous avons ainsi géré plusieurs chantiers en parallèle, en collaboration avec les maçons et les charpentiers. Il est rare d'intervenir sur une réalisation de cette envergure pour une refonte complète et nous sommes ravis d'avoir pu mettre notre savoir-faire en matière de patrimoine au service de sa renaissance ».

Le choix de l'ardoise Monument historique

Pour ce joyau de Villers-Cotterêts, Olivier Weets, architecte en chef des Monuments historiques, a choisi une sélection d'ardoises qui orne déjà le Palais de la Bourse de Bordeaux, le château d'Azay-le-Rideau ou encore celui de Fontainebleau. Taillée à la main, la sélection "Monument historique" est extraite dans les meilleures zones des carrières espagnoles de Cupa Pizarras. Elle est particulièrement appréciée pour sa teinte gris foncé, sa fiabilité et sa longévité. Pour respecter le caractère de l'édifice, les couvreurs ont procédé à une pose dite "brouillée", en installant des ardoises de dimensions différentes. Si les pièces en 30 x 20 cm sont majoritaires, le panachage a permis d'ajouter des ardoises en 30 x 18 et en 30 x 16. Stéphane Renard, directeur commercial de Cupa Pizarras France, conclut : « Nous sommes très heureux d'avoir participé à ce projet présidentiel. La France est notre premier marché mondial, nous y exportons 80 000 tonnes de schiste chaque année, et le château de Villers-Cotterêts est une nouvelle référence d'exception pour notre entreprise. Au-delà de son caractère traditionnel, l'ar-



▲ Le château de Villers-Cotterêts, joyau de la Renaissance commandé par François I^{er}, a fait l'objet d'une rénovation massive. D'un budget global de 185 M€ et parrainée par le Centre des monuments nationaux, elle incluait des travaux sur les fondations, la remise en état des façades, des planchers et de la toiture ainsi que l'aménagement de zones dédiées à l'accueil du public dans le cadre des activités de la nouvelle Cité internationale de la langue française.

LA MISSION DE LA CITÉ

Ce site sera un lieu pluridisciplinaire de découverte et de rencontres (parcours de visite permanent consacré à "L'aventure du français", expositions temporaires, spectacles, conférences), un lieu d'apprentissage (formation au français, laboratoire d'innovation pédagogique) ou de travail (résidences d'artistes, chercheurs et entrepreneurs, studios de travail, laboratoire d'innovation).



▲ Une verrière autostable de 600 m², constituée de profils d'acier et de vitrages cintrés et prenant appui sur les murs au ras des toitures à 11 m de hauteur, coiffe la cour du jeu de paume.



▲ Outre la couverture des toitures, l'un des lots importants du projet global concernait les façades, pourtant de bonne facture à l'origine mais qui ont été fragilisées au cours du temps par de multiples percements et rebouchages. Ici, des vues avant et après réfection.



doise permet de prolonger la vie des édifices historiques grâce à sa pérennité, puisque sa durée de vie est estimée à une centaine d'an-

nées. C'est également le matériau de couverture dont l'empreinte carbone est la plus faible tout au long de son cycle de vie, ce qui per-

met de concilier histoire et futur, au regard des enjeux environnementaux qui s'imposent aujourd'hui à nous ». ● M. Wast



La sélection des nouveautés

- MATÉRIAUX
- BOIS & DÉRIVÉS
- SANITAIRE-CHAUFFAGE
- DÉCORATION
- QUINCAILLERIE
- ÉLECTRICITÉ

UNILIN

Panneaux de toiture acoustiques

Les deux nouvelles gammes Ussystem Roof DS FR 30 HD et Ussystem Roof DS Acoustic HD, certifiés Acermi, proposent des panneaux de toiture tout en un spécialement dédiés aux établissements recevant du public : immeubles de bureaux, écoles, salles de sports..., tous soumis à des exigences réglementaires en matière de sécurité incendie et d'acoustique. Combinant polyuréthane et laine de roche, ces panneaux sandwich chevrons s'adaptent à tous les besoins des prescripteurs, avec quatre finitions intérieures et dans des dimensions allant de 2 à 8 m de long selon les modèles : plaque de plâtre hydrofuge ou panneau de médium ignifuge en finition brut, laqué blanc ou teinté noir.

