

## MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

### Le réemploi à l'épreuve du terrain

La plateforme spécialisée Cycle Up livre une enquête intéressante sur la maturité des pros du Bâtiment quant au réemploi des matériaux. Les résultats sont encourageants pourvu que l'offre produits et les garanties assurantielles soient au rendez-vous. Les chiffres **P.6**

© VIPARIS



## AGENDA

### La filière Déco se donne rendez-vous

La fédération organise le 21 septembre à la Serre, Porte de Versailles ses désormais traditionnelles "Rencontres de la Décoration". Un rendez-vous qui permet à tous les acteurs de la Finition, le temps d'une journée, d'échanger pour aborder ensemble les défis de leur filière. **P.18**

**20 094**  
exemplaires

**ACPM**  
DIFFUSION

Mise en distribution certifiée

N° 41 | Septembre 2023

METIERS

# NEGOCE

[negoce.zepros.fr](http://negoce.zepros.fr)

# zepros

P 20

## ZE AWARDS DU BÂTIMENT Le casting avant le palmarès



RSE, Stratégie digitale, Dynamique commerciale : les négocios en sélection pour concourir à la 3<sup>e</sup> édition des Ze Awards du Bâtiment.

LES 12 ET 13 SEPTEMBRE  
**REN<sup>CO</sup>DAYS**

NOS SOLUTIONS TOITURE  
[edilians.com](http://edilians.com)



Vous accompagner  
dans la rénovation  
énergétique performante  
et le solaire  
photovoltaïque,  
**c'est ça être acteur**  
**de l'éco-habitat.**

— Rendez-vous sur le **STAND D08** —  
et participez à nos  
**masterclass de 15h30 à 16h !**  
Paris - Porte de Versailles - Hall 6

Plus d'infos

  
**EDILIANS**

Façonnons un avenir durable





# ÉDITO

**Marie-Laure Barriera**  
Directrice de la rédaction

## Résolutions

**L**a rentrée de septembre, c'est un peu comme le nouvel an, un temps propice aux bonnes résolutions. Au palmarès des Français, cohabitent chaque année : faire du sport, mieux s'organiser, ou prendre davantage soin de soi, au sens large...

Zepros Négoce n'y échappe pas non plus. Nos bonnes résolutions sont illustrées par les deux grands sujets à la Une.

Tout d'abord, un plein d'énergie avec le dossier Grand Angle : à travers les idées transformées en action par les distributeurs candidats à la 3<sup>e</sup> édition des Ze Awards du Bâtiment, et examinées par notre jury réuni fin juillet. Quatre pages pour décliner l'esprit d'entreprise, la créativité, et la prise d'initiative, notamment sur le chemin de la RSE-transformation durable du négoce, une catégorie très plébiscitée cette année.

Ensuite, un plein d'idées et de solutions proposées par un nouvel événement, le 1<sup>er</sup> Forum Renodays, qui se tiendra les 12 et 13 septembre. Deux journées, exclusivement dédiées au défi majeur à relever pour ces prochaines années : l'accélération de la rénovation performante et globale des logements.

Alors, oui, même si le temps des vacances est passé, que l'été va s'achever, que la conjoncture de la construction n'a pas vu les signaux inquiétants se dissiper, que le changement climatique s'est imposé au premier plan de l'actualité, en réalisant ce numéro, nous avons puisé, dans vos actions et le calendrier des prochains rendez-vous de la filière Bâtiment, de l'inspiration pour chercher à nous renouveler, à aborder avec enthousiasme les grands enjeux de la filière, qui sont en somme, nos grands enjeux à tous. Alors on sourit, c'est la rentrée ! •

# SOMMAIRE

## ACTUALITÉS

Événement : Forum Renodays  
Actus au "Macroscop" 4

## L'ACTU DE LA DISTRIBUTION

Multispécialistes (p. 8), Bois et dérivés (p. 12), Sanitaire-Chauffage-Électricité (p. 13), Quincaillerie-EPI (p. 16), Déco (p. 17) 6



6  
La FDMC lance "Les foulées du négoce", une course pour la forêt.



15  
Présidence de Martin Belysoud : le retour au négoce de Franck Bruel.

## GRAND ANGLE

**ZE AWARDS DU BÂTIMENT**  
Zoom sur les nominés du Négoce 20

## L'ACTU DE VOS MARCHÉS

Matériaux (p. 24), Bois et dérivés (p. 26), Sanitaire-Chauffage (p. 28), Électricité (p. 31), Quincaillerie-EPI (p. 32), Décoration (p. 33) 24



24  
Le plan de Siniat pour décarboner son site d'Auneuil.



34  
Avec Proplak Snow, Knauf vise les sommets.

## L'ACTU DE L'INNOVATION

Bientôt en négoce  
Nouveautés 34  
36

## PLA'NET DISTRIBUTION

38

## FORUM RENODAYS

# Des idées et solutions au service de la rénovation énergétique

Les 12 et 13 septembre prochain, le hall 6 de la Porte de Versailles accueillera un nouveau rendez-vous entièrement consacré à la rénovation performante et globale des logements. Organisé par RX France, il a pour ambition de rassembler toutes les parties prenantes, autour d'ateliers, expositions produits, conférences et affiche un objectif : contribuer à l'accélération de ces chantiers. Catherine Rousselot, directrice Marketing, Conférences et Contenus de RX France, qui pilote avec ses équipes cet événement, nous en dit plus sur le pourquoi et le comment.

■ RX organise déjà le Mondial du Bâtiment (BatiMat, Interclima, Idéobain). Comment est né ce nouveau projet ?

**Catherine Rousselot :** Il y a un an, en juillet dernier précisément, nous nous sommes posé plusieurs questions sur ce vaste enjeu de la rénovation des logements, ses problématiques et ses freins. Avec un constat : peu de rendez-vous permettent de faire se rencontrer les différents acteurs concernés, mais beaucoup d'interrogations et de complexité alors que la rénovation est l'un des leviers principaux pour atteindre les objectifs de réduction des



Catherine Rousselot.

émissions carbone. Nous avons donc lancé une vaste étude, mené des entretiens, rencontré les acteurs publics et privés pour comprendre comment défaire les noeuds

et mener des rénovation performantes et globales. Ces rencontres nous ont permis, à partir d'une page blanche, de co-construire un nouveau format, à la fois forum, salon

et ateliers, avec pour sous-titre "Engagés pour le climat, les citoyens et l'emploi". Il illustre notre ambition d'être plus qu'un salon de produits pour couvrir l'ensemble des problématiques. Et elles sont encore nombreuses : 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.

■ À qui s'adresse ce rendez-vous ?

**C. R. :** À tous les professionnels parties prenantes de l'acte de rénover. Le programme, du côté des exposants comme des grands intervenants, rassemble aussi bien des institutionnels que des fédérations, des industriels, des entrepreneurs, des acteurs privés, des représentants des collectivités locales... et la délégation interministérielle avec laquelle nous avons également construit cet événement. Sur la grande scène, les deux journées s'ouvriront par une



## RENODAYS

Le forum de la rénovation globale et performante des logements

12 & 13 SEPTEMBRE 2023

Paris Porte de Versailles - Hall 6

TROUVER DES SOLUTIONS PERFORMANTES

Masterclass N° 1  
Masterclass N° 2  
Workshop N° 1  
Workshop N° 2

COMPRENDRE LA RÉGLEMENTATION & RÉSOUTRE MES PROBLÈMES

Masterclass N° 3  
Workshop N° 3  
Workshop N° 4

RENCONTRER LA NOUVELLE GÉNÉRATION

Meet-Up

COMPRENDRE LES ATTENTES DES HABITANTS

Meet-Up

METTRE EN PRATIQUE

Plateau technique Doremi  
Participation aux démonstrations  
Fresque de la précarité énergétique

APPRENDRE DES TERRITOIRES & DES ACTEURS ENGAGÉS

Meet-Up

RENOVATION TECH

Pitch Start-Up

RENOTALKS

Grands Débats

scannez pour voir le PROGRAMME



scannez pour voir la liste des EXPOSANTS



### MÉMO PRATIQUE

- Date : 12 et 13 septembre 2023
- Lieu : Paris, Porte de Versailles, hall 6
- Horaires : de 9h00 à 19h00



grande conférence, introduite par le ministre Christophe Béchu, la première, animée par l'Anah, la Capeb, la FFB et l'ordre des architectes, s'attachera à répondre à la question "Rénovation globale et performante : tient-on la bonne trajectoire ?". La seconde, menée par Uniclima, défendra la rénovation globale par étapes. Cette scène accueillera ensuite différents grands sujets traités par des personnalités influentes sur les grands thèmes qui alimentent le sujet de la rénovation. Parallèlement à ces grandes conférences, des thématiques comme le financement, le recrutement, les qualifications seront abordées sur les espaces Workshops et Ateliers. Ils seront concrets et interactifs, organisés autour des "irritants" du marché. Ce sont des espaces où les visiteurs deviennent participants. Nous voulons qu'ils prennent possession des lieux et interagissent, à l'image de l'atelier de démonstrations et de formation conçu par Dorémi, dont les équipes techniques animeront des modules exclusifs de 30 minutes dédiés à l'étanchéité à l'air, à la pose de menuiserie et de ventilation dou-

ble-flux. Un zoom sur le confort thermique d'été et la migration de vapeur d'eau est également au programme. Ainsi qu'un "serious game", un jeu ludique et informatif ayant pour thématique la rénovation. Autre exemple, l'atelier participatif "Fresque de la précarité énergétique", qui sera lancé en avant-première sur Renodays. Cet atelier est développé, testé, amendé, enrichi par les membres du collectif Stop à l'Exclusion Énergétique.

#### ■ Comment seront présentées les innovations et les solutions techniques ?

**C. R. :** Elles seront présentées sur les stands des exposants mais surtout sur des Masterclasses et des Workshops, animés à leur initiative, pour illustrer leurs solutions. Parmi les sujets autour des énergies : "Les solutions thermodynamiques centralisées en logement collectif" par Atlantic ; "La rénovation énergétique optimisée, simple et pérenne, avec comme enjeux la préservation du bâti et le confort des occupants" par Ubbink ; "Tout savoir sur les aides à la rénovation éner-

## COMPRENDRE LES ATTENTES DES HABITANTS

Cet espace est élaboré en collaboration avec le Club de l'Amélioration de l'Habitat (CAH). Il abordera les nouvelles clés de compréhension



des attentes des ménages s'agissant de la qualité de leur logement pour permettre aux professionnels d'adapter leurs offres au marché. Comment les Français perçoivent-ils la rénovation énergétique et quelles sont leurs attentes ? Adhèrent-ils au projet de société sous-jacent ? Comment s'informent-ils ? Qu'attendent-ils des pouvoirs publics et des entreprises ? Qui sont leurs interlocuteurs pri-

vilégiés ? Comment engager les citoyens au-delà des éco-gestes vers une sobriété pérenne ? Cinq à six "meet-up" sont prévus chaque jour. Parmi les moments attendus, la présentation des résultats de l'enquête exclusive de l'Observatoire Habitant-Consommateur du Club de l'Amélioration de l'Habitat, avec l'intervention d'Audrey Valin, sociologue spécialiste de l'habitat.

gétique des particuliers", par Effy. Nous verrons également plusieurs interventions autour de la ventilation ou le solaire.

#### ■ À moins d'un mois de l'ouverture, comment se présente la participation ?

**C. R. :** Nous sommes très proches de nos objectifs dans un contexte de marché qui s'est tendu au fil des mois. Avec 112 exposants bien répartis sur les différents corps d'état, auxquels s'ajoutent les partenaires, et 4 500 visiteurs préenregistrés, nous sommes donc satisfaits. D'autant que ce vi-

sitorat est très diversifié. Nous enregistrons une majorité d'artisans et de maîtres d'œuvre, mais nous accueillons aussi des maîtres d'ouvrage, des syndics de copropriétés, des collectivités locales, des prescripteurs. Notre format semble ainsi avoir été bien accueilli par l'ensemble de l'écosystème et avoir mobilisé toutes les organisations professionnelles. Pour faciliter les visites, nous proposons aux adhérents de la Capeb des voyages de groupe en car et, avec notre partenaire, la BPI, nous créons des parcours de visites le 13 septembre pour

les 60 chefs d'entreprise qu'elle accompagnera.

#### ■ Avez-vous travaillé l'empreinte carbone des Renodays, comme sur le Mondial du Bâtiment ?

**C. R. :** Absolument. Ce forum est éco-conçu tant sur le choix des matériaux pour les stands et le mobilier, réemployable ou recyclable, que sur l'offre de restauration, notamment. Les achats durables ont guidé notre cahier des charges et nous avons travaillé pour embarquer les exposants dans cet objectif. ●

Recueilli par M.-L. Barriera

## LES DIFFÉRENTES PRISES DE PAROLES ET TEMPS D'ÉCHANGES

### LES MASTERCLASSES

**Les Masterclasses, pour répondre à une problématique : Solutions performantes ; Comprendre la réglementation ; Attente des habitants ; Territoires engagés.**

- Les solutions thermodynamiques centralisées en logement collectif, par Atlantic.
- La rénovation énergétique optimisée, simple et pérenne, par Ubbink.
- Tout savoir sur les aides à la rénovation énergétique des particuliers, par Effy.
- Les solutions de toiture au cœur de la rénovation énergétique performante, par Edilians.
- Découvrez l'alternative pompe à chaleur hybride centralisée en rénovation, par Vaillant et Saunier Duval.
- Présentation des services digitaux en rénovation énergétique par, Point.P.
- Isolation thermique par l'extérieur : surmonter les rénovations "difficiles", par Knauf.

### LES WORKSHOPS

**Des ateliers collaboratifs ; Les solutions performantes ; Résoudre les problèmes**

- Comprendre la réglementation
- Rencontrer la nouvelle génération
- Comprendre les attentes des habitants
- Apprendre des territoires et acteurs engagés
- Les pitchs de Renovation Tech

### LES RENOTALKS

14 conférences, aux formats divers, auront lieu sur la grande scène du salon : keynotes, interviews, débats. Des personnalités inspirantes et influentes prendront la parole. Chaque conférence s'inscrit dans le cadre "Rénover, une question de...", suivi du thème développé : Climat ; Formation ; Cohésion sociale ; Volonté politique ; Financement ; Immobilier ; Pouvoir d'achat ; Offre ; Architecture ; Société ; Confiance.



## ENGAGEMENT ET FÉDÉRATION

# “Les Foulées du Négoce” pour... reboiser les forêts

**E**ffet Jeux Olympiques de Paris ? Le gouvernement a déclaré l'activité physique Grande cause nationale 2024. La FDMC (Fédération des distributeurs spécialistes matériaux et bois) se met au diapason et s'empare du sport pour « déployer des actions positives en faveur de ses adhérents et pour le développement durable ». Avec l'appui de son comité RSE, elle lance “Les Foulées du Négoce”, une première initiative qui aura pour objectif de reboiser les forêts. Cette « course connectée », qualifiée de « solidaire », se déroulera du 1<sup>er</sup> au 31 octobre prochains. L'événement se consacrera cette année à la forêt française. Concrètement,

chaque tranche de 10 km parcourus par les collaborateurs des négocios financera un arbre planté par EcoTree. « À travers la pratique du sport et sous les couleurs de leur entreprise engagée dans l'événement, les collaborateurs sont invités à plus de mobilité et à ainsi contribuer au renouvellement de la forêt française », argumente la FDMC.

Comment ça marche ? « En fonction des kilomètres parcourus par leurs équipes, les entreprises s'engagent auprès d'EcoTree [une scale-up brestoise certifiée B.Corp] à financer la plantation d'arbres dans des domaines forestiers français. Ces arbres seront acquis en pleine pro-



Du 1<sup>er</sup> au 31 octobre 2023, les distributeurs de matériaux de construction sont invités à associer leurs collaborateurs aux 1<sup>es</sup> Foulées du Négoce. Pour 10 km parcourus, 1 arbre planté. priété par les entreprises participantes à l'opération », détaille la fédération.

Au-delà des bénéfices environnementaux (préservation de la biodiversité, captation de CO<sub>2</sub>, réduction de la pollution, etc.), le re-

boisement présente aussi des retombées économiques : création et soutien d'emplois locaux dans la filière bois-forêt, financement d'une gestion forestière durable, etc. Autre argument avancé par la FDMC auprès de ses adhérents : « Donner de la visibilité à la profession au service du développement durable ». Le 26 juillet, la veille de la publication du communiqué de la fédération, le rapport “Objectif Forêt” a été remis au gouvernement : un document de 28 pages issu d'un processus collaboratif entre les membres du conseil spécialisé “Gestion durable des forêts” du Conseil supérieur de la forêt et du bois. Ce document –

contesté par certains ingénieurs forestiers – préconise un budget de l'ordre de 8 à 10 Md€ sur dix ans pour renouveler une forêt française désormais vulnérable face au réchauffement climatique. En visite le 27 juillet dans la commune forestière de Tigy (Loiret), le ministre de l'Agriculture Marc Fesneau a évoqué « un vaste programme d'intervention sur plus d'un million d'hectares ». Selon le rapport “Objectif Forêt”, ce plan d'intervention se partagera entre les propriétaires privés qui détiennent 75 % de la forêt, et l'État. En 2020, la forêt représentait 17 millions d'hectares, soit 31 % du territoire métropolitain. ● S. Vigliandi

## ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET CONSTRUCTION DURABLE

## Le réemploi à l'épreuve du terrain

**R**éemployer les matériaux constitue un des leviers pour une construction durable. Aujourd'hui, il « bénéficie d'un cadre réglementaire assez avancé avec la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (Agec) et la RE 2020 », note l'association Cycle Up. Cette plateforme qui a fait de ce sujet sa vocation, a interrogé 200 professionnels de la construction, de l'architecture et de l'immobilier pour dresser un état des lieux.

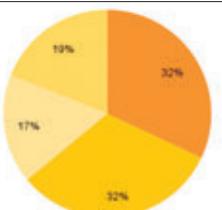
Selon les résultats, plus de la moitié d'entre eux a déjà expérimenté le réemploi (57 %), 11 % n'ayant « jamais réfléchi à ce sujet ». Parmi les facilitateurs au passage à l'action, les professionnels interrogés citent : « avoir des assurances et des garanties pour les produits de réemploi » (32 %) ; pour un tiers également, « une offre de matériaux reconditionnés et vérifiés pour éviter tout aléa » ; pour 19 %, « un avantage prix signifi-

catif par rapport au neuf » et « des solutions de livraison pour recevoir les produits directement sur leur chantier ».

Les freins sont donc à chercher du côté de l'offre, même si, côté demande, 38 % des répondants estiment que leurs clients sont ouverts au réemploi de certains matériaux. Les professionnels interrogés, indiquent parallèlement que si « leurs clients ne sont pas encore prêts à l'utilisation de ma-

### Quelle solution vous ferait utiliser plus régulièrement des matériaux de réemploi ?

- Des assurances et garanties pour ces produits
- Une offre de matériaux reconditionnés et vérifiés pour éviter tout aléa
- Des solutions de livraison pour recevoir directement les produits sur chantier
- Un avantage prix significatif



tériaux de seconde main (25 %), ils pourraient changer d'avis si on leur montre que le résultat est satisfaisant ». Car affirme l'étude « le réemploi c'est avant tout une question de confiance », chiffres à l'appui : 58 % des répondants n'ont confiance dans les matériaux de réemploi que s'ils sont recondi-

tionnés par des spécialistes. Une confiance qui peut également être gagnée auprès de quatre professionnels sur dix, grâce aux garanties offertes par les vendeurs (40 %).

Les distributeurs ont assurément une piste à explorer pour valoriser ce gisement. ● M.-L. B.



## RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE

## MaPrimeRénov' : le gouvernement ajoute 1,6 Md€

**É**lisabeth Borne a dévoilé mi-juillet l'augmentation du budget dédié à MaPrimeRénov'. Elle sera dotée en 2024 de 1,6 Md€ supplémentaire. « Nous porterons le budget de MaPrimeRénov' à 4 Md€ », a déclaré la Première ministre. Ceci dans le cadre d'une

stratégie de planification écologique gouvernementale qui sera dotée de 7 Md€ en tout.

Le but de cette mesure : parvenir aux 200 000 rénovations表演antes tant attendues par le secteur, qui doivent permettre à la France de respecter ses engagements de réduction de ses consommations et de son impact carbone. Les émissions de gaz à effet de serre doivent par exemple être divisées par deux d'ici à 2030... L'effort à fournir est donc

considérable et les incitations financières (publiques ou privées) sont l'un des moyens pour parvenir à lancer tous les travaux indispensables, notamment pour les ménages en situation de précarité énergétique qui habitent dans des passoires thermiques.

Depuis son lancement au début de 2020, MaPrimeRénov' a soutenu les projets de 1,5 million de ménages, pour un montant de 5,6 Md€ engagés. Les spécialistes du secteur estiment que, pour

chaque euro d'aide, ce sont en moyenne entre 3 et 4 euros de travaux qui sont entrepris. L'effet levier de 4 Md€ en 2024 devrait donc être très important.

Immédiatement après cette annonce, la FFB s'est félicitée de la hausse du budget alloué à la rénovation, mais s'est également réjouie de « la définition à venir d'une trajectoire de financement de la transition énergétique sur plusieurs années ». La fédération y voit une bonne nouvelle pour l'environnement et un puissant souffle pour porter l'activité. Olivier Salleron, son président, déclare : « Cette nette majoration des aides à la rénovation énergétique répond à l'une des demandes fortes de la FFB. Il faudra poursuivre sur cette trajectoire pour atteindre les objectifs de 2030, c'est-à-dire programmer un renforcement continu dans les prochaines années, en accompagnement de la planification écologique. Les artisans et entrepreneurs sont prêts ! ». ● G. N.



# BIGMAT, LA FORCE DE LA COOPÉRATION POUR ENTREPRENDRE ET INNOVER

## Atlantique Matériaux, une histoire exemplaire



Jérôme Mousset

### FLASH-BACK : NAISSANCE D'ATLANTIQUE MATÉRIAUX ET CRÉATION DE LA FINANCIÈRE BIGMAT

**Jérôme Mousset** : Pour revenir aux origines, 80 ans en arrière, l'entreprise a été créée par la famille Libaud dans le sud vendéen autour de la production de produits Béton, pour le BTP, puis s'est élargie à la distribution. Elle a adhéré à BigMat dès 1986. En 2018, les propriétaires ont souhaité céder leur activité de négoce à un autre groupe de distribution. Mais BigMat a fait jouer son droit de préférence, le départ de cet adhérent historique et le deuxième en termes de chiffre d'affaires, étant hautement symbolique. Des adhérents se sont mobilisés pour réfléchir avec les différents services de la centrale à une solution de reprise. Une holding, réunissant alors 13 adhérents et la centrale, a été créée et a confié la direction opérationnelle à six cadres dirigeants. Depuis, la Financière BigMat, dont la structure est évolutive, a connu plusieurs autres succès de reprises d'adhérents, et au vu de cette réussite, il a été décidé de nommer à sa tête un directeur général en la personne de Thierry Jaulin, qui occupait cette fonction pour l'activité négoce de Libaud.

Quatre ans après cette reprise, il était devenu opportun également

de changer le nom de l'entreprise. Rebaptisée Atlantique Matériaux en novembre 2022, elle a officiellement inauguré le 6 juillet dernier devant 500 invités son nouveau siège social à Luçon. Cet événement a été l'occasion d'annoncer ma nomination à sa direction générale

### AUJOURD'HUI : ATLANTIQUE MATÉRIAUX, SON RESEAU, SON POSITIONNEMENT

**J. M.** : L'entreprise en 2023, rassemble 280 collaborateurs, réalise un CA de 105 M€ avec 23 agences sur la Vendée et la Charente-Maritime, 9 showrooms carrelage, 8 showrooms menuiserie, une usine de blocs béton à Aytré (17) et une plate-forme logistique à Sainte-Hermine. De négoce gros-œuvre, très orienté sur les matériaux, l'offre s'est élargie au fil de ces quinze dernières années pour adopter clairement une stratégie de négoce généraliste. Nos cinq grandes familles de produits sont désormais bien équilibrées dans notre chiffre d'affaires comme dans le réseau d'agences, avec toutefois, deux points de vente identifiés carrelage-sanitaire-décoration et une agence spécialisée en couverture-étanchéité. Notre clientèle s'est également diversifiée. Nos agences rurales s'adressaient surtout aux artisans et petites entreprises. Nous

entre les équipes de BigMat France et ses adhérents, les idées, les projets et les initiatives circulent et s'alimentent dans les deux sens. Un exemple fort de cette synergie, celui du négoce Atlantique Matériaux, un réseau préservé en 2018 au sein de BigMat, grâce à sa reprise par un groupe d'adhérents avec la centrale. Depuis, l'entreprise n'a pas manqué de projets, dont certains bénéficient du rayonnement de l'enseigne nationale mais peuvent aussi inspirer le réseau. Jérôme Mousset, tout récemment nommé directeur général, revient sur l'histoire de l'entreprise, son actualité et son avenir.

nous sommes, depuis quelques années, organisés pour adresser également les constructeurs de maisons individuelles et les grands comptes. L'apport de la centrale est important sur de nouvelles implantations de showrooms mais aussi pour mener à bien cette diversification. Dernier exemple en date, notre volonté d'aller sur le marché du solaire et de l'auto-consommation. Elle peut s'appuyer et être relayée par des outils de communication dédiés, créés et diffusés par l'enseigne. C'est le cas également de notre démarche plus générale sur la rénovation. Sur ce marché, plusieurs constats nous ont amenés à construire Mon Projet Réno, une offre de services pour accompagner les particuliers sur l'ensemble des étapes d'une rénovation énergétique. Chaque agence dispose d'un référent-conseil. Une équipe back office administratif gère l'intégralité du dossier pour le particulier, sans avance de trésorerie. Nous nous

engageons jusqu'à la fin du chantier, grâce à un réseau de partenaires professionnels qualifiés auxquels nous apportons ainsi un flux d'affaires. Nos ambitions sont fortes sur ce marché. Mon Projet Réno est né à notre initiative, mais il peut s'appuyer sur la stratégie de BigMat France sur la rénovation énergétique, sur les services du délégué partenaire de l'enseigne pour les CEE, les rebondées des campagnes de communication et des outils de formation.

### DEMAIN : LES PROJETS EN COURS ET À VENIR

**J. M.** : À court terme, nous allons poursuivre nos actions sur l'axe Rénovation Énergétique, par la diffusion d'informations et de formation auprès de nos clients, par le renforcement de l'offre et des services sur le solaire, et enfin

par un travail auprès des équipes pour que tous soient alignés sur ce projet d'entreprise.

Dans les projets en cours de réalisation, la création d'une deuxième usine de blocs bétons à Sainte-Hermine est un investissement stratégique car il nous permettra d'être autonomes et compétitifs. Deuxième projet, l'ouverture prévue fin septembre d'une agence généraliste de 10 000 m<sup>2</sup> à Bressuire, pour laquelle nous avons sollicité les compétences de l'enseigne pour étudier les axes de circulations, les plans d'implantation, le libre-service...

Nous avons bouclé le 5<sup>e</sup> exercice financier depuis la reprise de l'entreprise et sommes en croissance. Après avoir assuré sa pérennité, Atlantique Matériaux entre donc dans une nouvelle phase, celle des investissements pour poursuivre son développement. ●



## Vite !

### CONCEPT DE VENTE

Brico Dépôt sur écran



À Cahors (Lot), le distributeur a ouvert fin juin un format de moins de 1 000 m<sup>2</sup>, mais avec autant de références que d'habitude, moins de 30 salariés et pas de CDAC. La clé ? Le parcours client un peu déroutant. Des bornes permettent aux clients d'acheter leurs matériaux sur écran, payer et les retirer dans la cour Matériaux. S'il trouve son public, ce concept pourrait devenir la nouvelle arme fatale de Kingfisher qui obligera la concurrence à réagir.

### ADHÉSION

#### Gedicoop actif

Après un exercice 2022 plutôt faste, Gedicoop (ex-Gedex) compte un Gedimat de plus. Son adhérent, Lorcamat (43,7 M€ de CA 2022), a créé un 9<sup>e</sup> point de vente situé près de Sarreguemines (57) : 380 m<sup>2</sup> de vente, 550 m<sup>2</sup> de stock couvert et 3 000 m<sup>2</sup> de parc Matériaux. Au nord de Carcassonne (11), le groupement a recruté un nouveau membre : Inard Bois, qui disposera bientôt d'un showroom. À ce jour, Gedimat recense 446 magasins en France et 54 Gédibois pour 200 adhérents au total.

### OUVERTURE

#### Samse : doublé près de Lyon

L'enseigne iséroise dispose depuis mi-juillet d'une agence de plus à Vaulx-en-Velin, au nord-est de Lyon. Sur plus de 8 000 m<sup>2</sup>, le site accueille aussi Ménéo, le concept de spécialité du groupe indépendant, positionné sur le marché des menuiseries en fourni-posé.

### GOUVERNANCE

## Femat : arrivée d'un Dg adjoint commerce

**A**ctif sur le marché de l'écoconstruction et du bâtiment performant depuis 2011, le média France Matériaux et Socoda a recruté Guillaume Fiorina. Une nomination officialisée dans un communiqué diffusé le 18 juillet. Âgé de 42 ans, ce dernier prend en charge la direction générale en tant qu'adjoint au commerce, fonction nouvellement créée au sein de Femat. Il a collaboré durant un peu plus de 20 ans au sein du groupe Atlantic, d'abord en tant responsable de secteur

sur la région lyonnaise où Femat dispose de trois points de vente en plus d'une 4<sup>e</sup> agence à Chambéry (Savoie). Chez son ex-employeur, où il a effectué toute sa carrière, Guillaume Fiorina aura occupé différents postes : alternant en génie thermique, puis au commerce, commercial itinérant, responsable grands comptes, chef des ventes, puis directeur régional Rhône-Alpes-Auvergne-Bourgogne pendant 10 ans pour la partie pompes à chaleur air-air et ventilation. C'était « un parcours multipostes passionnant,

mais mono-marque », indique le manager.

Aux côtés de Florian Brunet-Lecomte, président-fondateur du groupe, Guillaume Fiorina devra écrire « une feuille de route pour créer un modèle unique dans le monde du bâtiment per-



Guillaume Fiorina.

formant » et de la transition énergétique. ● S. V.

### INITIATIVE

#### Un lieu collaboratif

Femat doit bientôt ouvrir le « Lab' Event » : des espaces où ses clients pourront venir pour travailler et « codévelopper » en visioconférence ou en atelier. L'enseigne ambitionne de devenir « une sorte de hub du bâtiment performant où les pros viendraient échanger et donner vie à leur projet ».

### RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE

## Asturienne enrichit son Guide pratique



30 %

de déperditions thermiques issues de la toiture d'une maison mal isolée.

Courant juillet, le spécialiste en couverture a diffusé l'édition 2023 de son désormais traditionnel « Guide pratique des solutions de rénovation énergétique ». L'opus actualisé et enrichi dévoile en 344 pages toute l'offre, des informations et conseils de mise en œuvre. Il s'ouvre sur un premier chapitre détaillant tous les éléments réglementaires et les

aides financières à intégrer pour parvenir à une bonne isolation. La seconde partie recense les solutions dédiées tant à l'isolation qu'à la production d'énergie. Le tout est agrémenté de nombreux schémas et QR-codes qui donnent accès aux fiches techniques détaillées et aux conseils d'utilisation. Les produits sont présentés selon la configuration de la toiture : toit incliné, combles perdus, terrasse, bardage, etc.

Idem en solaire photovoltaïque : diverses options sont proposées (surimposition, intégration, toiture terrasse...). En outre, l'enseigne a déployé des formations pour ses clients pros dans son réseau (62 agences). But : les aider à mieux vendre auprès de leurs propres clients. ● G. N.

### En conquête sur l'Île-de-France

Inauguré en mars, le 62<sup>e</sup> Asturienne est à Croissy-Beaubourg (77). Avec ce 7<sup>e</sup> site francilien, le distributeur veut « développer le marché de la couverture en Île-de-France et cibler les chantiers des villes nouvelles ». C'est aussi sa première agence dotée de panneaux photovoltaïques sur 900 m<sup>2</sup> d'une puissance de 110 kWc et 95 MW/an de production pour couvrir environ 40 % de ses besoins énergétiques.

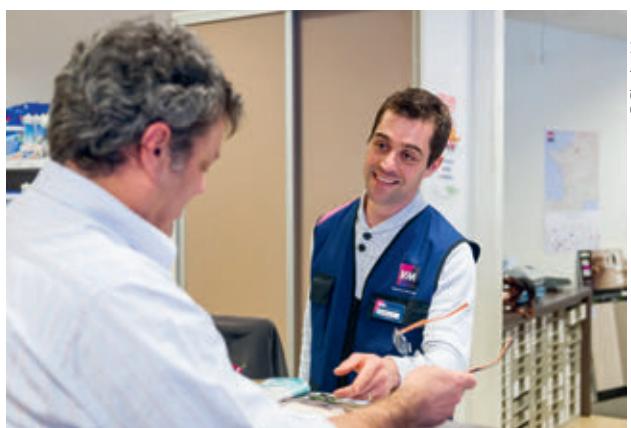
### RÉSULTATS SEMESTRIELS

## Hérige : le pôle Négoce à -5,6 %

Sur les six premiers mois de 2023, le groupe vendéen a affiché réalisé 455 M€ de ventes, soit +10,2 % en données publiées, mais stable (+0,2 %) en données comparables. Son pôle Négoce a été principalement impacté par la chute du neuf. Tandis que l'activité avait atterri à +0,8 %, le CA de ses deux enseignes (VM Matériaux, Lntp) s'est encore érodé de 11,2 % par rapport au 2<sup>e</sup> trimestre 2022. Sur le premier semestre, la branche Négoce (212,9 M€) a accusé une baisse d'activité de 5,6 % en valeur, tant en données courantes qu'à pé-

rimètre comparable. Explications avancées : « Un marché de la construction qui a accentué son décrochage », alors que « l'évolution de l'activité est portée par l'effet prix et les acquisitions tout en étant atténuée par un impact calendrier défavorable de deux jours ».

Côté perspectives, Hérige juge toutefois pouvoir « s'appuyer sur la pertinence de son positionnement axé sur les marchés de la rénovation-réhabilitation, ses actions commerciales et industrielles et une offre adaptée aux enjeux énergétiques et de décarbonation ». ● S. V.



La trésorerie des artisans commence à se tendre, surtout à l'approche des échéances liées aux remboursements des PGE. © Charles Marion

## CIMENT BAS CARBONE

## Point.P scelle un accord de partenariat avec Ecocem

Entre Saint-Gobain et Ecocem, spécialisé dans les solutions bas carbone (liants, bétons, mortiers, coulis, etc.), la collaboration continue de s'élargir. En octobre 2022, le géant des matériaux de construction officialisait « une coopération R&D ambitieuse entre Ecocem et Chryso [l'une des filiales de Saint-Gobain axée sur la chimie du bâtiment] pour accélérer le développement d'adjuvants haute performance qui permettra le développement de ciments bas carbone » via une licence de fabrication. Ce partenariat non exclusif doit aussi « couvrir l'activité mortier de Weber en Europe occidentale » et « les activités de distribution et de fabrication de béton de Point.P en France ». Mi-juillet, l'enseigne a annoncé être entrée dans le dur du projet aux côtés de l'irlandais Ecocem, dont Saint-Gobain est actionnaire à 25 %. Déjà engagé avec Ecocem pour ses activités Solutions Béton et Préfabrication, Point.P étend aujourd'hui son accord pour « développer et diffuser sur le marché des nouveaux liants bas carbone ».



**7 %**

des émissions mondiales de CO<sub>2</sub> sont liées à la production de ciment.

L'accord Point.P-Ecocem vise à accélérer la diffusion de ciments bas carbone sur les marchés du BPE et de la préfabrication.

Industrie cimentière. Réponse d'Ecocem ? Sa solution ACT (pour "Acuna Cement Technologie") dévoilée fin 2022 après dix ans de R&D menée en partenariat avec l'École nationale supérieure Paris-Saclay et l'Institut national des sciences appliquées de Toulouse. L'entreprise la présente comme « une technologie de rupture » avec une faible teneur en clinker (entre 20 et 30 %), composée de 10 à 20 % de laitier, des fillers (addition minérale d'une taille inférieure à 63 µm) et d'un adjuvant chimique « spécifique ». La technologie réduirait l'empreinte carbone des ciments « jusqu'à 70 % » tout en abaissant la consommation d'eau jusqu'à 50 %. Et là, c'est une différence fondamentale comparée aux produits traditionnels. Avec un rapport eau-ciment (E/C) du mélange de béton frais de l'ordre de... 0,25, quand ce ratio se situe en général entre

les valeurs limites de 0,40 à 0,60. Avec sa formulation, Ecocem cible principalement le marché de type CEM II (ciment Portland composé) qui est majoritaire.

### Massifier la production

La collaboration entre le fabricant et Point.P porte sur la commercialisation de ciments ACT dont la rhéologie n'est pas affectée tout « en augmentant les performances mécaniques et la durabilité des bétons ». Si le ciment ACT a déjà fait l'objet d'une validation technique et d'essais industriels et de chantiers-tests positifs, il ne dispose pas encore du marquage. Cette étape serait prévue d'ici à fin 2023. La technologie est mise à disposition de la filière cimentière pour licencier la solution ACT ; les différents industriels signataires pouvant aussi s'approvisionner en fillers auprès d'Ecocem. Ce business-model vise à

massifier la production de ciments bas carbone. Le lancement commercial d'ACT sur les marchés européens est, lui, annoncé à l'horizon 2025. Dès cette date, et une fois la certification d'ACT obtenue, Point.P s'engage à déployer la technologie dans son réseau de distribution, de centrales à béton et d'usines de préfabrication.

### Un ACT 2, voire ACT 3 ?

À terme, la technologie devrait se substituer aux autres gammes classiques proposées aujourd'hui par Ecocem. Il pourrait donc y avoir une version 2, voire 3, d'ACT. Et autant de ciments à faible teneur en CO<sub>2</sub> s'appuyant sur cette technologie, comme il existe aujourd'hui autant de ciments CEM II que de cimentiers ? En attendant, Nicolas Godet, Dg de Point.P, précise : « Ce partenariat s'inscrit dans notre feuille de route de baisse de nos émissions carbone et dans le déploiement d'une offre de solutions bas carbone. Nous travaillons à atteindre la neutralité carbone en 2050 ». Manière de faire écho à la baseline de l'industriel irlandais : "Decarbonisation. Don't just commit, ACT" (Décarbonation. Ne vous contentez pas de vous engager, agissez").

À Lyon, Conor O'Riain, le directeur général d'Ecocem Global, intervient d'ailleurs à l'occasion de l'édition 2023 de CarbonZero Global Conference & Exhibition qui se tiendra les 26 et 27 octobre. ● S. Vigliandi

## Technologie de rupture

Tandis que l'industrie cimentière a déjà mis en œuvre des technologies de captage et de stockage du CO<sub>2</sub> pour réduire son empreinte carbone, des experts de la GCCA (Association internationale du béton et du ciment) jugent que ces process ne devraient pas permettre d'absorber plus de 50 % des émissions de l'in-



Dans son laboratoire de R&D installé à Champlan (91), l'irlandais Ecocem planche sur les prochaines versions de sa formulation ACT.

## Mémo

Le béton est le 2<sup>e</sup> produit le plus consommé au monde, juste après... l'eau. Il s'en fabrique près de 14 milliards de m<sup>3</sup> par an : soit environ 2 m<sup>3</sup> par habitant. Selon Ecocem, sa technologie ACT n'utilise que 10 % à 20 % de laitier granulé issu de hauts-fourneaux. Parmi les derniers accords noués avec des cimentiers : CB Green et Cemex en juin 2023.

## Vite !

## RÉSULTATS SEMESTRIELS

### Groupe Samse à +1,5 %

Au 2<sup>e</sup> trimestre 2023, le groupe isérois a enregistré un repli de 4,4 % de l'activité de son pôle Négoce (près de 80 % du total). Sur le premier semestre, cette branche n'évolue plus que de + 0,6 % pour s'établir à 809 M€, tandis que le bricolage voit ses ventes bondir de 4,8 % avec 204 M€.

## SPONSORING

### BigMat en selle

Après un partenariat signé en 2011 avec l'équipe cycliste FDJ (Française des Jeux), puis avec le Tour de France en 2012, BigMat International est devenu partenaire en 2022 de trois championnats du monde : mountain bike, BMX racing et piste. Au début de l'été, le groupement a signé cette fois-ci avec l'Union cycliste internationale. Il en devient l'un des 4 partenaires officiels, dont Mapei. Les premiers championnats du monde de cyclisme UCI ont eu lieu début août en Écosse.