www.unilininsulation.com



La grande variété de finitions et dimensions, la certification Acermi

FABEMI

Pavages et parement



L'offre de l'activité Terrasse & Jardin du fabricant s'enrichit d'un parement de mur et de trois pavés vieilliss circulables. Parfaitement imité de la pierre de l'Aveyron, le nouveau parement Tholet, tout d'abord, se distingue, en intérieur ou en extérieur, par son grain chaleureux et son relief irrégulier. Les pavés martelés Tolède (17 formats) et Maubec (3 grands formats), ensuite, reproduisent en version moderne les coups de marteau que portait l'artisan tailleur. Utilisés pour tracer des voies circulables, ils s'intègrent avec élégance dans un paysage urbain ou un parc arboré. Enfin, le nouveau pavé drainant circulaire Carus, à ergots distanciers intégrés, apporte une solution efficace pour rétablir la perméabilité des sols tout en permettant la circulation de véhicules de charge totale inférieure à 3,5 t.

www.fabemi.fr

WILO

Pompe

La nouvelle gamme de pompes submersibles multicellulaires Wilo-Extract First, en matériaux résistants à la corrosion, est destinée à l'extraction de manière fiable de l'eau de pluie des citernes ou des réservoirs dans les maisons individuelles ou jumelées, qui pourra alimenter les toilettes, les machines à laver ou l'irrigation des jardins. Grâce à son design compact, cet appareil peut être utilisé pour les réservoirs dont l'accès est restreint. Facile à installer sans accessoire supplémentaire il peut être mis en service rapidement grâce à son système de commande intégré. Sa version SE est idéale pour une installation en puisard sec en extérieur grâce au raccord d'aspiration latérale 1". Sa version initiale, pour sa part, répondra aux besoins en installation immergée. La fonction de détection de manque d'eau, garantit un haut niveau de fiabilité.

La compacité, la simplicité d'installation

www.wilo.com/fr



SIMPSON STRONG TIE

Connecteurs structurels

La gamme ZPro de connecteurs structurels offre une alternative économique à l'acier inoxydable A4 dans les situations de pose en extérieur. Utilisé comme revêtement sur les gammes de connecteurs structurels du fabricant, cet alliage innovant de zinc et de magnésium offre des propriétés très intéressantes en termes de résistance à la corrosion et engendre un mécanisme d'autoprotection : quand la rouille apparaît sur un connecteur ZPro, elle est petit à petit recouverte d'une fine couche de zinc et de magnésium, qui apparaît sous forme d'une "rouille" blanche et vient protéger la matière d'une plus ample attaque. C'est l'équivalent d'une couche protectrice de galvanisation à chaud permettant aux connecteurs de la gamme d'être installés en classe de service 3, très proche des performances de connecteurs en inox A2.

La réaction chimique limitant la progression de la rouille



www.simpson.fr

GRIFFON

Étanchéité



Le nouveau SMP-300 est un revêtement souple bénéficiant d'une élasticité permanente supérieure à 250. Étanche à l'eau et à l'air, il peut être appliqué sur des surfaces humides, ce qui permet aux professionnels de poursuivre les travaux quelles que soient les conditions météorologiques. Doté d'une excellente adhérence sur la plupart des matériaux, il s'applique sans primaire au pinceau, rouleau ou pistolet pour étanchéfier des toitures, cloisons, murs, sols, cadres de portes ou de fenêtres, fissures... Il convient également pour l'étanchéité sous carrelage dans les pièces humides et les piscines. Résistant aux intempéries, aux UV, au chlore et à l'eau salée, il se nivelle automatiquement, ne se contracte pas et peut être enduit et peint.

www.griffonfrance.fr

HOBEN

Poêle à granulés

Lancé sur le dernier salon BePositive fin mars, Hoben H7 Osmose, d'une puissance de 6,3 kW, est le premier poêle à granulés bois du marché proposant une sortie concentrique centrée sur le dessus du poêle. Il se programme simplement pour différents profils de température souhaités dans la maison, contrôlés avec une grande précision grâce à une sonde de température sensible à 0,1°C près. Son système breveté de régulation intelligent (SRI), permet de réduire jusqu'à 35 % la consommation de granulés. Côté esthétique, il est orné de lignes d'inox brossé et de pièces de bois encadrant une façade en vitrocéramique offrant une vue sur la flamme. Osmose est disponible en 8 finitions au prix public conseillé de 5 570€ HT (hors pose et fumisterie).