## EN ITALIE

### 5 Tecnomat cédés au fonds LeadCrest

Rebranded en mars 2022 pour « mieux coller » aux réalités du marché transalpin, Tecnomat (ex-Bricoman) a vendu au début de l'été cinq de ses 31 dépôts. Le repreneur est LeadCrest. Via un premier investissement de 70 M€ en cession-bail, ce fonds luxembourgeois met la main sur 42 000 m<sup>2</sup> de surface de vente : trois points de vente existants et deux en cours de construction.



# Vite !

REP PMCB

## Déchets : Doras : collecte à Mâcon



Cet été, l'enseigne bourguignonne du groupe Samse a implanté une zone de collecte des déchets de chantier au sein de son agence mâconnaise, en Saône-et-Loire. Sept flux de déchets triés y sont collectés : bois, inertes (sauf terre), laines minérales, menuiseries et verre plat, métaux, plastiques et plâtre.

## EN TRAVAUX

## Chausson avance à Limoges nord

Courant août, le distributeur toulousain a fait un point d'étape sur l'avancement du chantier de ses agences locales. Outre le site gros œuvre repensé à 100 %, l'agence PPI va voir sa zone de stockage s'étendre de 400 m<sup>2</sup>. Depuis fin août, l'agence BCO s'est dotée d'un nouveau cantilever couvert autoporté de 500 m<sup>2</sup>. À terme, le pôle de Limoges nord regroupera 4 points de vente : gros œuvre, PPI, bois-couverture et carrelage, dont le déménagement est prévu en mars 2024. À Reims (51), la construction d'un point de vente est en cours pour une ouverture prévue début novembre.

## RSE

## Loxam très engagé

Le n°1 français de la location de matériels de chantier a publié son deuxième rapport RSE dans lequel il mesure les premiers progrès réalisés. Sobriété énergétique des agences, préservation des espaces naturels et conversion de son parc vers des équipements à faibles émissions. D'ici à 2030, Loxam vise une diminution de 50 % de ses émissions de CO<sub>2</sub> et a reçu le soutien de la Banque européenne d'investissement.

## SERVICE DIGITAL

## PUM expérimente le self-scanning

chez PUM, l'expérience client continue d'évoluer. Après la refonte de son parcours client depuis deux ans, le distributeur spécialisé dans les produits de synthèse pour le BTP vient d'introduire le self-scanning dans ses 31 plus importantes agences sur un réseau de plus de 210 points de vente. Cette technologie s'est invitée au tout début des années 2000 dans les enseignes de la grande distribution, d'abord aux États-Unis, avant de s'étendre autant dans les pays anglo-

saxons que dans les pays latins et en Asie. Dans l'Hexagone, cette solution est déjà déployée depuis plusieurs années chez Auchan, Aldi, Casino, Leclerc, Lidl, Les Galeries Lafayette avec son concept Eataly, mais aussi Castorama, Ikea, Brico Dépôt ou encore Leroy Merlin. Après les formules de drive, le mouvement du self-scanning s'accélère depuis la crise sanitaire.

Aujourd'hui, ce dispositif arrive chez les grossistes. Fort du succès de son Comptoir Flash qui

## PROSPECTIVE

## Une technologie pleine d'avenir

Le self-scanning est un système permettant au client de scanner lui-même au fur et à mesure les produits qu'il achète en utilisant un lecteur de code-barres. D'après l'étude du cabinet londonien RBR publiée en mai 2023, « 46 000 magasins dans le monde proposent aux clients de scanner les articles. Ce chiffre devrait tripler au cours des cinq prochaines années pour atteindre 160 000 points de vente en 2027 ».

## GESTION RH

## Tout Faire en campagne de recrutement

À Orléans, lors de son salon annuel fin janvier dernier, la direction du groupe de négocios indépendants l'avait annoncé : courant 2023, une vaste campagne nationale « Tout Faire recrute 1000 nouveaux talents » devait être menée. Voilà qui est fait ! Le regroupement a choisi un ton « audacieux et inédit » pour ce vaste projet RH. Un dossier qui vient compléter toute la batterie d'outils et de services mis en œuvre depuis deux ans pour épauler les quelque 280 adhérents dans leur développement. À savoir : le déploiement en cours du nouveau concept point de vente, la montée en puissance de la MDD IronSide et la création de ProSide, la robotisation prévue de la plateforme logistique nationale dans le Loiret, etc. Début juillet,

la centrale de Verdun a officialisé le lancement de cette « vaste » campagne d'embauches au sein des réseaux Tout Faire Matériaux et Tout Faire Bois. L'objectif est clair : séduire 1000 futurs collaborateurs et collaboratrices d'ici à la fin 2023. L'opération vise aussi à « renforcer la qualité de service en magasin », précise le groupe à l'heure où le négoce Bâtiment doit répondre aux multiples défis des marchés de la rénovation énergétique. Elle concerne tous les métiers, au masculin et au féminin : technico-commercial, chauffeur-livreur, chef d'agence, chef de parc, magasinier-cariste, responsable LS ou encore vendeur. ● S. V.



Le dispositif de Tout Faire est relayé par l'ensemble des adhérents en points de vente, dans la presse et sur les réseaux sociaux.



Le « PUM Scans » permet à l'artisan de faire ses achats en autonomie dans le LS en s'identifiant via son compte client avant de passer plus vite en caisse.

permet aux clients d'utiliser leur smartphone pour composer leur panier en LS et après un test concluant mené fin 2022, PUM a introduit des douchettes (scannettes) nommées « PUM Scans ».

### Un trafic plus fluide et du temps gagné

Comme en grande distribution, sa solution entend faire gagner du temps aux artisans qui « savent ce qu'ils cherchent », notamment pour l'offre de dépannage. Avantages pour les pros et l'enseigne ? Il s'agit de « *satisfaire trois objectifs : faire gagner du temps à nos clients et à nos collaborateurs, fluidifier le trafic en agence en créant*

*des parcours différenciés et autonomes, et simplifier les parcours agence et cour par une signalétique claire* », argumente Sibylle Daunis Opfermann, Dg de PUM. Autres intérêts : l'amélioration de la satisfaction clients, une hausse du chiffre d'affaires en agence comme l'a démontrée l'expérimentation de PUM, et une réduction « considérable » de l'attente au comptoir. À quand une solution Scan & Go (paiement via une appli) pour les pros ? À l'instar de ce que proposent le nord-américain 7-Eleven, le britannique Tesco, la coopérative allemande Rewe ou Brico Dépôt ? ● S. Vigliandi

## DISPONIBILITÉ DE L'OFFRE

## France Matériaux optimise sa logistique



Situé près de Sète (34), l'entrepôt BLO doit fournir aux adhérents une forte réactivité pour servir les pros.

Après le rachat, il y a un an, de la plateforme logistique Camher, jusqu'à présent détenue par certains de ses adhérents, le regroupement de négoce multispécialiste vient de créer un intranet. Au-delà de masquer les achats, les deux outils visent à fournir encore plus de réactivité aux 156 membres du réseau et à réduire leurs coûts de transport. La nouvelle base, rebaptisée BLO (Base Logistique Occitanie) et située à Gignac dans l'Hérault, joue sur deux volets : « *la carte de la proximité* » et « *la simplification des démarches logis-*

*tiques* » des 250 agences implantées dans 67 départements. L'intranet, lui, décline deux offres stockées par BLO. Les matériaux couvrant tous les secteurs (aménagement extérieur, carrelage, gros œuvre, isolation, ...) avec différentes profondeurs de gamme. Toute l'offre constituant « Les Élémentaires » est disponible. Idem pour le plan de vente du libre-service : outillage, matériel de chantier, consommables... L'adhérent accède immédiatement au prix et stock disponible pour chaque produit. ● S. V.



3ÈME ÉDITION

# ze AWARDS

BÂTIMENT

Le groupe média ZEPROS récompense pour la 3<sup>ème</sup> année les artisans/PME et distributeurs du Bâtiment.

Ne manquez pas cet événement phare de la profession !

Rendez-vous le  
**JEUDI 21 SEPTEMBRE 2023**



CETTE ANNÉE,  
8 PRIX SERONT DÉCERNÉS :

**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

POUR PARTICIPER\* À LA SOIREE, FLASHEZ CE QR CODE >

Pour connaître l'actualité des Ze Awards, rendez-vous sur [www.batizepros.fr](http://www.batizepros.fr)



\*en fonction des places disponibles.

EN PARTENARIAT AVEC

hellio PRESTO URSA

valobat

Tokster

cédis

CAPEB

FDMC

FFB

FND

zePROS

AVEC LE SOUTIEN DE

UN ÉVÉNEMENT

ORGANISÉ PAR

# Terrasse Bois d'Arcachon devient DeckiBois et s'ouvre à la franchise



À la tête de DeckiBois, David Sonnier veut casser les codes de la vente. Les clients sont guidés par le robot Decki dans le showroom installé sur le bassin d'Arcachon.

**D**e scieur et négociant à franchiseur ! C'est le chemin qu'aura parcouru la PME familiale Sonnier Bois fondée en 1963. À l'époque, cette société de l'Isère est positionnée sur les marchés de la transformation de panneaux et de la micro-perforation acoustique. Mais

onze ans après avoir succédé à son père, David Sonnier cède en 2019 l'entreprise à son confrère drômois Chambost, membre du groupement Sylvalliance. Dans la foulée, il part dans le Sud-Ouest pour créer une nouvelle activité. Et lance fin 2019 l'enseigne Terrasse Bois d'Arcachon dans

les Landes. Récemment, David Sonnier a décidé d'adopter une nouvelle appellation commerciale plus dans l'air du temps pour devenir DeckiBois. Le dirigeant commercialise principalement des essences issues de la forêt des Landes. Esprit de circuit court oblige, son showroom de La Teste-de-Buch (Gironde) inauguré le 13 avril dernier s'approvisionne dans un rayon de 95 km. Idem pour son autre point de vente à Sanguinet (Landes).

## Marché dynamique

Baseline du concept : "L'âme de la terrasse bois", en forme de clin d'œil. C'est un segment actuellement très porteur. Selon les données de LCB (Le Commerce du Bois), les ventes sont «en constante progression depuis 2015 avec une accélération sans précédent entre 2019 et 2021 (+34 %) due à la crise sanitaire et à la hausse des travaux d'amélioration de l'habitation». Il s'est vendu pas moins de 16 millions de m<sup>2</sup> de lames de terrasse en bois rien qu'en 2021. Reste que l'activité s'est tassée l'an passé (-10%). Mais le marché français pourrait atteindre les 25 millions de m<sup>2</sup> à l'horizon

2025. C'est dans ce contexte que l'indépendant DeckiBois ambitionne de créer un réseau de franchisés. Le concept doit être lancé en cours d'année. Avec la volonté de « pouvoir ouvrir des points de vente dans toute la France ». Selon LCB, « les objectifs de DeckiBois sont multiples ». D'une part, l'enseigne veut « adapter le modèle économique aux évolutions de la distribution BtoB et BtoC ». Il convient d'« apporter encore plus de services avec une expérience client différenciante, tout en réduisant les coûts pour améliorer la rentabilité des entreprises face à la concurrence internet », mais aussi des GSB, des jardineries ou encore des négocios multispecialistes, estime en substance David Sonnier.

## Decki, le petit... robot

D'autre part, le dirigeant entend permettre aux candidats à

la franchise DeckiBois de pouvoir « créer une expérience client innovante ». Par exemple, le showroom sera accessible 7 jours sur 7 grâce à Decki. Autonome à 100 %, ce robot assistant est « en mesure d'accueillir les clients, de les orienter dans la salle d'exposition et les aider à sélectionner des produits selon leurs attentes, le budget, leurs goûts et t contraintes de coloris », détaillent nos confrères régionaux de Sud-Ouest et *La Dépêche du Bassin*. En outre, Decki réalise les devis et les envoie par e-mail aux clients. Et s'il n'arrive pas à satisfaire leurs demandes, un autre robot ambulatoire prend le relais et contacte David Sonnier par messagerie pour intervenir. De l'intelligence artificielle qui, pour le moment, ne remplace pas encore l'expertise d'un vendeur... « en chair et en os ». ●

S. Vigliandi

## ENVIRONNEMENT

### Reboiser la forêt landaise

Comme certains adhérents LCB, la direction de DeckiBois a d'ores et déjà signé une convention de mécénat avec le fonds "Plantons pour l'avenir". Une façon de participer au reboisement d'une partie de la forêt des Landes – ravagée par les incendies de l'été 2022 – dans le cadre d'une gestion durable.

## EN CONCURRENCE FRONTALE

### Sudcoop structure la filière bois occitane

**H**istoriquement implanté dans l'Ouest, le réseau Orcab de coopératives d'achat se renforce dans le Sud. Après Cooprovence lancé en 2016 à Avignon (Vaucluse), c'est au tour de la filière bois d'Occitanie de monter au créneau via Sudcoop (95 adhérents), créé en début d'année. Le projet est inédit dans cette région puisqu'il a été porté par des mobistes et spécialistes de la construction modulaire en bois, ainsi que par la Fibois Occitanie. Aujourd'hui, 49 entreprises artisanales ont rejoint l'initiative Sudcoop dont les en-

trepôts sont installés à Beaucaire (Gard). Le volume d'achats pourrait avoisiner les 4 M€ en année 1. L'offensive de l'Orcab sur les marchés du bois et du PPI (plafond, plâtre, isolation) serait loin d'être achevée. En mars dernier, une trentaine de membres de l'Orcab rayonnant sur les Alpes-de-Haute-Provence et les Hautes-Alpes s'était réunie. Leur ambition : fonder une nouvelle coop régionale d'achat en bois et dérivés courant 2024. Ce serait alors la 40<sup>e</sup> structure adhérente à l'Orcab. ●



## E-COMMERCE ET PIÈCES DE RECHANGE

# Alliance entre Aircoco et Warmango

Repris début 2022 par le belge Van Marcke, le pure player lyonnais Warmango a officialisé mi-juillet un partenariat avec son confrère toulousain Aircoco spécialisé, lui, dans les pièces détachées pour le génie climatique. Les deux acteurs veulent répondre à une problématique souvent rencontrée par les installateurs : « Comment trouver rapidement la bonne pièce détachée ? ». Sur ce marché parfois « complexe à adresser », Warmango et Aircoco souhaitent, bien sûr, « simplifier le quotidien des artisans en leur faisant gagner du temps et de l'argent ».

## Réparabilité et indice de durabilité

En s'appuyant sur la plateforme d'Aircoco opérationnelle depuis mars 2022, Warmango redirige ses clients vers « un interlocuteur unique » pour identifier, commander et recevoir leurs pièces de rechange en atelier ou livrées sur chantier en 24 ou 48 heures. L'artisan peut effectuer sa demande en ligne, sur WhatsApp ou par SMS. « Nous



Désormais, Warmango redirige les pros vers la plateforme d'Aircoco pour la gestion de leurs pièces détachées.

digitalisons sa demande pour plus de rapidité, nous lui trouvons ses pièces sur plus de 65 marques [contre 50 début 2022] ou bien nous proposons la réparation pour prolonger la durée de vie de l'installation en vertu de la loi Agec [loi anti-gaspillage pour une économie circulaire] », détaille Mathieu Ricard, cofondateur d'Aircoco. « Avec les évolutions réglementaires et technologiques, de plus en plus d'acteurs, tels que les chaudiéristes, arrivent sur le marché de la thermodynamique et des PAC air-eau. Le renouvellement du parc et l'activité maintenance

montent en charge tous les ans », note-t-il.

Alors que la France a déjà instauré en 2020 la loi Agec pour lutter, entre autres, contre l'obsolescence programmée des produits, la Commission européenne s'est emparée du sujet en mars dernier. Bruxelles veut définir « un nouveau droit à réparer ». Grâce à l'indice de réparabilité déployé depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021, le consommateur peut savoir si son produit est plus ou moins facile à réparer. « Différents critères sont pris en compte dans le calcul, comme le prix des pièces détachées nécessaires au bon fonc-



Désormais, Warmango redirige les pros vers la plateforme d'Aircoco pour la gestion de leurs pièces détachées.

tionnement du produit », rappelle le ministère de la Transition écologique. À l'horizon 2024, certains équipements électriques et électroniques devront afficher un indice de durabilité qui se substituera à l'indice de réparabilité. Ce futur indice inclura de nouveaux critères comme la fiabilité et la

robustesse du produit. En vue de réduire le coût de la réparation, la loi Agec crée par ailleurs des fonds Réparation financés par certaines filières REP dont, notamment, le fonds des D3E (déchets d'équipements électriques et électroniques) opérationnel depuis 2022. ● S. Vigliandi

## STRATÉGIE DIGITALE

### Nouveaux podcasts chez Warmango

Le grossiste a lancé son nouveau site web "Le Comptoir du BTP" qui se veut « dédié à l'éducation des partenaires fournisseurs au digital et aux enjeux de la distribution en ligne ». La plateforme est conçue comme un espace de réflexion sur les problématiques du marché. Les podcasts d'environ 20 minutes traitent de la transformation digitale, l'impact environnemental des produits ou encore les tendances du marché...

## IMPLANTATIONS

## Partedis : essai transformé à Toulouse et dans le Tarn

En Occitanie, c'est un double que le groupe bordelais vient de réaliser. Fin juillet, son pôle Sacha a annoncé l'arrivée de deux nouvelles agences : l'une à Toulouse (31), l'autre à Castres (81). Dans la "Ville Rose, il s'agit d'un déménagement. « Nous avions un site doté d'une agence sanitaire-chauffage et d'une agence Partedis Pièces Détachées situées au centre de gros de Toulouse [Larrieu]. Cette zone est difficile d'accès et le bâtiment vieillissant n'était plus adapté à nos activités », confie Philippe Dubarry, le directeur marketing et communication du groupe. Et de poursuivre : « Les deux activités de cette agence ont été transférées dans un nouveau bâtiment réhabilité à proximité de

l'axe autoroutier, avec un accès simple et plus rapide pour nos clients et plus visible pour les prospects ». En outre, cette nouvelle implantation a permis de créer une salle d'exposition carrelage et bains d'environ 300 m<sup>2</sup>.

### Hyperspecialisation

Elle vient compléter les deux showrooms qu'exploite déjà Partedis dans l'agglomération : l'un à La Cépière, à l'ouest de Toulouse ; l'autre à L'Union, au nord-est de la ville. À Castres, il s'agit d'une création. Ce second point de vente tarnais propose une offre en climatisation-ventilation, ainsi qu'une activité dédiée aux pièces détachées pour le chauffage et le froid. « Cette nouvelle



© Partedis/Facebook

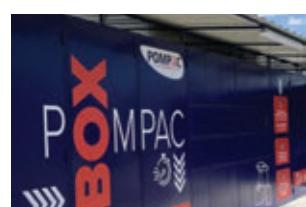
agence s'inscrit dans le développement en cours de l'hyperspecialisation clim-ventil sur les implantations sud du périmètre de Partedis », précise Philippe Dubarry. À l'été 2021, Frédéric Colly, le président de Partedis, confiait d'ailleurs que « pour notre activité sanitaire-chauffage, le maillage atlantique est déjà complet. Nous souhaitons dorénavant nous déployer en Île-de-France ainsi qu'en région PACA », un territoire où le distributeur dispose pour l'instant de deux agences dans les Alpes-Maritimes. ● S. V.

## CLICK &amp; COLLECT

## Espace Aubade pose sa Pompac Box à Strasbourg

À l'issue d'un test concluant mené à Brumath (67) depuis l'automne 2022, Pompac Développement, filiale de l'allemand GC Gruppe, a installé en juillet son dispositif à Strasbourg. Comme les casiers de retrait proposés par d'autres acteurs du négoce, la Pompac Box permet de retirer 24 h/24 et 7 j/7 les commandes passées auprès de l'agence strasbourgeoise. Elle est toutefois « deux fois plus grande et stocke deux fois plus d'articles » que son aînée de Brumath. La marchandise est disponible sous 90 minutes maxi. Le pro reçoit un code par SMS pour le retrait de ses produits. En outre, le distributeur qui dispose de

6 agences en Alsace, dont 5 avec un showroom, a noué fin 2022 un partenariat avec la marque partagée Alsace. Buts affichés : « Mettre en avant la proximité avec nos clients, l'amour de l'Alsace et un service professionnel », selon Pompac. Lancée en 2012, la marque au "bretzel rouge" fédère à ce jour plus de 10 000 entreprises de la région. ● S. V.



Ici, la Pompac Box implantée courant juillet dans l'agence de Strasbourg.