www.poeles-hoben.fr

VALENTIN

Kits de vidage pour lavabo



Le spécialiste du vidage lance deux évacuations chromées performantes et esthétiques permettant de gagner de la place sous le lavabo. Le système repose sur une tubulure en ABS chromée d'un

encombrement sous lavabo extrêmement faible (39,5 mm), qui déporte le siphon vers le mur, libérant un espace pour le rangement et facilitant grandement l'accès à un fauteuil roulant. Un premier kit intègre le siphon design 6088, de débit 42 l/mn et de garde d'eau 50 mm, réglable en hauteur de 50 à 120 mm. Le second kit adopte plutôt le style rétro avec le siphon 6089 (certifié NF – débit 46 l/mn) dont la garde d'eau de 60 mm oppose un barrage efficace aux mauvaises odeurs remontant de la tuyauterie.

www.valentin.fr

SIKKENS

Peintures polyvalentes

Avec la nouvelle gamme d'intérieur Alpha Universal déclinée en mat, velours et satin, une seule peinture suffit pour décorer tous les supports usuels d'intérieur, des murs au plafond en passant par les boiseries. L'application d'un primaire n'est pas nécessaire, ces peintures permettant de réaliser l'impression aussi bien que les finitions, au pinceau ou au pistolet. Elles peuvent également s'appliquer en mouillé sur mouillé et résistent à l'abrasion humide et aux frottements. Le séchage est effectif en 4 heures pour le mat et le velours, 6 heures pour le satin, et s'effectue sans risque d'apparition de rouille grâce à la technologie "Anti-flash rusting" du fabricant. La formulation alkyde permet le nettoyage à l'eau et ne produit qu'un



faible taux de COV. Les trois finitions sont disponibles en 1,5 et 10 litres.

www.sikkens.fr

BOSTIK

Colle pour sols souples

La colle acrylique sans solvants à faible émission Stix A340 LVT Project



est destinée à la pose de revêtements de sols souples LVT en dalles et en lames, ainsi qu'à celle des revêtements PVC en lames et en lés. Facile à appliquer, cette colle a été pensée pour faciliter le quotidien des professionnels. Avec un blocage du revêtement en 5 minutes et une montée en cohésion rapide, elle s'adapte à de nombreux supports : bétons, chapes ciment fluides et traditionnelles, chapes anhydrites, anciens carrelages, sols chauffants et plancher rayonnant électrique... L'ouverture au trafic est possible à partir de 12 heures après pose et la prise définitive intervient au bout de 24 à 48 heures. Le produit s'applique dans une plage de températures de +10°C à +30°C. Conditionnement en seaux de 6, 12 ou 20 kg.

www.bostik.com



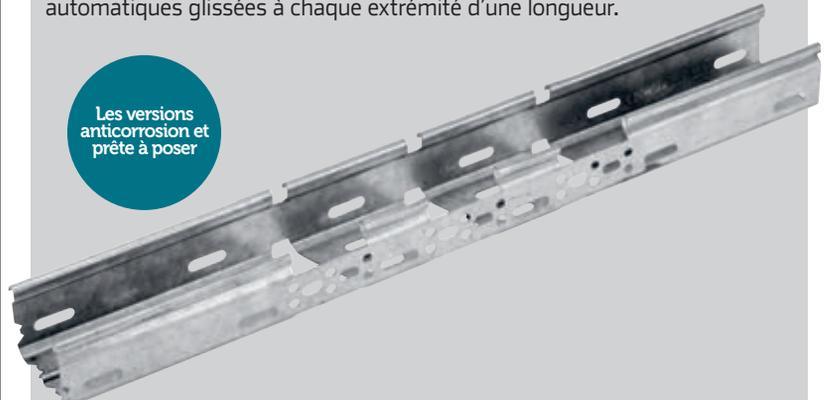
La sélection des nouveautés

GEWISS

Chemin de câbles

Sous sa marque Mavil, Gewiss lance BRX, une nouvelle solution technique produite en France. Ce nouveau modèle apporte une meilleure résistance mécanique grâce à sa surface embossée, son système d'éclissage automatique accélérant la mise en œuvre, et garantit une grande sécurité pour les installateurs et les câbles avec son bord roulé vers l'extérieur. BRX se décline en largeur de 50 mm à 600 mm, avec des hauteurs de 35, 50, 80 et 95 mm. Pour les ambiances corrosives, le produit est également disponible en HP, une nouvelle matière sidérurgique qui présente une résistance à la corrosion supérieure à la galvanisation à chaud. Par ailleurs, BRX est 100 % compatible avec la génération actuelle BRN, et avec toutes les pièces de dérivation existantes. Le produit est également disponible en version "prête à poser", soit deux éclisses automatiques glissées à chaque extrémité d'une longueur.