# Vite !

## CONCEPT

**Plomberie et EnR : Yesss dit oui**



N° 3 du secteur, Yesss Électrique (plus de 330 sites en France) intensifie sa diversification engagée en 2021 avec un plan de vente chauffage, EnR, sanitaire et plomberie. Le concept hybride cible les électriciens faisant un peu de travaux de chauffage ou sanitaire avec une offre courte (1 500 références). Quelques agences dont celle de Bourgoin-Jallieu (38) disposent d'un double comptoir électricité et plomberie qui communiquent avec le showroom Yesss Électrique.

## SPONSORING

**Tour de France Rexel**



Depuis cet été, le distributeur est le sponsor « énergétique » de la mythique course cycliste. Et ce jusqu'en 2025. En devenant l'un des 13 partenaires officiels, il prend ainsi le relais d'Enedis, qui était jusqu'à l'an dernier « le partenaire électrification » de la Grande boucle. But : accélérer la baisse de l'empreinte CO<sub>2</sub> du Tour et accompagner les territoires dans leur transition énergétique.

## PHOTOVOLTAÏQUE

**Femat s'y met**

Spécialisé depuis 2011 dans les matériaux biosourcés, le négoce lyonnais se lance lui aussi sur le marché de l'autoconsommation. Mi-juillet, il a officiellement créé la filiale Femat Solar pour proposer une offre à 360° et renforcer ainsi ses compétences globales dans les projets de bâtiments performants. S'appuyant sur 4 sites, Femat prévoit 15 agences à moyen terme en France.

## ASSISTANT DE SIMULATION THERMIQUE

# Chez Wendel Distribution, Calixta passe en mode express

**S**ix mois après le lancement officiel de Calixta, l'adhérent aquitain d'Algorel a mis en service courant juillet une nouvelle formule de simulation pour accompagner les professionnels du génie climatique dans « la réalisation express de leur chiffrage sans avoir à réaliser une étude complète ». Le groupe familial basé à Marmande (Lot-et-Garonne) met en exergue une simulation express dotée d'une interface « plus simple et rapide » à utiliser pour « répondre à une demande de chantier

en établissant facilement un chiffrage sans avoir à faire une étude thermique complète ». L'outil se veut « intuitif ».

## Chiffrage instantané

Après avoir renseigné les informations relatives à l'habitation (données géographiques, année de construction, mitoyenneté et forme de la maison, nombre d'étages, surface, système de chauffage et d'eau chaude sanitaire existants, type d'émetteurs, etc.) et la température de confort souhaitée, le

calcul des déperditions thermiques actuelles s'affiche.

Étape 2 : la sélection du type de système de chauffage à installer (PAC, chaudière hybride ou biomasse). Étape 3 : Calixta fait ensuite la synthèse de l'existant et suggère des émetteurs de même type et de différentes marques correspondant aux besoins du projet. Dernière étape : le chiffrage « instantané » du système complet le mieux adapté : émetteur, accessoires, fumisterie, plomberie, etc. Bien que non recevable en cas de contrôle RGE, la nouvelle formule Access entend néanmoins aider « toutes les petites entreprises du génie climatique qui n'ont pas le temps de faire une étude thermique précise et complète au moment des appels d'offres mais qui, néanmoins, souhaitent proposer à leurs clients la meilleure solution thermique adap-



Mi-septembre à Agen (47), le distributeur présentera l'évolution de Calixta lors de son Salon Technique.

tée à leur projet », argumente le distributeur. Une fois le contrat signé, l'utilisateur souhaitant disposer d'une étude thermique complète doit souscrire un abonnement Premium ou Entreprise. Même process pour la création de devis et de factures : il doit souscrire, en plus, à l'option « Gestion d'activité ». La solution Calixta a été présentée début juillet 2023 lors des « Rencontres Algorel » à Lyon aux adhérents et fournisseurs du groupement. ● S. Vigliandi

## CÔTÉ CLIENTS

### Premiers retours

« De décembre 2022 à fin juin 2023, 121 professionnels – des installateurs chauffagistes, mais aussi des fournisseurs d'équipements thermiques et des distributeurs – ont créé un compte et réalisé au total 216 études », selon le service marketing de Calixta. La version Calixta Access permet jusqu'à 100 simulations par an.



## LOGISTIQUE

# Un 2<sup>e</sup> « porte-avions » Rexel dans le Sud-Est

**C**hez le coleader du secteur aussi, la modernisation logistique se poursuit. Et monte encore d'un cran. Fin 2022, son centre régional logistique (CLR) d'Auvergne-Rhône-Alpes ouvrait à la suite d'un transfert de Saint-Vulbas à Miribel, dans l'Ain. En décembre, lors de l'inauguration du site d'environ 36 000 m<sup>2</sup> couverts, Thomas Moreau (président de Rexel France) évoquait « un porte-avions » logistique. Cette fois-ci, c'est au tour du CLR Sud-Est d'être sur la rampe de lancement. Tout comme le hub de Miribel, la nouvelle plateforme est le fruit d'un déménagement de Miramas à Saint-Martin-de-Crau, dans les Bouches-du-Rhône. Ce

bâtiment high-tech de 31 000 m<sup>2</sup> servira les clients de la zone Méditerranée. Engagé depuis plus de trois ans dans le redimensionnement progressif et l'optimisation de son patrimoine logistique (plus de 240 000 m<sup>2</sup> couverts), le distributeur s'appuie aujourd'hui sur sept autres CLR en France en plus de ceux de Miribel-Les Échets (01) et Saint-Martin-de-Crau. À savoir : Cestas (33), Champigneulles (54), Dourges (62), Meung-sur-Loire (45), Roissy-en-Brie (77), Saint-Herblain (44) et Tournefeuille (31). Bon an, mal an, Rexel France investit de l'ordre de 4 M€ par an dans son outil logistique, notamment pour déployer le lean management. ● S. V.

© Rexel France LinkedIn



Aperçu du nouveau CLR de Rexel France à Saint-Martin-de-Crau (13).

## CLICK & COLLECT

# DBS Drive accostera à Marseille



La façade du comptoir de Saint-Ouen (93) aux portes de Paris.

**L**ancé en 2014, le concept de drive robotisé qu'a conçu et développé le véadiste chambérien CGR (Comptoir Général de Robinetterie) implante son 10<sup>e</sup> site français dans la cité phocéenne. Il reprend un schéma déjà éprouvé : le point de retrait adossé à la zone d'accueil et d'exposition, la disponibilité immédiate de 8 500 références dont 6 000 traitées par transstockeur, la préparation des colis en 12 minutes, le retrait pos-

sible 24 h/24, ainsi qu'une plage horaire non-stop de 7 h 00 à 19 h 00. L'artisan peut passer commande directement en agence, par téléphone, fax et sur le site de l'enseigne. La date d'ouverture du nouveau comptoir phocéen n'a pas été encore communiquée. À ce jour, DBS (pour Drive Bâtiment Services) est implantée à Bordeaux, Crétel (94), Lille, Lyon, Nantes, Nanterre (92), Reims, Saint-Ouen (93) et Valence. ● S. V.



## GOUVERNANCE

## Un nouveau président du directoire pour Martin Belayoud



Passé chez Saint-Gobain, Sonepar ou encore Engie, Franck Bruel préside le directoire du groupe depuis le 11 juillet.

**A**vec la nomination de Franck Bruel à la tête du directoire du groupe indépendant (Téreva, Mabéo, GrandBains...), Patrick Martin, le nouveau président du Medef, confie les clés de l'entreprise à un expert du négoce Bâtiment et du marché de l'énergie. S'il se dégage de ses fonctions opérationnelles, le dirigeant et actionnaire majoritaire de l'ETI (plus de 1 Md€ de CA en 2022, près de 3 000 salariés) en devient président du conseil de surveillance. Le groupe indépendant indique avoir fait le choix d'« un manager de talent expérimenté pour poursuivre le développement de l'entreprise ». Il reportera auprès de Patrick Martin qui va superviser la stratégie de Martin Belayoud Expansion. Franck Bruel, diplômé d'HEC Paris et trilingue, a effectué une grande partie de sa carrière dans la filière du Bâtiment.

D'abord, de 2000 à 2010, au sein de la filiale Distribution du groupe Saint-Gobain, où il a piloté la ré-

gion Île-de-France chez Point.P avant de devenir directeur général de l'enseigne sanitaire-chauffage-plomberie Dahl présente en Scandinavie et en Pologne, et enfin directeur général de Point.P. Après six ans passés ensuite dans le groupe familial Sonepar en tant que Dg des opérations, puis Dg, Franck Bruel a travaillé chez Suez et Engie entre 2018 et mai 2022.

**Proximité humaine**

Avant d'arriver chez Martin Belayoud, cet ancien rugbyman était depuis plus de deux ans conseil pour le cabinet Boston Consulting. « Le parcours professionnel remarquable de Franck Bruel explique à lui seul mon choix », précise le nouveau patron du Medef. C'est aussi la proximité humaine que j'entretiens avec lui depuis bien longtemps qui m'amène à lui confier la présidence de notre directoire en toute sérénité pour mener à bien notre ambitieux projet de développement responsable ». ●

S. V.

**Vite !**

### EN ÎLE-DE-FRANCE Un 68<sup>e</sup> Cédéo

Depuis quelques semaines, l'enseigne dispose d'une agence au nouveau concept à Bailly-Romainvilliers (77), dans l'Est parisien. Le site de 710 m<sup>2</sup> au total exploite un LS de 500 m<sup>2</sup> et 210 m<sup>2</sup> de dépôt. Il propose plus de 30 000 références en disponibilité immédiate et en J+1. L'agence est animée par quatre collaborateurs, dont une commerciale itinérante.

### HORLOGE ASTRONOMIQUE ANNUELLE BLUETOOTH

### GÉREZ VOS APPLICATIONS

### AU RYTHME DES SAISONS

Finder enrichit sa vaste gamme d'interrupteurs horaires avec sa **nouvelle horloge astronomique annuelle Bluetooth type 12.B2**.

**Facilitez la gestion** des éclairages, des systèmes d'irrigation et bien plus encore, sur des périodes ou des jours spécifiques de l'année :

Programmation annuelle

Synchronisation de l'heure Plug'n'play garantie par une antenne GPS sans fil

Programmation NFC et Bluetooth depuis un smartphone

**Installation simple, paramétrage facile, usage intuitif...**

Une solution extensible, jusqu'à 8 entrées et 6 sorties !

PARTENAIRE DE LA  
FILIÈRE ÉLECTRIQUE  
FRANÇAISE DEPUIS 1986

**finder**  
SWITCH TO THE FUTURE

FINDER France - 73300 St-Jean-de-Maurienne

findernet.com

## RACHAT

# Le belge Vandeputte Safety rejoint le groupe RG

Le lyonnais RG poursuit son internationalisation. Présent entre autres en Belgique depuis 1999 après avoir repris l'indépendant Lisap (une agence près de Bruxelles), le groupe RG (RG Safety, EPI Center, Lems...) se renforce considérablement sur ce marché. Fin juin, il est entré « en négociation exclusive pour l'acquisition du groupe Vandeputte ». Cette entreprise flamande fondée en 1947 exploite trois enseignes : Vandeputte Safety, Prosaflco et S4M (Solutions 4 Materials). Elle a réalisé près de 145 M€ de CA en 2022. Grâce à ce 13<sup>e</sup> rachat depuis 2019, le repreneur revendique désormais « le demi-milliard d'euros » d'activité – très exactement 479 M€ en 2022. Selon son P-dg Pierre Manchini, ce rachat « confirme notre ambition stratégique de devenir le spécialiste incontournable des EPI en Europe ». Pour sa part, Dirk Vandeputte qui pré-

sied la société éponyme, note que ce projet a « longuement mûri notre réflexion quant à l'avenir du groupe familial dans un environnement où l'on observe une concentration accélérée des acteurs ces dernières années ».

## Réinvestissement significatif

Contrôlé depuis fin 2021 en majorité par Ardian Expansion et Latour Capital, le groupe RG a fait appel, entre autres, à ses actionnaires qui procèdent à une nouvelle augmentation de capital pour financer l'opération. De leur côté, la famille Vandeputte qui détenait entre 85 % et 90 % du groupe, et le management à qui revenait le solde, intègrent le capital de la nouvelle maison mère en réinvestissant une partie de leurs liquidités. « Convaincu de la pertinence de cette opération, notre actionnariat familial et moi-même réinvestissons significativement au

## CHIFFRES CLÉS

- 334 M€ HT de CA 2022 (180 M€ en 2017), dont environ 20 % réalisés à l'étranger
- 1 000 collaborateurs (en France et dans les filiales européennes)
- 49 agences en Europe dont 34 en France (11 centres techniques de maintenance des EPI de cat. 3)
- Présence dans 8 autres pays : Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Irlande, Slovaquie, Suisse et Tunisie

capital du groupe nouvellement formé », précise Dirk Vandeputte. Vaisseau-amiral de l'entreprise, Vandeputte Safety opère aussi au Luxembourg, aux Pays-Bas et en France avec un bureau basé à Rungis (Val-de-Marne). Dans son rapport de durabilité 2022, la société flamande certifiée Écovadis Argent en 2021 rappelle que depuis sept ans, « la durabilité – dans tous les sens du terme – a été explicitement intégrée dans notre stratégie d'entreprise ». Elle y dé-



Pierre Manchini, P-dg du groupe RG (à gauche), et Dirk Vandeputte (président du conseil d'administration et directeur général de Vandeputte Safety Experts).

taille aussi sa feuille de route à l'horizon 2025. En termes d'achats responsables par exemple, elle vise « à ce que, d'ici à 2025, 70 % du chiffre d'affaires

total soit constitué par des produits durables sur la base des matières premières utilisées et de l'application [du cycle] de fin de vie ». ● S. Vigliandi

## Vandeputte Safety en bref

La principale enseigne du groupe a affiché 102,7 M€ HT de ventes en 2022 (98,2 M€ en 2021). Employant 256 salariés, elle s'appuie sur 5 sites : Anvers, Charleroi et 1 hub logistique en Belgique ; Bréda (Pays-Bas) ; 2 en France, à Rungis (94) et dans le Nord.

# Vite !

## GOUVERNANCE

### La Fondation Legallais change de tête



Alors que cette fondation d'entreprise soufflera ses 13 bougies cet automne, c'est l'une de ses chevilles ouvrières qui s'en va : Brigitte Delord. L'ancienne directrice de la RSE de Legallais y a assuré la fonction de présidente durant cinq ans. Gérard Anfroy lui succède. Retraité depuis 2018, le nouveau n°1 de la fondation a collaboré 31 ans chez Legallais. Tous les ans, la Fondation Legallais aide 30 à 40 associations issues de l'économie sociale et solidaire.

## ÉCONOMIE CIRCULAIRE

### Kloeckner Metals publie son livre blanc sur l'avenir des aciers "verts"



D'ici à dix ans, 15 à 20 millions de tonnes d'acier à émission réduite en CO<sub>2</sub> pourraient manquer face à la forte demande en aciers "verts".

90 000 t de CO<sub>2</sub> par an ». En 2022, sa flotte automobile, par exemple, a été réformée en se dotant de véhicules hybrides.

## Transformation massive

D'ici à 2030, le distributeur s'est en outre engagé à « réduire de moitié ses émissions sur le scope 2 ». Reste qu'en Europe, la période

mais convertibles à l'hydrogène. C'est dans cet esprit que le distributeur a publié un livre blanc sur le sujet. Réalisé en tandem avec le cabinet Boston Consulting Group, cet opus prospectif met en garde sur un possible déficit d'acier à faible impact CO<sub>2</sub> d'ici à dix ans. Dans un tweet daté du 17 août dernier, il fournit ainsi quatre slides principaux où sont mis en exergue les émissions de gaz à effet de serre amont de la filière eu égard aux scopes 1, 2 et 3. Son livre blanc synthétise, par ailleurs, la manière dont l'offre des acieristes pourrait s'adapter aux clients utilisateurs européens entre 2025 et 2030-2035. Avec ce constat : pour l'instant, « aucune annonce spécifique n'a été faite pour 2035 par les producteurs ».... ● S. V.

## STATUT JURIDIQUE

## Éqip passe en SAS pour gagner en souplesse

Est-ce un changement de dimension ? « Absolument pas ! Cette évolution statutaire de notre GIE [né de la fusion, fin 2016, des groupements Fédis, créé en 1964, et Seba, fondé en 1997] pour devenir une SAS avait été proposée par le conseil d'administration. Il s'agit d'un ajustement technique en vue d'apporter une souplesse contractuelle et de fonctionnement auprès de nos 17 membres. Sur un marché du Quofi qui a évolué ces dernières années, la structure de GIE devenait sans doute plus contraintante », confie Anne-Marie Bihel, secrétaire générale d'Éqip. Autre argument : « Ce statut de SAS présente aussi l'avantage de faire bénéficier l'entreprise d'une structure évolutive facilitant les partenariats. Nous pouvons ainsi renforcer notre crédibilité vis-à-vis de nos partenaires (fournisseurs, banquiers, clients) », souligne-t-elle. Il s'agit aussi de « continuer de nous élargir en termes de compétences marchés et métiers ».

À Bordeaux, lors du salon Formatech 2022, Rik Lecot, pré-

sident d'Éqip, avait d'ailleurs annoncé que la centrale allait encore développer l'offre en fournitures industrielles (FI) « en intégrant des marques incontournables ». De nouveaux fournisseurs qui, a priori, intégreront le plan de référencement dès janvier 2024.

### Éqip reste une centrale de référence

« Nous nous ouvrons aussi la possibilité de proposer progressivement plus de services à nos membres, comme à nos partenaires. En revanche, il n'est pas question pour le moment de passer d'un groupement de niveau 2 (centrale de référence et de services) à un groupement de niveau 3 (centrale d'achat) », note Anne-Marie Bihel. Le groupement d'indépendants veut aussi réactiver le développement de son maillage territorial. Des dossiers d'adhésion sont en cours d'examen et pourraient faire l'objet d'annonce lors du 8<sup>e</sup> salon Formatech qui se tiendra à Lyon les 6 et 7 septembre. ● S. V.



## Vite !

### SPONSORING

#### Delzongle resigne avec le ballon ovale



Bien qu'en-trecoupée en septembre et octobre par la Coupe du monde, la saison 2023-2024 du Top 14 comptera dans ses rangs l'occitan Delzongle Aquitaine (10 agences). Cet adhérent d'UGD a en effet annoncé « renforcer notre partenariat avec l'Aviron Bayonnais Rugby Pro pour accompagner le club dans son développement et ses ambitions ». Le 18 août, le club a parfaitement ouvert sa saison en remportant haut la main face au Stade Toulousain (26-7). De bon augure aussi pour l'enseigne !

### FORMATION

#### Seigneurie avec les Worldskills



Enseigne phare de PPG, Le Comptoir Seigneurie Gauthier a récemment officialisé le renouvellement de son partenariat historique avec Worldskills France jusqu'en 2024. Depuis 12 ans, le réseau intégré collabore et promeut l'excellence dans la filière de la peinture et de la décoration via ce tandem avec l'ex-Olympiades des métiers. « C'est notre responsabilité de stimuler le développement de notre filière, que ces jeunes apprennent un métier, qu'ils réussissent et puissent devenir des entrepreneurs », déclare Pascal Tisseyre, président de PPG AC France.

### AGENDA

#### FND : les 3<sup>es</sup> "Rencontres" auront lieu fin septembre



### TRANSMISSION D'ENTREPRISES

## Espace Revêtements dans un esprit de « renouveau »



**V**ingt transmissions d'entreprises familiales sont en cours ! C'est ce que l'annonce aujourd'hui le réseau coopératif (130 showrooms, environ 280 M€ de CA) qui entend bien continuer à se développer. Basé dans le Rhône, le groupement d'indépendants spécialisés dans l'univers de la peinture et la finition déploie de nouveaux outils et services pour inciter la nouvelle génération à prendre la relève dans les sociétés familiales

adhérentes. « Depuis quelques années, nous assistons à l'arrivée d'une nouvelle génération à la tête des points de vente. Cette tendance se confirme avec, à ce jour, vingt transmissions familiales de magasins qui viennent illustrer le dynamisme de l'enseigne et sa capacité à développer de nouveaux outils pour accompagner et fidéliser ses points de vente », souligne la direction d'Espace Revêtements. Parmi les nouveaux outils mis en œuvre depuis quatre ou cinq ans,

le déploiement du concept Murs lancé courant 2021, et bientôt son pendant pour les revêtements de sol, est considéré comme « une étape importante pour standardiser et harmoniser l'offre produits et le merchandising ».

### Géolocalisation et influenceurs

Profil type du repreneur familial : entre 25 et 30 ans. Sa motivation : « Être accompagné, bénéfier de bonnes conditions d'achat à des prix compétitifs et observer une simplification des relations avec les fournisseurs », souligne la coopérative – à l'image, entre autres, de Pierre Campredon qui prendra la suite de son père Thierry courant 2024 à la tête de l'entreprise éponyme installée dans l'Aude et membre du groupement depuis bientôt vingt ans. « Nous avons à cœur de continuer le développement du réseau pour

coller au plus proche des nouvelles envies et des nouveaux besoins des adhérents et des clients », fait écho Céline Roques, la directrice opérationnelle d'Espace Revêtements. Dans la même veine, la coopérative a plusieurs projets en cours. L'accent est mis, entre autres, sur le digital pour attirer de nouveaux clients. L'e-boutique "Amonstyle.fr" a été mis en service pour mieux cibler les particuliers. Le réseau travaille sur la réalisation d'un site internet d'enseigne où l'internaute sera directement mis en relation avec son point de vente en local « pour une meilleure lisibilité des clients ». Enfin, Espace Revêtements indique qu'il vient de se lancer dans une démarche d'influence pour booster le trafic en magasin. « Une stratégie qui rencontre du succès auprès de la nouvelle génération d'adhérents », constate la direction. ● S. Vigliandi

### LOGISTIQUE

## Udirev muscle ses capacités de stockage sur palette

**P**our le groupement et ses dix membres associés, c'est "le" gros chantier de ces deux dernières années. En mars 2023, l'adhérent francilien Soldis qui stocke pour Udirev a acquis une plateforme logistique. Implanté à Tremblay-en-France (93), à 5 kilomètres du siège social de Soldis basé, lui, à Aulnay-sous-Bois (93), le nouvel

entrepôt est opérationnel depuis avril. « Jusqu'à présent, nous disposons de quatre dépôts de stockage dont les coûts d'exploitation et l'investissement pour une mise aux normes ICPE [installation classée pour la protection de l'environnement, ndlr] étaient élevés », confie Éric Chevallier, le président d'Udirev.

Désormais, le schéma logistique est simplifié. Le site d'Aulnay stocke l'offre en rouleaux, tandis que la plateforme de Tremblay prend en charge les stocks sur palettes pour l'ensemble de l'offre Udirev. « De 10 000 palettes à ce jour, la capacité de cette dernière devrait monter à terme à 16 000 », prévoit le dirigeant. Au total, le dispositif logistique du



Grâce à son récent redimensionnement logistique, Udirev compte augmenter de 30 % ses capacités de stockage.

réseau passe de 18 000 m<sup>2</sup> d'entrepôt couvert à 22 500 m<sup>2</sup>. Selon les chiffres fournis par le groupement, la valeur de stock est de l'ordre de 15 M€. À savoir 10 M€ au titre de Soldis et 5 M€ pour Udirev. ● S. V.

tiendra le jeudi 21 septembre dans un lieu parisien emblématique, La Serre, porte de Versailles. Spécialiste de l'univers de la maison, l'animateur TV Stéphane Thébaut qui accompagne l'événement depuis 2019, sera une fois encore de la partie pour une édition « renouve-

lée, créative, stimulante et interactive », annonce la FND. Environ 250 invités sont prévus : distributeurs, fournisseurs, membres du Club Partenaires et institutionnels. Lors de 2<sup>e</sup> biennale, la profession avait notamment découvert l'aboutissement du projet Déco

Data, un nouveau baromètre mesurant finement l'activité en peint et non-peint. Pour l'instant trimestriel, ce nouvel indicateur conjoncturel fournit et détaille tous les chiffres du marché par sous-familles de produits et par zones géographiques. ● S. V.



# LA NEWSLETTER BATI **TODAY**

## LA CRÈME DE L'INFO

à l'heure du petit-déjeuner



### • C'est Quoi ?

Les 20 infos incontournables pour tout savoir sur l'actualité du bâtiment.

### • C'est Quand ?

Tous les matins à 6H15 pour être les premiers à être informés.

### • C'est Pour Qui ?

Tous les Pros du bâtiment : Artisans, Négociants et Industriels.

### UNE VISIBILITÉ EXCEPTIONNELLE !

100% de la newsletter et du site personnalisés à vos couleurs pendant 2 semaines !

**Vous souhaitez être annonceur ?**

**Nathalie Richard-Mathieu**  
Directrice Commerciale  
Tél. : 06 69 65 93 83  
n.richard-mathieu@zepros.fr

**Virginie Lindo-Martinez**  
Directrice de Publicité  
Tél. : 06 60 77 49 71  
v.lindo-martinez@zepros.fr

# BATI **TODAY** By zepros

LE BÂTIMENT À LA SOURCE



## Dynamique commerciale, stratégie digitale, RSE Zoom sur les nominés du Négoce

Les deux jurys de la 3<sup>e</sup> édition des Ze Awards du Bâtiment\* étaient réunis le 21 juillet dernier dans les locaux de Zepros : un jury consacré aux candidatures des distributeurs (en photo ci-contre), et un jury dédié à l'examen des initiatives présentées par les artisans-PME. Une matinée conviviale, riche en échanges et discussions pour départager les lauréats parmi une sélection de dossiers particulièrement denses et innovants. Avant la grande soirée du palmarès qui se tiendra le 21 septembre à Paris, voici la synthèse de chacun des projets en lice pour les prix de la catégorie Négoce. Et vous, quel serait votre palmarès ?

\*En partenariat avec Hellio, Presto, Ursu et Valobat.



### LES MEMBRES DU JURY

- **JULIEN BEDELER**, secrétaire général UMGO (Maçons de la FFB)
- **JEAN-YVES LABAT**, Capeb (référent RSE)
- **PHILIPPE NANTERMOZ**, Symbiose Consulting
- **ARA SHAHNAZARIAN**, S.H. Conseil
- **JEAN-FRANÇOIS TREIL**, Jour de Marché
- **RAMI JABBOUR**, Valobat
- **MARIE-LAURE BARRIERA**, directrice de la rédaction du pôle Bati Zepros.

## LES NOMINÉS CATÉGORIE DYNAMIQUE COMMERCIALE

### • AUX DOCKS DE CLAMART : UN PARCOURS CLIENT BIEN FLÉCHÉ



“Aux Docks de Clamart”, société familiale créée en 1947, disposait depuis les années 2000 d'une salle d'exposition Salle de bains indépendante située en face du point de vente dédié au négoce de matériaux. À l'occasion d'un programme immobilier, cette salle a fait l'objet d'un déménagement pour s'installer en commerce “pied d'immeuble” d'une construction neuve. Construit autour d'un parcours client réinventé, s'appuyant sur 4 tendances en phase avec les attentes des consommateurs, ce nouveau concept s'appuie sur la compétence des équipes commerciales de conseillers de vente, et sur une mise en ambiance à la fois sobre et élégante pour mettre en valeur des produits répondant à chaque segment de marché du cœur de gamme au haut de gamme. Le nouveau concept spécialisé développé par Gedex “Gedimat ConceptStore Sols & bains” répondait à ce cahier des charges et a donc été adopté. Le site de Clamart bénéficiant par ailleurs de la complémentarité d'un libre-service, d'une zone de stockage et de la flotte logistique du négoce situé à proximité.

### • FEMAT : LA PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE PORTÉE PAR FEMAT SOLUTIONS



Le négoce généraliste, positionné sur le Bâtiment durable depuis sa création, a ouvert un nouveau service : Femat Solutions. Face à l'essor des programmes de financement de la rénovation énergétique et en phase avec son expertise autour du bâtiment performant, ce service accompagne les installateurs mais aussi les bénéficiaires (propriétaires de bâtiments tertiaires ou résidentiels) dans la recherche de gisements et la valorisation de leurs certificats d'économie d'énergie. Depuis 2021, Femat Solutions est également mandataire administratif et financier MaPrimeRénov' et vient effacer l'incertitude liée aux délais de paiement de l'Anah, facilitant ainsi la massification des travaux de rénovation énergétique en France. Les équipes, basées à Dardilly (à 15 minutes de Lyon) sont organisées en deux grands pôles complémentaires : « Le pôle conformité réceptionne les dossiers de nos installateurs et bénéficiaires partenaires et fait en sorte de transformer les dossiers CEE et MaPrimeRénov' en dossiers "financables". 100 % des dossiers passent par nos équipes et 100 % des bénéficiaires MaPrimeRénov' sont contactés par ces mêmes équipes ; le pôle commercial accompagne nos installateurs partenaires en fournissant une offre de services pertinente et répond aux enjeux du professionnel (amélioration du BFR, offre combinée matériaux et financement...) ».



## • BAILLY QUAIREAU : UNE BELLE DIVERSIFICATION



Dirigé par Franck Quaireau, ce négoce, positionné à l'origine sur les métiers de la quincaillerie a réussi une belle diversification sur les menuiseries intérieures, panneaux, bois & dérivés, et sur les menuiseries extérieures. Pour déployer cette stratégie, le distributeur a actionné plusieurs leviers : des équipes dédiées par compte client, un conseil et un accompagnement technique avec une force commerciale spécialisée, des gammes larges et profondes sélectionnées avec un panel de clients et l'expertise des fournisseurs, un plan de vente complet proposant les 3 branches professionnelles pour une mutualisation de la gestion des chantiers, un concept complet de showroom sous le Label La Manuserie Espace Expert (avec son groupement Batiman), des outils d'aide à la décision digitaux, des investissements dans l'infrastructure physique et réseau (transstockeurs, ERP, système de téléphonie avancé, hub...).



## • GI.GA.GI, NOUVELLE MARKETPLACE



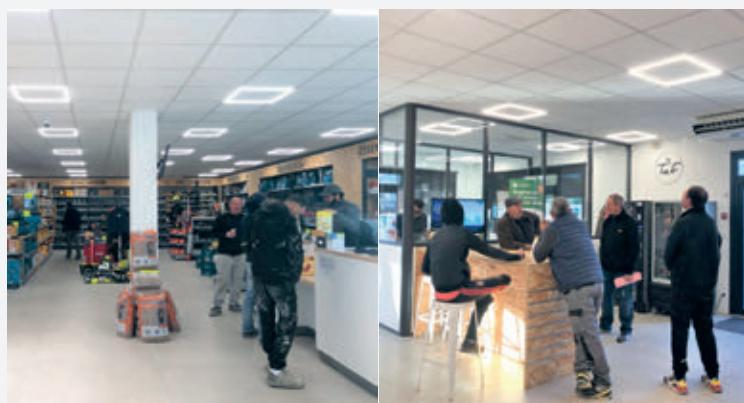
Cette marketplace spécialisée en électricité a été créée en 2022. À sa fondation, un ancien professionnel de la distribution de câbles et de matériaux électriques s'est associé à sa fille, spécialisée en marketing, pour créer une solution capable de répondre aux enjeux des professionnels. Cette plateforme permet aux installateurs (les acheteurs) de déposer une demande d'achat d'un ou plusieurs articles, automatiquement adressée aux distributeurs et fournisseurs (les vendeurs) inscrits sur la plateforme en fonction de leur périmètre de distribution et des matériaux vendus. Pour son créateur : « Nous donnons accès à l'ensemble des vendeurs aux appels d'offres qui assurent à l'acheteur le meilleur prix et/ou service. Grâce à l'expertise du marché que nous avons et l'utilisation des nouvelles technologies, nous apportons des solutions plus simples aux utilisateurs qui sécurisent les achats au meilleur prix. »

GI.GA.GI a obtenu, en 2022, la qualification d'entreprise innovante par Bpifrance. La start-up a rejoint, en novembre 2022, le réseau French Tech East.

## • UNION MATERIAUX : STRATÉGIE POINT DE VENTE

L'entreprise montpelliéraine, négoce indépendant, célèbre en 2023 ses 100 ans. Sa candidature prend racine plusieurs années en arrière dans le plan #generation100ans, présenté par son président Alexandre Vachet. Le projet est composé de huit axes de transformation, dont l'axe G Point de Vente.

Objectifs : revaloriser le potentiel commercial des agences ; reconquérir la clientèle des particuliers, donner envie de venir dans les agences ; avoir des points de vente identifiables et accueillants ; s'adapter à l'évolution des besoins des clients professionnels. Le point de vente de Puisserguier (Hérault), ouvert en septembre 2020, en a été le pilote, puis le concept a évolué au printemps 2022 lors de la rénovation globale du magasin d'Aigues-Mortes (Gard). Un nouveau format complet et une offre multispécialiste qui se veut le promoteur des marques et s'attache à valoriser plus efficacement les produits. « La synergie de gamme dans le merchandising que nous avons réalisée permet d'apporter une réponse complète aux clients ».



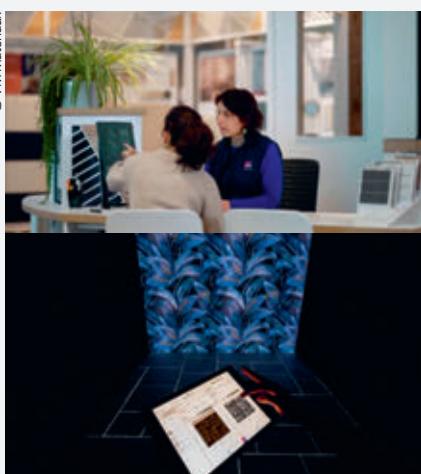
## • POINT.P : UN DISPOSITIF "OBJECTIF RGE"

Objectif RGE est un service mis en place en 2021, pour faire monter en compétence les artisans de l'enseigne et faciliter l'accès à cette précieuse certification. Objectif RGE s'ouvre ainsi à tous les clients Point.P disposant d'un compte sur pointp.fr et d'un minimum de compétences dans le domaine de la rénovation énergétique. Toujours gratuit, ce service permet à l'artisan de s'entraîner et de se préparer à l'examen RGE grâce à plusieurs QCM interactifs associés à des fiches pédagogiques depuis un smartphone ou un ordinateur, à tout moment et n'importe où. Il trouvera des fiches de révision détaillées pour chaque thématique ainsi que des centaines de sessions d'entraînement uniques, pour une épreuve toujours différente. À la fin de chaque test, il reçoit un correctif avec un accès direct aux fiches concernées. Après 7 tests consécutifs concluants – obtention d'un minimum de 80 % de bonnes réponses sur 30 –, le logiciel indique que l'artisan est prêt et qu'il peut s'inscrire à la session d'examen Objectif RGE proposée par l'Enseigne dans l'une de ses agences. La personne ainsi formée deviendra le référent technique permettant à l'entreprise de devenir RGE. « Point.P est engagé depuis longtemps sur la rénovation énergétique. Il est primordial pour nous d'accompagner nos clients sur cette voie et de les faire monter en compétence », réaffirme l'enseigne.



## • VM MATERIAUX : L'OFFENSIVE DÉCORATION

© VM Matériaux



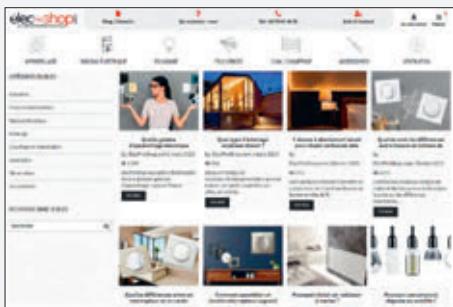
© Charles Marion



La candidature présentée par VM Matériaux porte sur le déploiement de son offensive sur la décoration, avec en particulier un nouveau concept de point de vente et showroom. « La décoration a toujours été une fibre historique de VM Matériaux », précise le négociant qui entend la replacer au cœur de sa stratégie d'investissement et de développement, à la fois pour le neuf et la rénovation. « Carrelage, faïence, stratifié, LVT, parquet et Sanitaire sont déclinés pour répondre aux clients particuliers et professionnels. Le plan d'action est bâti sur 3 piliers : proposer la déco dans l'ensemble de ses 69 agences, avec un plan d'investissement ambitieux pour les 5 prochaines années ; implanter une offre déco actuelle au plus près des attentes des clients en matière de carrelage, et qui répond à aussi aux enjeux RSE, notamment nos engagements de réduction de CO2 à 2050 ; enfin, une expérience client omnicanal, enrichie de services exclusifs en agence ou via notre site internet. Par exemple : prise de rendez-vous en ligne ; prévisualisation en 3D avec le nouveau logiciel Visoft dans les showrooms ou via l'offre Arkitelia dans les agences Le Corner ou La Salle Expo ; visualisation en taille réelle du projet avec le concept Incube ».

## LES NOMINÉS POUR LA CATÉGORIE STRATÉGIE DIGITALE

### • ELEC PROSHOP : PAS QUE DE L'E-COMMERCE



Créée en 2008, ElecProShop.com se revendique parmi les entreprises pionnières de la vente en ligne de matériel électrique. ElecProShop.com est donc une boutique 100 % digitale qui a pour clients des particuliers, des TPE/PME, des mairies. Elle conseille aussi des agenceurs, architectes et bureaux d'études. ElecProShop explique se distinguer des autres acteurs du web en apportant « de l'humain au tout » ; un vrai service à ses clients (support technique, aide au choix, à l'installation, SAV) ; une proximité de l'équipe commerciale (disponible par téléphone en moins de 4 sonneries de 7 h 30 à 17 h 30) ; une offre produit la plus large du marché en appareillage mural et des services exclusifs. Par exemple, des "bundles" prêt à l'emploi, c'est-à-dire des ensembles complets de produits qui ne nécessitent pas de connaître les références des composants, mais aussi des configuteurs multimarques interactifs, des articles comparatifs de gammes et fabricants, et enfin un service d'ultra-personnalisation de ses interrupteurs. Le distributeur détaille également dans son dossier tous les leviers au service d'« une vraie démarche environnementale ».

### • POINT.P : CAMPAGNE PACK JEUNE ARTISAN

L'axe numérique présenté dans la candidature du groupe Point.P porte sur la campagne de communication digitale autour du Pack Jeune Artisan

Depuis 2 ans, Point.P propose d'accompagner de nouveaux jeunes artisans âgés de 18 à 30 ans en leur permettant de profiter de ce pack pour faire rayonner la marque. Pour la première fois, l'entreprise prend la parole pour promouvoir médiatiquement ce pack, qui reste inédit sur le marché. La campagne comportant trois spots a été diffusée sur les réseaux sociaux du groupe (Facebook, TikTok, YouTube, Instagram et sur Google Display) du 5 au 26 janvier 2023 afin de toucher cette cible des 18 et 30 ans et accélérer le recrutement de 300 nouveaux jeunes artisans. L'enseigne a imaginé une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux sous l'angle suivant : "vous méritez toutes nos attentions", sur le concept de la conférence de presse pour montrer l'importance d'un jeune artisan, incarné par trois personnalités affirmées. Elles ont en commun d'avoir réussi dans leur voie d'entrepreneur grâce au Pack Jeune Artisan. C'est cette réussite qu'ils racontent.



### • PUM : DISPOSITIF DE FORMATION OMNICANAL

MyPUM Campus est l'école de formation phytale 100 % interne à PUM. Elle est composée de trois branches : produit, management et commerce. Elle a été créée avec sa première branche "PRO'duits & Solutions" en 2022.

« Cette branche propose à nos collaborateurs des formations sur tous les produits de notre catalogue dès leur arrivée dans l'entreprise en formation initiale, mais aussi tout au long de leur carrière en formation continue. Afin de former un maximum de collaborateurs, venant de toute la France, sur un maximum de ces domaines avec une équipe de formateurs composée de 5 personnes, il était nécessaire de trouver un dispositif hybride omnicanal.

MyPUM Campus, c'est aujourd'hui un large catalogue de formations en présentiel et/ou distanciel proposés à nos collaborateurs. Plusieurs parcours de formation, qui alternent sessions à distance, et sessions physiques de perfectionnement, sont proposés, en toute autonomie grâce à des outils digitaux mis à disposition : un outil "padlet" accessible sur tablette ou PC avec de nombreux contenus (documents, schémas, vidéos...) et également des outils d'autoévaluation (quiz, jeux de cartes...) ; une application d'autoformation "100 % Tuto" composée de tutoriels très rapides et ludiques, proposés sous forme de "capsules", inclus dans des parcours dans un esprit de "gamification" ».

### • ADEO POUR L'APPLI TODOMO (BRICOMAN / LEROY MERLIN)

« Todomo est entièrement construit avec des artisans. Nous allons à leur rencontre (magasins Adeo et hors Adeo, chantiers...), écoutons leurs besoins, leurs "pain points", et essayons d'y répondre à travers Todomo », expliquent ses concepteurs. L'objectif : proposer un outil tout en un qui fasse gagner du temps aux artisans dans les tâches satellites à leur métier.