Les versions anticorrosion et prête à poser



www.gewiss.com

LÉBÉNOÏD

Luminaire d'extérieur



L'applique Casquette ULR est le premier luminaire respectant les contraintes désormais obligatoires imposées par l'arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la limitation des nuisances lumineuses. Elle bénéficie d'un degré de protection IP65 lui permettant d'être utilisée dans des conditions climatiques sévères. Son efficacité lumineuse dépasse 100 lumens par watt et elle diffuse une température de couleur de 3000K. Avec sa casquette en partie supérieure et sa platine Led orientée, le flux lumineux est dirigé vers le bas, ce qui confère à ce luminaire un ULR (Upward Light Ratio – proportion du flux lumineux dirigée vers le haut) inférieur à 1%. Rapide à installer, il convient parfaitement pour l'éclairage des entrées, façades ou balcons d'immeubles.

www.lebenoid.fr

GUILBERT EXPRESS

Chalumeau d'étanchéité

La nouvelle gamme d'ensemble d'étanchéité à Connexion Rapide Avant (CRA) offre aux étancheurs travaillant indistinctement en relevés ou en plat de passer quasi instantanément d'une lance courte de 130 mm pour les interventions en relevés ou acrotères à une lance longue de 400 mm pour les interventions en plein, d'un simple clic et sans avoir à utiliser le moindre outil. La référence 6223CRA se compose d'un chalumeau léger en titane (2 godets titane de 50 kW et de 150 kW, 2 cols de 400 mm et 130 mm et un manche à gâchette bimatière à raccord tournant), d'un tuyau de 20 m et d'un détendeur 4 bars. La référence 6423CRA, quant à elle, se compose des mêmes éléments mais se distingue par une même puissance de chauffe de 150 kW pour les cols de 400 mm et 130 mm.



www.express.fr

LinkedIn, TikTok, Instagram, Facebook, Twitter.... La planète des réseaux sociaux ne s'arrête jamais de tourner. Captures de Posts, c'est notre sélection d'instantanés humoristiques ou informatifs, reflet du Bâtiment et de la Distribution...

Pages réalisées par M.-L. Barriera

SUR LINKEDIN, BATIGITAL PASSE LES MILLE

Le programme de montée en compétences numériques et digitales dédié aux pros du Bâtiment et de l'Habitat a mis dans le mille. Créé en 2021, sous la houlette de l'agence Jour de Marché, cette formation de trois jours, proposée gratuitement aux TPE/PME a séduit « près de 25 groupements de négoce et pas moins de 50 industriels » pour former leurs collaborateurs et accueillir des sessions pour leurs clients artisans.

BATIGITAL
464 abonnés
3 sem. • 🌐

L'occasion de dire 1000 merci à nos coachs **BATIGITAL** qui nous surprennent un peu plus chaque jour par leurs talents et leur énergie 🙌 ...voir plus

Jean-François Treil • 1er
Directeur Associé - Agence Jour de Marché - 100% Bâtiment et ...
3 sem. • 🌐

📅 Mars 2023, **BATIGITAL** tape dans le mille !

Ce mois-ci, la barre du 1000ème accompagnement a € ...voir plus

1000ème **BATIGITAL**
PAR JOUR DE MARCHÉ

10 mars 2023
En partenariat avec

Financé par
GOVERNEMENT

À l'initiative de
FRANCE NUM

10 mars 2023
En partenariat avec
STARMAX

DISPANO **DISPANO - SGDB France**
7 395 abonnés
1 sem. • 🌐

Le choix de la classe d'emploi du bois est essentiel pour assurer sa durabilité 🌱 ...voir plus

Le bois peut supporter une humidification fréquente sur des périodes courtes pour la classe 3-1.