Aujourd'hui, deux catalogues sont intégrés dans l'application (Bricoman et Leroy Merlin). L'ambition est de s'ouvrir à tous les fournisseurs, et de permettre à l'artisan de retrouver tous ses fournisseurs préférés (même le petit commerçant du coin). Un lien avec le compte de l'artisan, pour faciliter ses démarches, son envoi de factures, déclaration de TVA... est également à l'étude.



### • FRANS BONHOMME : STRATÉGIE DIGITALE À 360°

En 2018, le groupe de distribution lançait un site e-commerce 360°, puis déployait en 2020 des actions pour convertir un maximum de clients existants à son utilisation, autour de 4 avantages majeurs : gain de temps dans le passage de commande, accessibilité



24 h/24 et 7 j/7, livraison facilitée, informations produits 100 % complètes (fiches techniques, etc.). Pour accompagner ce changement, les directions régionales ont été dotées d'animateurs du digital, afin de former les équipes commerciales. En 2022, cette étape achevée, le groupe met en place une stratégie de fidélisation clients autour de 3 axes : PIM, marketing automation et fonctionnalités additionnelles sur le site (par exemple, la gestion utilisateurs). Les prochaines phases, sont déjà planifiées avec notamment la mise en place d'une solution omnicanal en combinant la plateforme e-commerce et un nouveau CRM. À date, la part de CA digital de 30 % a été atteinte, avec un panier moyen augmenté et un trafic mensuel en croissance continue.



## LES NOMINÉS CATÉGORIE RSE/TRANSFORMATION DURABLE

### • DENIS MATERIAUX : UNE DÉMARCHE GLOBALE



Denis Matériaux coche la plupart des cases dans sa transformation durable : gestion des déchets, flottes et véhicules "verts", politique active de formation et d'accueil d'apprentis, inclusion/parité, gestion de la consommation d'énergie. Sur le volet parité/inclusion, le plan d'action vise à assurer l'égalité réelle et concrète par des actions spécifiques, aussi appelées actions positives, en matière d'emploi, de formation, de promotion, de rémunération et de conditions de travail. Concernant la mobilité verte, Denis Matériaux a intégré 8 cuves d'Oleo100 au sein de ses agences et 21 camions en Oleo100 (45 % de la flotte). Résultats : 463 t de CO<sub>2</sub> équivalents évitées en 2022. Parallèlement, une première vague de 9 véhicules électriques a été déployée mi-mai et des bornes ont été installées chez les collaborateurs. Ce ne sont là que quelques exemples d'actions parmi les leviers présentés dans le dossier de candidature de l'entreprise et dans son rapport RSE 2022.

### • PUM : AVEC PURE, UN PROGRAMME COMPLET

« Parce que PUM a la conviction que les entreprises combinant croissance, durabilité et impact positif sur la société seront les leaders de demain, nous portons depuis 2020 un programme RSE complet : Pure (Pour Un Réseau Engagé) », affirme d'embellie l'enseigne dans sa candidature. Le programme permet à PUM de suivre une feuille de route claire pour entreprendre sa transformation durable, notamment sur le volet humain et la décarbonation de ses activités. Parmi les actions présentées pour mobiliser les énergies autour des enjeux environnementaux : la feuille de route décarbonation du matériel roulant, les actions pour entraîner son écosystème dans une filière responsable telle que les "rencontres partenaires" pour co-construire les solutions de demain et échanger sur les objectifs et valeurs communes. En outre, PUM a mis en place une "jauge écologique", affichée sur le catalogue et sur le site internet afin d'informer « en toute transparence nos clients pour qu'ils puissent consommer de façon plus responsable ».



### • DSC : SENSIBILISATION À LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE



« En septembre 2022, le terme de sobriété énergétique était sur toutes les lèvres. En tant que leader du marché nous nous devions de relayer et d'agir à tous les niveaux (clients, fournisseurs, partenaire et collaborateurs) dans cette démarche. », explique le négoce sanitaire-chauffage dans son dossier de candidature. C'est dans ce but que la campagne d'éco-gestes "Tous mobilisés dans la lutte pour l'énergie" a été déployée dans les agences, sièges et bases logistiques. Pour embarquer les 4 600 collaborateurs, une liste d'éco-gestes simples, tous présentés avec des éléments de preuves d'économie et d'impact RSE, a été proposée. Avec en piqure de rappel sur les lieux de travail, 7 affiches et 4 stickers transportant les collaborateurs dans un univers fantastique, avec des messages décalés mais soutenus par des preuves chiffrées. Enfin, après une phase d'information, l'enseigne a animé un concours interne pendant un mois et partagé les photos des engagements.

### • QÉRYS : UNE POLITIQUE D'AMÉLIORATION CONTINUE

« Qérys est un organisme vivant, produisant de la valeur sociale, environnementale et économique. En sensibilisant nos collaborateurs à la responsabilité sociétale de l'entreprise, nous avons eu à cœur d'évaluer la situation actuelle, d'envisager des axes d'amélioration et d'accompagner la transformation de notre groupe », annonce en préambule le distributeur spécialisé Quof. Cinq engagements majeurs sont mis en avant : la politique sociale, qui veille à l'épanouissement des collaborateurs en favorisant leur développement, leur montée en compétences et leur agilité dans un secteur d'activité en constante évolution ; la réalisation de bâtiments responsables, comprenant le tri des déchets, le partenariat avec des prestataires éco-responsables, l'optimisation de la consommation d'énergie, l'optimisation de la flotte automobile... ; une politique achats responsables dotée d'un outil spécifique pour permettre de noter l'ensemble des fournisseurs sur les aspects environnementaux, sociaux, éthiques et supply chain ; et enfin, une politique de mécénat qui soutient 5 organismes pour une énergie propre, la santé, l'égalité des chances, l'apprentissage et l'économie circulaire.



### • REXEL : ZOOM SUR LE CARBON TRACKER

Relex dit avoir entamé son chemin RSE il y a près de 20 ans et construit une performance environnementale, sociale et éthique reconnue : DJSI (1<sup>er</sup> en Europe, 1<sup>er</sup> mondial de son secteur), Vigeo Eurozone 120, Médaille Gold EcoVadis, CDP Climate Change A-, etc. Le dossier se concentre sur ses actions d'innovation environnementale pour la transformation de la filière du matériel électrique, et plus largement, donc, des secteurs Bâtiments et Industrie.

La plus grande partie des émissions de Relex provient de son scope 3, et notamment de la fabrication et l'utilisation des produits vendus (plus de 95 % de l'empreinte carbone). Orienter les clients vers les produits à faible impact est donc une priorité pour l'entreprise, qui a développé plusieurs méthodes innovantes pour mesurer les impacts environnementaux des produits tout au long de leur cycle de vie, en exploitant les Product Environmental Profiles, ou PEP (informations environnementales disponibles pour un nombre croissant de produits électriques et génie climatique). Ces derniers mois, Relex a franchi un cap en lançant le Carbon Tracker, véritable service d'aide à la décision basé sur une analyse détaillée de l'empreinte carbone des produits achetés. Les algorithmes du Carbon Tracker, dont la méthode de calcul a été validée Bureau Veritas, permettent à Relex de construire de nombreux outils à destination de ses clients. Son EcoScore, dont les résultats s'appuient sur les résultats du Carbon Tracker complétés par une méthodologie solide, offre la possibilité de comparer les produits d'une même catégorie.



## DÉCARBONATION DE L'USINE D'AUNEUIL

# Siniat réduit drastiquement ses consommations d'énergie

C'est un programme de grande ampleur dont l'usine Siniat d'Auneuil (Oise) est pilote en Europe : Éco-energy. Éco pour écologie, Ener comme énergie et Gy pour gypse. Avec un objectif ambitieux de réduire drastiquement les consommations d'énergie et les émissions de CO<sub>2</sub>. Pourtant, la fabrication d'une plaque de plâtre n'est pas excessivement énergivore car il n'y a pas de cuisson, juste du séchage. Mais ce dispositif ne s'arrête pas à ces deux facteurs déjà primordiaux. « Les engagements forts que nous avons pris doivent être considérés étape par étape, explique Valérie Lebon, directrice générale d'Etex France Building Performance (dont fait partie Si-

niat). Cette démarche prend du temps et demande de lourds investissements, de l'ordre de 30 M€ sur 3 ans. Démarré il y a une dizaine d'années, le chantier du recyclage du plâtre monte en puissance et contribue à l'accélération de l'écoconception de nos produits en limitant au strict nécessaire l'extraction de matières premières vierges, source d'émissions de CO<sub>2</sub> supplémentaires, tout en préservant les ressources. »

## Un nouveau séchoir high-tech

Mis en service début 2023, le séchoir de nouvelle génération réduit de 20 %, soit 80 MWh, la consommation de gaz de l'usine, tandis qu'il augmente la



La matière recyclée utilisée aujourd'hui à Auneuil représente 15 % du total et provient essentiellement des déchets des chantiers et des rejets de production. Siniat veut aller plus loin et intégrer prochainement jusqu'à 30 % de gypse recyclé dans la fabrication de ses plaques.

vitesse de séchage, et donc la productivité de 10 % pour produire davantage (jusqu'à

50 millions de m<sup>2</sup> de plaques de plâtre par an) en consommant moins d'énergie.

Le changement de cet équipement a nécessité un investissement de 15 M€ (soutenu à hau-

teur de 4,6 M€ par l'État via le plan France Relance). Au total, ce sont 5 900 tonnes de CO<sub>2</sub> évitées chaque année, soit 20 % des émissions actuelles du site. À l'horizon 2026, la mise en place de ce séchoir sera prolongée par l'installation, via un partenariat, d'une nouvelle chaudière à énergie thermique (gaz et vapeur d'eau) à proximité de l'usine d'Auneuil. Ce combustible proviendra des filières locales de valorisation des déchets ou des matières biosourcées renouvelables provenant elles aussi de la région. Ce projet est en attente de validation de la subvention de l'Ademe. L'utilisation de cette énergie alternative et renouvelable permettra à Siniat de réduire de 60 % les émissions de CO<sub>2</sub> et diminuera, au total, de 80 % la consommation de gaz du séchoir. ● M. Wast

## DIVERSIFICATION

## Frénéhard se plie en 4 pour ses clients

Pour Aurélie Boisset, directrice de Frénéhard, « les évolutions des systèmes constructifs vers les toitures plates, végétalisées, et le développement du photovoltaïque en toiture vont, à terme, avoir des répercussions sur notre chiffre d'affaires. Il est donc de notre mission d'anticiper, de nous tourner vers l'avenir et trouver des axes de diversification qui adressent notre clientèle habituelle et découvrir aussi de nouveaux horizons ».

L'esprit de la "maison" n'est surtout pas de se reposer sur ses lauriers. Car un chiffre demeure à l'esprit de la dirigeante depuis le rachat du Goliath Tubesca-Comabi par le petit poucet Frénéhard : l'entreprise historique ne représente "que" 13 % du CA total du groupe. Raison de plus pour continuer à grandir. Et à la suite d'échanges avec les professionnels, un constat s'est fait jour. Il n'existe pas sur le marché une offre structurée et organisée pour le pliage de tôles d'acier et d'alu-

minium. « Nous avons laissé le zinc de côté pour ne pas concurrencer les ateliers intégrés existants au sein des enseignes spécialisées Couverture », précise Aurélie Boisset. Deux ans et demi après l'évocation de cette idée de diversification, l'activité Pliage de Frénéhard est opérationnelle. « Il a fallu inventer un modèle 100 % inédit, aussi bien pour le marché que pour nous, explique-t-elle. Une activité en flux digital depuis le choix des profils pliés jusqu'à leur expédition en une semaine maxi. »

Sur le site [www.frenehard.fr](http://www.frenehard.fr), l'offre catalogue se compose de plus de 840 références en acier ou aluminium réparties dans trois univers à destination des artisans ou de la distribution : la façade et le bardage, la menuiserie et fermeture, la couverture et l'étanchéité.

## Un parcours digital simple et innovant

L'étape suivante est le configurateur 3D accessible via [www.frenehard.fr](http://www.frenehard.fr)



Les représentants officiels du département de l'Orne et de la région Normandie étaient présents pour cette inauguration.

nehard-pliage.fr qui permet de sélectionner le profil souhaité, de configurer la pièce en fonction du matériau, de l'épaisseur, de la teinte et de ses cotes. Le configurateur intègre directement toutes les limites de production et garantit la faisabilité de la pièce. Il indique (selon le stock, le plan de charge de l'atelier et le lieu de livraison) le premier délai de réception de commande possible, ce qui facilite l'organisation des chantiers.

Cette offre a nécessité un investissement de près de 800 k€ et devrait monter en puissance dans les prochains mois en ajoutant, en cas de besoin, d'autres références. L'objectif du département Pliage est d'atteindre 10 % du CA de Frénéhard d'ici 3 à 5 ans. ● M. W.

## INTEMPIERIES

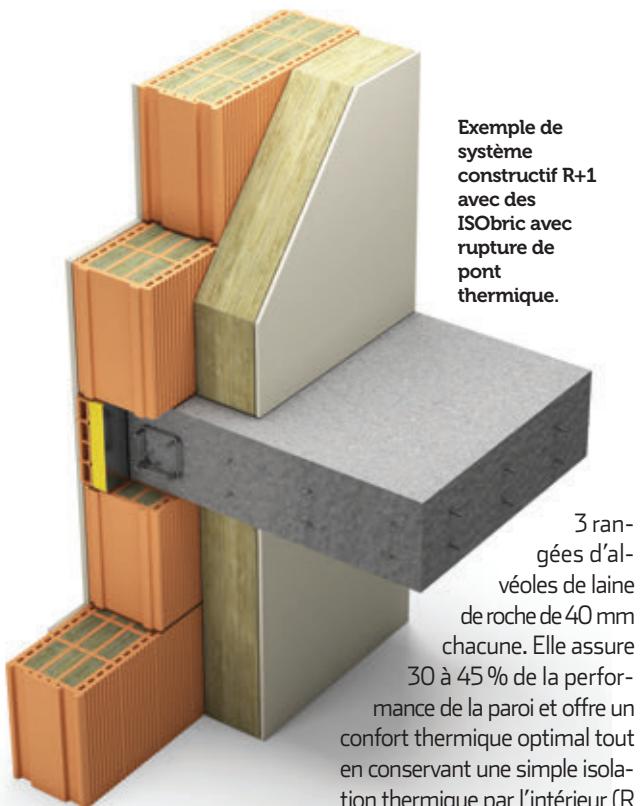
## Edilians répond aux SOS

Les phénomènes météorologiques tempétueux se multiplient sur notre territoire. Et une couverture endommagée, voire "envolée" met en danger la pérennité de la maison. Consciente des enjeux que représentent la préservation en urgence du bâti, Edilians lance SOS Toiture, un service totalement gratuit dédié à toutes les personnes victimes de sinistres. Inédit, il consiste à leur garantir une livraison prioritaire des tuiles terre cuite (sous réserve de disponibilités des produits) pour remplacer celles endommagées par les intempéries. Pour en bénéficier, rien de plus simple. Il suffit au particulier de remplir directement un formulaire disponible en ligne sur [sostoiture.edilians.com](http://sostoiture.edilians.com) et de joindre toutes les pièces justificatives (déclaration de sinistre et attestation de prise en charge de l'assurance). Une fois le dossier complet, Edilians fournit un numéro



## ISOLATION

## Wienerberger : la brique de 20 qui en fait plus



**R**appelez-vous, c'était en 2016. Wienerberger, sous sa marque Porotherm, présentait une brique nouvelle génération capable de proposer des performances thermiques supérieures à la gamme Monomur : la Climamur (avec un remplissage en laine de roche) qui, dans sa version 42 cm d'épaisseur, revendique un R de 5,41. À l'autre extrémité du spectre, le fabricant a développé, au titre d'une maçonnerie standard de 20 cm, différentes solutions de briques (GF R20, CITI-bric, HOMEbric, GF R20 Th+), caractérisées par des performances thermiques élevées (R de 1,01 à 1,45 m<sup>2</sup>.K/W) et adaptées à différents marchés.

### Gain de surface habitable

Très attentif aux évolutions de la demande liées à l'entrée en vigueur de la RE 2020, Wienerberger a étudié une solution en 20 cm d'épaisseur encore plus isolante à mi-chemin entre la brique alvéolaire et celle intégrant de l'isolant. Profitant de son savoir-faire industriel, le fabricant vient de lancer une brique Climamur en version XS : ISObric, intégrant

M. W

## INNOVATION

### THERMACOUSTIC APPUI INTERMÉDIAIRE MURAL HAUTE-PERFORMANCE

POSE RAPIDE

VERROUILLAGE FACILE À 1 MAIN



• Nouvelle ergonomie pensée pour optimiser le travail du plâtriste sur chantier neuf et de rénovation

• Matières haut de gamme assurant la rupture du pont thermique et une résistance optimale

• 100% recyclable

TESTEZ GRATUITEMENT  
NOTRE APPUI  
INTERMÉDIAIRE ICI



**CHABANNE**  
BÂTIMENT  
ACCESOIRES POUR PLAQUETTES ET FAÇADES

Création : Agences Exprimer RCS 360 246 468

7<sup>e</sup> ENQUÊTE DU CODIFAB

# La construction bois progresse malgré un contexte difficile

L'activité des 1 888 entreprises intervenant sur le marché de la construction bois en France a progressé de 2 % en volume par rapport à 2020 et de 10,6 % en valeur, atteignant un chiffre d'affaires global de plus de 2,1 Md€. Les investissements réalisés les années précédentes ont permis de faire face à cette hausse de la demande sur les chantiers bois les plus importants. Pour continuer à répondre aux attentes du marché, plus du tiers des entreprises interrogées (34 %) prévoient d'investir dans les deux prochaines années afin d'augmenter leur production. Les fabricants

sont surreprésentés dans ces intentions (55 %). En complément, 61 % des entreprises envisagent également de recruter de nouveaux collaborateurs pour renforcer leurs équipes durant l'année 2023.

**Des évolutions par secteur contrastées**

Si l'activité générale a repris à son niveau pré-Covid, les évolutions sont contrastées selon les secteurs. Ainsi, le logement reste globalement stable par rapport à 2020, avec 22 000 nouvelles constructions bois en 2022, mais les maisons individuelles marquent le pas en raison des diffi-

cultés des primo-accédants. En revanche, les logements collectifs progressent de 12 % sur la période. Dans le même élan, les parts de marché de la construction bois progressent dans les bâtiments tertiaires publics et privés (de 10,9 % en 2020 à 13,1 % en 2022) et les bâtiments industriels et artisanaux (de 20,3 % à 23,5 %). Enfin, les extensions-surélévation sont aussi en hausse, avec 11 300 projets réalisés en 2022, soit 9 % par rapport à 2020. Côté système constructif, l'ossature bois est la technique la plus répandue. Elle représente 85 % des constructions en bois de maisons individuelles, 63 % des logements collectifs et 67 % des bâtiments tertiaires. Toutefois, sa part diminue progressivement dans les logements collectifs et les bâtiments tertiaires.

En ce qui concerne le marché des maisons individuelles, la part d'utilisation des poteaux poutres est stable à 10 %, pouvant éventuellement intégrer une certaine



© Arve Charpente

combinaison avec l'ossature bois. En revanche, on observe une augmentation de leur utilisation dans le secteur des logements collectifs, où ils passent de 16 % en 2020 à 23 % en 2022. Cette tendance est également observée dans la construction de bâtiments tertiaires, avec une hausse de 20 % en 2020 à 24 % en 2022. ●

M. Wast

## BARDAGES BOIS

## Une plateforme pour créer un CCTP

Crée et délivrée par FCBA, CTB Finition Bois est la certification de référence dédiée aux solutions de protection et d'embellissement du bois. Elle atteste la performance et la durée de vie des produits de finition intérieure, temporaire (sur chantier) et extérieure. L'Institut technologique présente aujourd'hui son site [ctbfinition-bois.fr](http://ctbfinition-bois.fr) qui inclut un nouvel outil gratuit pour générer des CCTP\*



concernant l'application et l'entretien des finitions sur bardages bois. Documents contractuels, les CCTP décrivent précisément les dispositions techniques néces-

saires à la bonne exécution des travaux à réaliser dans le cadre d'un appel d'offres. En matière de préconisation d'application et d'entretien des finitions sur bardages bois, il est difficile pour les architectes ou économistes de la construction, de trouver et de réunir les bonnes informations. Cet outil est articulé autour de 6 questions : le type de bardage (neuf ou en œuvre) ; le type de finition (réa-

lisée en usine ou sur chantier) ; le type de support (en bois massif ou en contreplaqué) ; l'état du support (brut ou revêtu) ; l'état du bois et ou de la finition (en bon état, grisaille ou en mauvais état) ; l'aspect souhaité (saturateur, laque transparente ou lasure opaque).