SUR LINKEDIN, SANS LANGUE DE BOIS

Dispano fait pousser le bois à travers une série de courtes vidéos. Dans cet épisode, il partage avec son réseau une petite leçon sur les différentes classes d'emploi du bois et leurs usages. Une minute seulement, mais l'essentiel pour bien choisir.

FILMM
1 025 abonnés
6 h • 🌐

Brad Pitt rénove les mythiques Studios Miraval avec Isover France ...voir plus

Brad Pitt remonte le son des mythiques studios d'enregistrement Miraval en Provence
francetvinfo.fr • Lecture de 3 min

SUR LINKEDIN, JOLI DÉTOURNEMENT D'IMAGE

Comment se payer gratuitement une star pour sa communication ? Démonstration avec le syndicat des industriels de laines minérales qui reprend à son compte un reportage (FranceInfoTV) sur la rénovation « des mythiques Studios Miraval ». En vedette, son propriétaire Brad Pitt mais aussi, visibles à l'arrière-plan, quelques rouleaux de laine Isover.

SUR LINKEDIN, FAIRE-PART DE NAISSANCE

C'est un nouveau départ pour la FDMC Grand Est. Sous la présidence de Géraud Spire, les adhérents de la région retrouvent ainsi un relais de leur engagement dans la Fédération des distributeurs en matériaux de construction. « En attendant la confirmation et l'installation du bureau », précise-t-elle, elle a déjà procédé à l'adoption des statuts, pur se pencher sur les grands enjeux de la profession.

FDMC Fédération Distributeurs Matériaux Cons... • 1er
Organisation professionnelle
27 min •

Assemblée générale constitutive de la **FDMC FDMC Fédération Distributeurs Matériaux Construction GRAND EST** à Metz, sous la présidence de Géraud Spire, en attendant confirmat ...voir plus



VALOBAT
4 287 abonnés
59 min •

[VOS OUTILS DECLARATION] 🖨️

📄 Depuis le 1er mars et jusqu'au 31 mai, les adhérents à Valobat sont invités à déclarer leurs mises sur le marché sur My V ...voir plus

Connectez-vous sur votre espace My Valobat

SUR LINKEDIN, ON « CHAT » AVEC VALOBAT.

Petit rappel de la REP PMCB : depuis le 1^{er} mars et jusqu'au 31 mai, les déclarations de mises sur le marché sont obligatoires. Pour aider ses adhérents, l'éco-organisme propose un accompagnement par conseiller qui répond en direct à toutes les questions à travers un chat interactif.

SUR FACEBOOK, TENSIONS ENTRE CORPS D'ÉTAT

Le courant ne passe pas entre les électriciens et les plombiers. Une rivalité ancienne, traduite ici avec humour à travers cette nouvelle collection de sweat-shirts que l'on doit bien sûr aux électriciens. Comment répondront les plombiers ?

Fiers d'être électriciens
FQuatre Jmw · 3 j ·

Désoler j'étais obligé 🤔 On ne sera définitivement jamais copains avec les plombier 🤔

Le premier de la collection

YESSS ELECTRIQUE
19 870 abonnés
1 h · Modifié ·

📍 Ouverture de notre nouvelle agence YESSS Apt ! (Vaucluse)

Un point de vente Electricité et Plomberie. ...voir plus

SUR LINKEDIN, PRISE DOUBLE COURANT

Plus besoin de choisir : un accueil Électricité et un accueil Plomberie, c'est le visage de la nouvelle agence inaugurée par le groupe Yesss à Apt (Vaucluse) et dirigée par Christophe Demaria.

Avec Rockin Bag System, détuilez, insufflez, les combles sont isolés !

Protégez les combles
des grandes chaleurs de cet été !

**BY
NATURE.**

Système d'isolation thermo-acoustique
par insufflation de laine de roche
pour rampants de combles aménagés

- Aucun travaux à l'intérieur du logement, sans contrainte pour les occupants
- Confort thermique et acoustique durable
- Système complet sans perte d'espace habitable

Formez-vous à Rockin Bag System !
Nous vous accompagnons avec
ROCKWOOL Campus.



Pour en savoir plus,
scannez le QR Code
ci-dessous.



 **ROCKWOOL®**

www.rockwool.fr

Suivez-nous sur :