Une fois ces données renseignées, le professionnel aura accès à un CCTP complet, avec des

informations vérifiées, contrôlées et garanties par FCBA, présentant l'ensemble des documents faisant foi (y compris les réglementations, normes et règles de l'art en vigueur), la méthodologie d'application et d'entretien de la finition ainsi que la fréquence de surveillance et d'entretien des bardages bois. ●

M. W.

\* Cahier des clauses techniques particulières

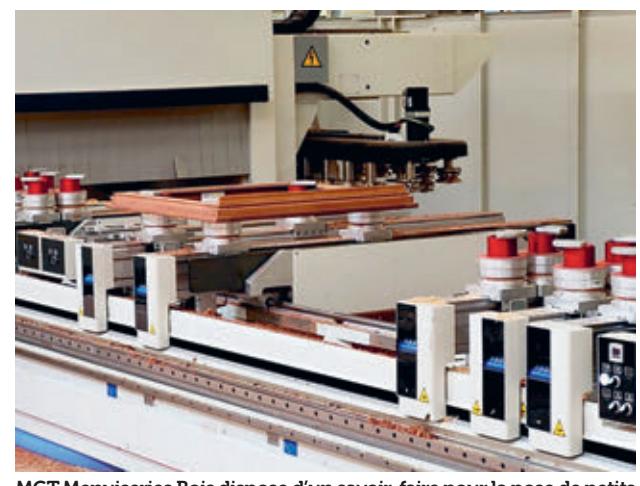
## INVESTISSEMENTS

## Atlantem muscle sa stratégie bois

En 2020, objectifs de décarbonation du bâti, rénovation énergétique... Autant de points sur lesquels le matériau bois tire son épingle du jeu, et par conséquent, les menuiseries en bois. Environ 850 000 fenêtres bois sont vendues tous les ans, soit 8 % du marché des fenêtres. Acteur multimatière dans le secteur des baies et fermetures, Atlantem veut doubler son volume de production en bois d'ici à 5 ans. Tout en créant environ 10 nouveaux emplois par an, le fabricant va continuer à investir d'ici à 2026 notamment dans 3 de ses

14 usines : le haut-savoyard Polaru et le morbihannais MGT Menuiseries Bois (tous deux rachetés en 2022) et le site Atlantem de Cholet (49).

À Guillac (56), l'industriel a ainsi dévoilé mi-juin ses ambitions pour MGT Menuiseries Bois. Si les investissements se concentrent pour l'heure sur l'achat d'un centre d'usinage et l'amélioration du système d'aspiration des poussières en ateliers de finition, MGT disposera d'un nouveau centre de stockage en 2024. But : libérer de l'espace dans l'usine pour booster les capacités de production. ●



MGT Menuiseries Bois dispose d'un savoir-faire pour la pose de petits bois.

## Vite!

## CONFIGURATEUR

### Kostum lance son nouvel outil 3D



La marque premium du bricolage Cadiou Industrie fait évoluer son outil en ligne pour les projets de portails et clôtures. À partir d'une photo de la devanture de maison, le configurateur permet de tester une pléthore de combinaisons : type d'ouverture, design, dimensions, types de matériau et couleurs. La vision 3D fournit un rendu réaliste du projet en tenant compte de particularités telles que pilier, mur de soubassement, redans...



## ANNIVERSAIRE

## **FP Bois fête ses 70 ans et continue d'investir**

Implanté à Mimizan (40) depuis 1953, le groupe familial FP Bois célèbre cette année ses 70 ans. L'occasion de démontrer encore un peu plus son envie d'innover et de continuer à investir. Rester dynamique est le leitmotiv de cette année 2023 pour FP Bois. Ainsi, après avoir lancé sa nouvelle offre de parquets et lambris PureHome permettant de purifier l'air intérieur, FP Bois investit dans son outil de production. Avec l'acquisition sur le site de production de Mimizan, d'une délineuse bois de nouvelle génération, l'entreprise parie sur un gain de productivité, une qualité optimale et des déchets réduits au minimum. Totalement robotisée et installée dans un bâtiment de 1 300 m<sup>2</sup>, cette machine déline les planches de bois à la bonne largeur avant l'étape de rabotage. Elle constitue une pièce clé du process industriel puisque tous les futurs produits



En investissant 6 millions d'euros dans une délineuse de nouvelle génération, FP Bois entend multiplier par quatre sa productivité tout en améliorant les conditions de travail de ses salariés.

vont passer sur sa ligne. Elle va multiplier par quatre la productivité avec un rendement matière amélioré de 1 à 3 %. Coût de l'opération : 6 M€, l'investissement le plus cher de l'histoire de FP Bois. Fin 2023 et en 2024, l'industriel va poursuivre ses investissements industriels dans

la scierie avec une nouvelle empileuse (600 000 €), puis un nouvel atelier de rabotage qui viendra remplacer celui existant.

## Une feuille de route RSE

Des investissements en accord avec la feuille de route RSE initiée par le groupe qui, pour les

quatre ans à venir, souhaite moderniser son outil de production pour réduire son empreinte environnementale tout en renforçant la croissance de l'activité. Avec, parallèlement, une amélioration des conditions de travail et le bien-être des salariés. C'est avec cette ambition, que FP Bois lance son fonds de dotation "Maison Félix Plantier", du nom du fondateur de l'usine. Cet organisme de mécénat a pour principal objectif de promouvoir l'art et la culture au sein de l'entreprise. Le vernissage de la première exposition de peinture aura lieu le vendredi 6 octobre et présentera aux salariés le travail de l'artiste peintre Frédéric Blaimont. Il a imaginé 50 portraits sur toile représentant les collaboratrices et collaborateurs hors des murs de l'entreprise, dans leur quotidien, moments de détente, plaisirs familiaux, loisirs. ●

## CHIFFRES CLÉS

- Date de création : 1953
  - CA 2022 : 42 millions d'euros
  - Nombre de salariés : 180

# Vite!

## E-COMMERCE

## E-commerce

Le spécialiste des fixations et habillages de menuiseries a renforcé son site marchand [ilouineau.com](http://ilouineau.com). Avec 1 300 références, l'e-boutique se dote de nouvelles fonctionnalités pour faciliter l'autonomie d'achat et l'accès aux informations des artisans et fabricants-installateurs. Deux nouveaux filtres de recherche sont intégrés : critère de longueur et gammiste. Le téléchargement des plans cotés est désormais possible.



The image is a promotional poster for ARTIBAT 2023. It features a male construction worker in the foreground, wearing a yellow hard hat and an orange high-visibility vest, looking upwards. The background shows a modern building with a vertical green wall. The top left contains event details: 'ARTIBAT LE SALON DE LA CONSTRUCTION 18 | 19 | 20 OCTOBRE 2023 PARC EXPO RENNES'. The bottom left highlights visitor numbers: '40 000 VISITEURS PROS', '1 000 EXPOSANTS', and '65 000 SURFACE D'EXPOSITION'. The top right shows a blue visitor badge with 'ARTIBAT', 'LE SALON DE LA CONSTRUCTION', a barcode, and the word 'VISITEUR'. The bottom right contains a QR code, the website 'www.artibat.com', and a call to action: 'DEMANDEZ VOTRE BADGE D'ACCÈS GRATUIT Utilisez le code «ANPRE»'. Logos for CAPEB and social media links are also present.

## Vite !

RECYCLÉ

### Un siphon en filet de pêche

Depuis 1983, Valentin intègre jusqu'à 30 % de matières plastiques recyclées dans la conception de ses produits et jusqu'à 100 % pour certains composants. Aujourd'hui, le fabricant de vidages va encore plus loin et présente une nouvelle innovation durable : le siphon de lavabo en filet de pêche recyclé Ocean'Up. Certifié NF, ce siphon est composé à 92 % de plastique issu du recyclage des filets de pêche. Les 8 % de matière restante sont celle des joints. D'un diamètre de 32 mm, il dispose d'une hauteur réglable de 48 mm à 103 mm avec des joints surmoulés pour un montage simplifié. Le siphon est vendu dans un petit packaging en carton recyclable.

### SONDAGE

## Le chauffage au fioul toujours dans la course



La récente étude en ligne, commanditée par FioulRéduc et Hellio, basée sur les réponses de 2 240 personnes est plutôt riche d'enseignements. En dépit de l'envolée des prix (un peu moins de 2 € le litre en mars 2022), les utilisateurs du fioul ont fait le gros dos et attendu que ça se passe. Malgré une logique diminution du nombre des commandes, le budget des ménages n'a pas été épargné puisque le panier moyen est passé de 854 € en 2021 à 1 245 € en 2022, soit une hausse du prix de près de 46 %. De leur côté, 36 % des répondants estiment que leurs dépenses liées au chauffage (toutes énergies incluant l'énergie principale et complémentaire) ont

### INVESTISSEMENT POMPES À CHALEUR

## Groupe Atlantic étend son site de Billy-Berclau

**L**a transition vers une société bas voire zéro carbone et le retour à une souveraineté industrielle sont des enjeux cruciaux. Conscient de cette problématique, le groupe Atlantic déploie actuellement un programme ambitieux pour accompagner la mutation du marché vers les pompes à chaleur, y compris les modèles hybrides. L'objectif est de passer de 30 % (en 2022) à 50 % de son CA réalisé avec des solutions utilisant des énergies renouvelables d'ici à 2030, avec un plan d'investissement de l'ordre de 200 M€ sur 3 ans.

Dans cette optique, le groupe investit dans l'extension de son site de Billy-Berclau (Pas-de-Calais),

un projet qui permettra de répondre à la demande croissante de solutions de production de chauffage et d'ECS peu carbonées. Cette extension, d'une superficie de plus de 6 000 m<sup>2</sup>, renforcera la capacité industrielle de production de pompes à chaleur et permettra la création de plus de 300 emplois d'ici à 2025, sachant que le site actuel s'étend sur 26 000 m<sup>2</sup> et emploie 550 personnes.

### Un centre pour préparer l'avenir

En parallèle de l'extension de l'usine, Atlantic poursuit la construction de son "Heat Pump Technical Center" (HPTC), un

centre technique de 8 000 m<sup>2</sup> dédié à la thermodynamique et à l'écoconception. Le HPTC va devenir le pôle de compétences de référence au sein du groupe, offrant des moyens de recherche et développement innovants. Ce centre technique comprendra des installations de pointe, telles que des centres d'essais sur une superficie de 4 500 m<sup>2</sup>, comprenant 10 chambres climatiques et une salle acoustique. De plus, 150 m<sup>2</sup> seront dédiés à la PAC Academy, destinée à former les ingénieurs et techniciens qui développeront les pompes à chaleur de demain. Plus de 25 M€ ont été investis pour la construction de ce centre.



La ministre de la Transition énergétique, Agnès Pannier-Runacher, a fait le déplacement à Billy-Berclau pour une visite de l'extension de l'usine Atlantic.

À travers de ces investissements dans les moyens de production et la recherche, le groupe Atlantic reste attaché à une implantation sur le territoire national et entend contribuer à l'attractivité du bassin minier dans les Hauts-de-France, où il a investi 127 M€ depuis 2015. ● M. Wast

### STRATÉGIE

## Villeroy & Boch en mode diversification

**L**'année 2023 est, pour Villeroy & Boch, entreprise industrielle franco-allemande spécialisée dans la production céramique, placée sous le signe de ses 275 ans d'existence mais aussi sous le signe d'une nouvelle ère. Le fabricant a en effet profité du salon ISH qui s'est tenu en mars dernier pour présenter sa première gamme complète de robinetterie en Europe. Une stratégie amorcée en septembre dernier avec la fin de la collaboration historique entre Villeroy & Boch et Dornbracht sur le segment des robinetteries de salle de bains. L'entreprise bicentenaire annonçait alors vouloir poursuivre la création de sa propre gamme de robinets entamée sur les marchés non européens comme la Chine et la région du Golfe depuis plusieurs années. C'est désormais chose faite, officiellement depuis le salon de référence dans l'univers du chauffage, de la ventilation et de la salle de bains. « La tendance est de proposer l'offre la plus complète possible à nos

clients avec une seule et même marque. Nous avons élaboré une dizaine de gammes pour proposer des prix variés et différents designs et caractéristiques », détaille Valérie Weiss, country manager France chez Villeroy & Boch.

### La rosée du matin comme inspiration

Pour son anniversaire, Villeroy & Boch a poursuivi sa longue tradition de coopération avec des designers à travers Antao, une collection s'inspirant de la nature. La goutte de rosée est le lien qui unit tous les éléments : de la céramique à la baignoire, en passant par les meubles, les miroirs

et la robinetterie. En plus des vasques à poser en trois tailles différentes de 40 à 65 cm, Antao existe également sous forme de plan de toilette de 80 à 120 cm et propose de vastes surfaces de rangement. Ces dernières reprennent également l'idée de la goutte de rosée et complètent la collection avec 11 modèles différents et les finitions Chrome, Matt Black et Brushed Nickel. Les couleurs sont également inspirées de la nature : outre le blanc classique en mat ou brillant, la céramique existe aussi dans les couleurs mates actuelles Pure Black, Almond et dans la nouvelle teinte Morning Green. ● J. B.



## LAB HYNOVATEUR

## BDR Thermea croit aux gaz renouvelables

Les dernières nouvelles concernant les chaudières gaz ne sont pas particulièrement bonnes. Le gouvernement souhaite, à l'instar des générateurs au fioul, les faire disparaître du paysage des habitations à plus ou moins courte échéance. Principal reproche : des émissions de CO<sub>2</sub> incompatibles avec les objectifs que notre pays s'est fixé à horizon 2030 et 2050. Pourtant, depuis plusieurs années, les industriels travaillent d'arrache-pied sur les gaz dits renouvelables comme le biométhane issu des intrants agricoles ou l'hydrogène. Dans ce dernier domaine, le groupe BDR Thermea (De Dietrich, Chappée, Oertli) s'investit beaucoup avec le développement de nouveaux générateurs compatibles et la mise en place d'essais grandeur nature pour démontrer la cohérence et la performance de



Olivier Stenuit, responsable Stratégie et développement hydrogène chez BDR Thermea, présentait la plateforme lors de son inauguration le 30 juin dernier.

ces équipements. Ainsi, le "Lab Hynovateur", intégré à la plateforme R-hyfie de 8 000 m<sup>2</sup> (voir encadré) qui compte pas moins de 6 ateliers, est un lieu d'expérimentation pour l'intégration des futurs équipements

hydrogène dans les habitations et les immeubles tertiaires.

### Des tests prometteurs

Le laboratoire regroupe ainsi une large gamme d'installations et d'appareils en situation réelle de

fonctionnement. Parmi celles-ci, citons EvHydans Pro de De Dietrich, une chaudière murale gaz à condensation de 15 kW combinée à un électrolyseur alimenté par de l'électricité d'origine photovoltaïque (solution présentée lors d'Interclima 2022) visant à tester la production d'hydrogène à partir de l'eau de condensation produite par la chaudière. Cet hydrogène produit in situ est mélangé pour atteindre 20 % de concentration avec le gaz naturel/biométhane et permet de "défossiliser" la chaudière.

Également testée au Lab, la chaudière murale gaz à condensation de 12 kW Avena de Chappée, certifiée pour un fonctionnement en mélange gaz naturel et 20 % d'hydrogène. Le banc d'essai étudiera la montée en concentration de l'hydrogène et comparera différentes technologies de mélangeurs.

Autre appareil étudié, le RX Power de De Dietrich, un éco-générateur gaz pour le chauffage, la production d'eau chaude et la production d'électricité. Fonctionnant sur un mix gaz naturel et 40 % d'hydrogène, il fournit simultanément 18 kW de puissance thermique et 7 kW de puissance électrique injectés sur le réseau local. ●

M. W.

### Les objectifs du projet R-hyfie

- Maîtriser les paramètres techniques de l'injection d'hydrogène et de la qualité du gaz en tout point du réseau.
- Former les personnels et monter en compétence sur la construction, l'exploitation, la maintenance et la surveillance des réseaux et des conduites.
- Développer des modes opératoires qui garantissent un haut niveau de sécurité.

## STIEBEL ELTRON

### Idéales pour le remplacement de chaudières

Les pompes à chaleur air/eau monobloc HPA-O 10-13 C(S) Premium sont idéales en maisons individuelles pour le chauffage, la production d'eau chaude sanitaire et le refroidissement, en monophasé ou triphasé.

Particulièrement silencieuses et performantes (COP de 4,82 à 5,09 à A7/W35, selon le modèle), elles s'installent facilement et s'adaptent aux différentes configurations de chaufferies via un large éventail de solutions hydrauliques.



Découvrez nos formations dispensées dans notre centre technique, à Metz, certifié QUALIOPI et agréé QUALIPAC.  
Plus d'informations sur notre site internet [www.stiebel-eltron.fr](http://www.stiebel-eltron.fr)

QUATRE QUESTIONS À... LIDIA FUNÈS, CHEFFE DE PRODUITS DÉVELOPPEMENT DURABLE

# L'écoconception selon Geberit

**Engagé depuis 2007 dans une démarche d'écoconception, Geberit a basé sa stratégie sur 7 leviers : matières premières, fournisseurs fiables, production locale, logistique verte, efficacité et facilité d'utilisation, durabilité et réparabilité, et enfin recyclabilité.**

**■ Zepros : Comment s'est amorcée cette démarche de développement durable chez Geberit ?**

**Lidia Funès** : Elle a démarré dans les années 1990 avec la réalisation régulière d'écobilans pour mesurer notre impact environnemental en tant qu'industriel. À partir de ces premiers résultats, Geberit a commencé à mettre en place plusieurs mesures basées notamment sur l'impact environnemental dans sa globalité, une approche suisse prenant en compte l'ensemble des

consommations en matières premières et les émissions polluantes de l'entreprise. Malgré l'intégration de l'activité céramique en 2015, particulièrement énergivore, nous avons enregistré une baisse de nos émissions de CO<sub>2</sub> d'environ 57 % depuis cette date. L'écoconception est l'une des réponses trouvées pour réduire notre empreinte environnementale en agissant d'une part sur le process et de l'autre sur les produits.

**■ Zepros : En quoi consiste, pour vous, l'écoconception ?**

**L. F.** : L'écoconception a pour objectif de considérer et d'étudier chaque étape du cycle de vie d'un produit afin d'en proposer un meilleur que son prédecesseur d'un point de vue écologique, sans négliger aucun critère de qualité, fonctionnalité ou durabilité. Au total, 180 ateliers d'écoconception ont été animés. Pour

améliorer le cycle de vie d'un produit, il existe 7 leviers. Le premier, c'est le choix des matières premières avec le recours à des filières durables comme l'utilisation de bois labellisé FSC pour la conception de nos meubles, par exemple. Notre dernière canivelle de douche a été conçue avec 50 % de matières en moins. Nous pouvons également intégrer à notre production des matières recyclées comme pour le plastique. Concernant les emballages, nous privilégions le carton et la réduction des packagings. Le second levier consiste à l'intégration de critères d'achat durables et de l'audit de nos fournisseurs avec un choix très strict dans la provenance de nos matières premières.

**■ Zepros : La réduction des émissions carbone est-elle également un levier ?**

**L. F.** : C'est justement le troisième : le choix d'une production locale. Geberit fabrique localement en Europe et investit régulièrement dans des machines plus performantes et plus innovantes pour réduire notre

consommation électrique. Côté mix énergétique, à fin 2022, Geberit a franchi la barre des 50 % d'électricité verte utilisée. Le quatrième levier s'inscrit dans la continuité de la réduction des matières premières. Un meilleur packaging en termes de taille et de matières utilisées permet d'optimiser le taux de chargement avec, en plus, des distances de livraison réduites grâce à notre fabrication européenne. Nous travaillons également sur le choix de transports plus verts.

**■ Zepros : Votre 5<sup>e</sup> levier concerne la consommation et la performance de vos produits...**

**L. F.** : C'est un enjeu important, notamment pour la consommation en eau de nos appareils sanitaires. Nos nouveaux mécanismes permettent de diminuer les volumes de chasses entre 2 et 4 litres.

Dans le cadre de notre sixième levier, nous travaillons sur la durabilité programmée en opposition à l'obsolescence programmée. Par exemple, pour nos bâts-supports, nous simulons



environ 200 000 cycles de chasse pour assurer une durée de vie de 50 ans. Nous accordons également une grande importance aux pièces détachées de nos produits. Celles pour les réservoirs encastrés des bâts-supports pour WC seront désormais disponibles pendant une période de 50 ans après l'arrêt de leur production.

Enfin, notre septième et dernier levier repose sur la fin de vie de nos produits grâce à, d'une part l'intégration de matières recyclables en amont, et de l'autre, à la démontabilité de nos solutions et à la manière de mieux séparer les différents éléments pour optimiser le recyclage. ●

Recueilli par J. Becam

## PRODUCTION EN PROXIMITÉ

### Pour ses PAC au R290, Panasonic joue l'Europe



prochainement les générateurs blocs de moins de 12 kW utilisant un fluide dont le PRG est supérieur à 150. Être plus proche des marchés porteurs est également un facteur déterminant en termes commercial et de R&D (centre situé en Allemagne), afin de s'adapter plus rapidement aux retours d'expériences des utilisateurs et des installateurs. Enfin, qui dit fabrication européenne pour les marchés locaux, dit réduction des émissions de CO<sub>2</sub> par rapport à une production asiatique. Toujours bon à prendre pour réduire l'empreinte carbone de l'industriel afin d'être en ligne avec son plan "Green impact". ●

**M. W.**

Inaugurée en 2018, l'usine de Pilsen, en République tchèque, continue de monter en puissance avec l'intégration de lignes de production supplémentaires pour la nouvelle gamme de pompes à chaleur Aquarea Génération L fonctionnant au R290 (PRG de 3). Une décision stratégique logique puisque le marché de la PAC au propane est promis à un bel avenir, surtout si l'on tient compte des projets de la Commission européenne qui vise à interdire

## Vite !

### CHAUDIÈRES GAZ INTERDITES

#### Coénove réagit

*« Ne mettons pas les Français dans des impasses technico-économiques ! L'atteinte des objectifs de décarbonation fixés par l'Europe "Fit for 55" est possible tout en permettant à la France de préserver la résilience énergétique du pays, le pouvoir d'achat et les finances publiques. Cela passe par la sobriété choisie et pérenne, l'accélération de la rénovation performante et globale des bâtiments et un soutien au développement des gaz renouvelables pour atteindre 20 % de biogaz à 2030. Ne nous trompons pas de combat, ce n'est pas l'appareil qu'il faut bannir mais le gaz qu'il faut verdir. » – Jean-Charles Colas Roy, président de Coénove.*

## MARCHÉ BOIS ÉNERGIE

### Plus de granulés produits en France

Àvec la fin du bouclier tarifaire sur le gaz et les hausses annoncées de l'électricité, dont celle de 10 % du 1<sup>er</sup> août dernier, le chauffage reste plus que jamais une charge importante sur le budget des ménages. Depuis son avènement, le granulé de bois garantit une énergie locale, vertueuse à un prix maîtrisé. Cela doit rassurer et convaincre les Français de poursuivre leur conversion à l'énergie bois, malgré les soubresauts tarifaires de l'année passée. Comme annoncé par l'association Propellet en début d'année, les capacités de production vont doubler d'ici à 2028. Cela garan-

tit la sécurité dans l'approvisionnement tout en suivant la croissance de la demande sur la même période. Avec 3 nouvelles usines ouvertes en 2022, la production de l'ensemble des 70 usines françaises s'est élevée à 2,05 millions de tonnes, progressant ainsi de 14 % alors que la consommation n'a augmenté que de 5 %. ●

M. W.



## POMPES À CHALEUR

# Décoclim, l'esthéticien des unités extérieures

**C**ommercialisés en 2015 alors que la demande pour ce type de produit était inexistante malgré un potentiel bien présent, les caches pour unités extérieures de pompes à chaleur air-air et air-eau de Décoclim sont désormais plus que bien établis sur le marché français. « Il a fallu créer ce marché de toutes pièces, et j'avoue que j'ai traversé une grande période de doute avant de

convaincre mes premiers clients, à l'origine sur le secteur du mobilier de jardin », explique William Danizet, fondateur de Décoclim. Mais les ventes ont vite décollé quand l'industrialisation des caissons a été effective, et avec un concept plus abouti : fabrication en aluminium pour un poids plume (moins de 10 kg contre 45 kg pour l'acier), ou en bois ; économie d'échelle permettant de proposer un bon rapport qua-

lité/prix ; stratégie d'une palette de services clients pour plus d'efficacité et de proximité.

## Une demande en forte augmentation

« Nos produits, en plus de proposer un design avantageux, permettent une réduction du niveau sonore de 10 à 30 % tout en optimisant le rendement de la machine par temps froid, poursuit William Danizet. Et pour répondre à la forte demande, nous avons été référencés chez 6 nouveaux réseaux de distribution professionnels, soit 1000 agences supplémentaires, pour atteindre les 3 000 points de vente sur tout l'Hexagone ».

Le négoce apprécie la grande réactivité de Décoclim puisque, pour les références les plus courantes, toute commande passée avant 16 heures est livrée le lendemain. Pour les autres produits, le délai passe à 48 heures. La

réactivité s'exprime également dans les évolutions produits. Malgré les quatre tailles aujourd'hui disponibles, le fabricant ajuste régulièrement les dimensions de ses caissons pour s'adapter aux unités extérieures qui deviennent plus hautes et plus profondes. Ainsi, 98 % des demandes peuvent être satisfaites. Et dernière nouveauté en date, une rigidité accrue des faces qui permet désormais un montage du cache-clim sans outil. • M. Wast

## BORNES DE RECHARGE

## Michaud veut démocratiser l'électrification des copropriétés

**A**lors que le gouvernement vise le déploiement de 400 000 bornes sur l'ensemble du territoire à l'horizon 2030, Michaud, entreprise française spécialisée dans le matériel de distribution électrique souhaite surfer sur cette tendance. Son ambition : accélérer l'électrification des copropriétés et l'accessibilité de la recharge à domicile. Pour y parvenir, la société a créé Park'Elec, une solution technique de fabrication française, complète et unique sur le marché, qui permet de prééquiper les parkings collectifs en infrastructures de recharge de véhicules électriques (IRVE). Ce système intègre tous les composants nécessaires à l'installation d'une infrastructure de recharge, du réseau à la borne,

qu'ils soient mis en œuvre par le gestionnaire de réseau de distribution ou par l'électricien. Cette offre permet de prééquiper les parkings d'immeubles pour l'installation immédiate ou future de bornes de recharge. En effet, si l'électrification des parkings des copropriétés neuves peut s'anticiper dès la construction, il en va autrement dans les copropriétés existantes. Les copropriétaires qui souhaitent faire installer une borne de recharge se heurtent souvent au refus des autres copropriétaires, qui n'en ont pas forcément besoin à l'instant T.

### Un réseau d'installateurs IRVE

Pour déployer cette solution technique, l'entreprise a créé le

réseau 100 Pour 100 Elec, constitué d'installateurs électriques qualifiés IRVE et de bureaux électriques, sélectionnés par Michaud. « Il était crucial pour nous de constituer un tel réseau dont le marché a besoin pour un déploiement intensif de la colonne horizontale jusqu'au point de charge », confie Delphine Doré, directrice commerciale et marketing client chez Michaud. Sur la plateforme [www.100pour100-elec.com](http://www.100pour100-elec.com), les copropriétés, promoteurs, bailleurs sociaux et particuliers peuvent retrouver toute l'information utile pour faire installer une infrastructure de recharge dans leur immeuble, consulter les réalisations du réseau, télécharger de la documentation et trouver l'installateur 100 Pour 100 Elec le plus proche.

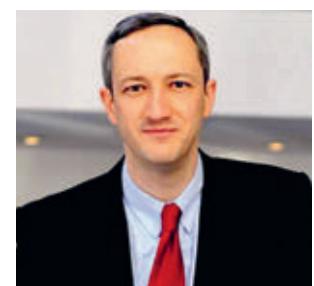
Depuis juillet 2023, le réseau s'est donné pour vocation de s'étendre aux marchés des bornes de recharges dédiées aux entreprises et à la gestion de flotte électrique. • J. B.



## LETTRE OUVERTE

## Aldes plaide en faveur de la ventilation

**C**'est une évidence, les prises en charges des différents gestes au titre de MaPrimeRenov' fluctuent au gré de facteurs qui nous échappent le plus souvent. Pourtant, les entreprises, les fabricants et les ménages ont besoin de stabilité dans le financement des travaux pour pouvoir se projeter durablement et efficacement dans la rénovation énergétique. Ainsi, le groupe Aldes souligne, dans une récente lettre ouverte, que tous les travaux d'isolation lors d'une rénovation doivent impérativement s'accompagner de la mise en place d'une ventilation mécanique performante et adaptée au logement. En effet, il est dommageable de ne pas ventiler efficacement un bâtiment bien isolé qui va alors conduire au confinement de l'air : un manquement qui dégradera considérablement la qualité de l'air intérieur et rendra, à terme, le logement insalubre. Ainsi, la ventilation simple flux hygroréglable, facile à installer dans un chantier de rénovation, devrait être financée et soutenue dans ce dispositif, le



Stanislas Lacroix, président du groupe Aldes.

rapport coût/service rendu étant particulièrement intéressant. La mise en œuvre de cet équipement permet de baisser la consommation énergétique d'un logement de 15 à 26 % par rapport à une situation où il n'en serait pas équipé. De même, les PAC air-air traitant l'ensemble des pièces de vie d'une habitation relèvent d'une technologie parfaitement adaptée à de multiples cas de rénovation. Permettant, outre le chauffage, d'apporter une réponse à l'enjeu du confort d'été, elle devrait bénéficier des mêmes avantages que la technologie similaire des PAC air/eau. Cet appel plein de bon sens sera-t-il entendu ? • M. W.



NOUVEAU SITE

# Coverguard emménage dans son « nouvel outil de travail »

Dans une courte vidéo postée sur LinkedIn le 21 août, Coverguard a officiellement annoncé emménager dans de nouveaux locaux. Avant d'en « dévoiler un peu plus très rapidement... ». La marque d'origine lyonnaise était jusqu'à présent installée à Miribel, dans l'Ain. Ses nouveaux quartiers se trouvent toujours dans les Dombes, mais à une dizaine de kilomètres de l'ancien siège social. Le nouveau site implanté dans la ZAC de Mionnay (Ain) héberge un espace de bureaux modernes sur 1 500 m<sup>2</sup>. Et, surtout,



À Mionnay (01), le nouveau siège de Coverguard dispose d'un bâtiment logistique de plus de 13 000 m<sup>2</sup> dont 600 m<sup>2</sup> automatisés à 100 %.

un entrepôt logistique de plus de 13 000 m<sup>2</sup>, dont une zone de stockage sous mezzanine de 600 m<sup>2</sup> entièrement automatisée. Celle-ci est dotée de 231 étagères et de cinq robots Boby pi-

lotés par wifi, une solution robotisée développée par Scallog.

## Améliorer la productivité

Principal intérêt de cette nouvelle pièce maîtresse de Coverguard,

l'accélération de ses flux logistiques pour « simplifier le quotidien de ses clients et partenaires », indique la direction. Dans un communiqué, Hervé Zipper, le P-dg de Coverguard, arrivé dans la société en janvier 2023, souligne que « ce déménagement est une étape importante dans l'histoire de notre entreprise. Notre nouveau site est conçu pour optimiser notre productivité tout en réduisant la pénibilité à l'aide d'une nouvelle plateforme automatisée pour gérer les préparations de commandes (au déconditionnement) ». A priori, seule une cin-

quantaine de références à forte rotation – sur un catalogue de l'ordre de 1 200 modèles pour environ 5 500 références – devrait continuer à être traitée en picking classique. Néanmoins, Coverguard estime d'ores et déjà que sa productivité va « être considérablement améliorée » en ce qui concerne la préparation des commandes au détail.

Enfin, sur plus de 190 m<sup>2</sup>, un nouveau showroom a été aménagé pour « offrir aux visiteurs clients et partenaires une expérience immersive au sein de l'univers Coverguard ». ● S.Vigliandi

## ÉQUIPEMENT DE CHANTIER

# Brennenstuhl fête ses 50 ans sur le marché français

Il est parfois amusant de connaître les marchés originels de certains industriels. Si Brennenstuhl est aujourd'hui connu pour ses matériaux électroportatifs pour l'adduction électrique et d'éclairage en milieu mobile, le groupe allemand familial créé en 1958 vendait initialement des pistolets à peinture électriques. « Notre fondateur, Hugo Brennenstuhl, a commencé en développant son activité liée à ce type de matériel mais ses clients ont rapidement demandé des rallonges car le fil d'origine était trop court. C'est alors que l'entreprise a commencé à fabriquer des rallonges. Et comme elles devaient de plus en plus longues, elle a commencé à les placer sur des châssis pour en faire des enrouleurs », raconte Charles Biltz, directeur gé-

néral de Brennenstuhl France. Aujourd'hui, la filiale, devenue depuis une SAS, dispose, à Bernelsheim dans le Bas-Rhin, d'un terrain de 42 000 m<sup>2</sup> sur lequel ont été construits son siège social et un atelier d'assemblage. Sur les 23 M€ de chiffre d'affaires réalisés en 2022 par Brennenstuhl France, les deux tiers proviennent de produits made in France.

## Une révolution dans l'éclairage professionnel

Si la marque allemande est connue pour ses enrouleurs, elle commence à se faire une place sur le marché de l'éclairage. Membre de AMPshare, une alliance entre plusieurs fabricants d'outillage proposant à leurs utilisateurs un

système de batterie unique compatible avec tous les outils des différentes marques, le fabricant allemand a lancé son système Multi Battery 18V. Ce dernier permet, grâce à des adaptateurs dédiés, d'offrir une totale compatibilité avec trente-huit batteries 18 V (de différents ampérages) des fabricants majeurs de l'outillage électroportatif. Au total, le catalogue Brennenstuhl comporte près de 600 références, le tout vendu à travers différents réseaux de distribution. « La Quofir représente le plus gros de notre chiffre d'affaires. L'objectif est de suivre la tendance du marché, de ne pas être sectaire », précise le directeur général de Brennenstuhl France. Ce dernier annonce par ailleurs plusieurs opérations commerciales à l'occasion des 50 ans de la filiale française. « Plusieurs opérations promotionnelles vont être mises en place pour mettre en avant différents produits. Cet anniversaire sera aussi célébré durant les différents événements à venir comme Artibat ou les salons des enseignes. Cette célébration commence à partir de cet été pour durer jusqu'à la fin de l'année », annonce-t-il. ● J. B.

## EPI

# Tricots Bonnemaille devient TBM Workwear



**S**e tourner vers l'avenir sans renier le passé ! », c'est ainsi que l'entreprise dirigée par Xavier Varoqui depuis six ans a annoncé fin juillet sa nouvelle dénomination : TBM Workwear. Il s'agit de la quatrième identité qu'elle revêt depuis sa création à Castres (Tarn) en 1974, après l'historique Tricots Bonnemaille, puis Newind Concept et plus récemment Concept Tricots Bonnemaille. Ces différentes dénominations ont « parfois brouillé les pistes » reconnaît la marque qui conçoit et fabrique des vêtements de travail à destination, entre autres, de l'industrie, du second œuvre Bâtiment, des professionnels de la sécurité et des secours. Longtemps connue pour ses collections de pulls marinés, la PME d'une soixantaine de salariés propose des lignes de vêtements en maille à destination des utilisateurs professionnels. La direction va même jusqu'à dire que « cette renaissance d'identité de marque est bien plus qu'un simple changement cosmétique ». Elle s'affirme dans la raison d'être de l'entreprise. Avec des collections hommes et femmes « respectant la planète avec des process simples et vertueux », mais également « en concevant et fabriquant des habits utiles, tendance et confortables, tout en privilégiant des méthodes de fabrication écoresponsables », revendique-t-on chez TBM Workwear. Illustration avec sa collection de pulls Laut-Rec tricotés en laine et fils 100 % recyclés et fabriqués par une filature locale. ● S. V.



## POINT DE VENTE

# Forbo Flooring ouvre un showroom à Paris



**Avec son showroom parisien, Forbo Flooring souhaite proposer un espace de travail mais aussi de convivialité à ses clients en y présentant toute son offre riche de 800 références.**

**N**ous souhaitions un lieu au cœur de Paris, simple d'accès, afin d'être au plus près de nos différents clients, y compris les visiteurs internationaux, avec l'objectif de les accueillir en leur présentant l'intégralité de nos produits mais aussi de leur proposer un véritable espace de travail ». Dorothée Kessels, directrice Global Design Forbo Flooring justifie ainsi l'ouverture du showroom parisien. Fruit de la collaboration entre une équipe multidisciplinaire du fabricant et

l'agence Kubik, ce showroom dévoile un plateau de 220 m<sup>2</sup>, au dernier étage d'un bel immeuble haussmannien situé rue Saint-Augustin, entre l'Opéra et le boulevard Haussmann. Un tout nouveau lieu qui se veut une véritable source d'inspiration, de découvertes et d'échanges, à destination des architectes, designers, décorateurs d'intérieur, maîtres d'œuvre ou d'ouvrage, artisans et entreprises de pose.

## Cinq thèmes mis en avant

Plusieurs espaces cohabitent sur ce plateau autour des 5 thèmes définis par Forbo Flooring, liés au concept de "Dynamique d'un bâtiment", exprimant l'état d'une personne ou le type d'activité qui s'y déroule : recevoir, se déplacer, se connecter, se concentrer et se ressourcer.

La salle principale a été aménagée pour recevoir les visiteurs

dans une ambiance chaleureuse, alors que le panel complet des gammes de revêtements, soit près de 800 références, y est exposé via des échantillons en libre accès permettant de découvrir toute l'étendue de l'offre. Des zones projets plus intimistes ont été créées autour. Afin de définir les atmosphères souhaitées, la marque a habillé différemment ces espaces avec divers revêtements (PVC, Marbre et textiles). Pour Dorothée Kessels, « ce showroom incarne la philosophie Forbo Flooring de concevoir les bâtiments comme des espaces dynamiques, de plus en plus flexibles et hybrides, dédiés à différentes activités et interactions humaines. Cette approche nous permet d'intégrer la plupart de nos revêtements de sol d'une manière évolutive dans les bâtiments et contribuer ainsi à créer une expérience positive ». ● F. Guidicelli

**D**évelopper le biosourcé pour diminuer l'empreinte carbone de la filière peinture, c'est le virage que les industriels du secteur ont décidé de prendre. Sans toujours savoir quel serait l'impact d'une telle décision. La Fipec, en publiant une étude sur les performances environnementales des produits biosourcés, vient aujourd'hui confirmer la pertinence de ce choix stratégique. Ce travail permet à la profession de démontrer le bénéfice environnemental de ce type de produits et en particulier la réduction de leurs impacts relatifs au changement climatique. Un travail réalisé avec le cabinet Evea a été mené par la filière et permet aujourd'hui de confirmer le bénéfice en-

\*Disponibles sur [fipec.org](http://fipec.org)

## ENVIRONNEMENT

## La Fipec démontre le bienfait du biosourcé

**L**a tendance du marché s'oriente depuis plusieurs années sur le blanc en phase aqueuse et c'est désormais le cas également pour les petits travaux (retouches, boiseries, contours de fenêtres, portes...). De même, le conditionnement des produits utilisés aujourd'hui a toute son importance. Partant de ce constat, la marque Cecil Professionnel a étoffé son offre avec de nouveaux conditionnements, de 0,5 et 2,5 litres, qui répondent ainsi aux différentes problématiques, comme celle des artisans qui ne réalisent pas toujours des travaux de peinture avec la juste quantité en cas de petites sur-

faces à peindre (ex. un seul pan de mur à rénover). Idem quand les applicateurs sont soumis à un manque de place pour stocker les produits ou quand ils veulent réduire le nombre de déchets (pots non terminés).

De fabrication française et classées A+, les peintures blanches Cecil Professionnel sont segmentées selon le résultat et la finition souhaitées. Elles sont ainsi déclinées en finitions mat, satin, velours, brillant, et en trois niveaux de qualité : Finition élémentaire - Essentiel 15 ; Finition courante - Chantier 35 ; Finition soignée - Expert 55. ● M. W.



Blanchon Group enrichit son portefeuille avec le lancement de Ciranova en France, la marque experte dans la protection du bois pour les professionnels. La cible est claire : les artisans menuisiers-agenceurs. Ciranova propose une gamme complète de produits destinés à la préparation, la coloration, la finition et à l'entretien des éléments en bois. Avec un grand choix de finitions et de nombreux coloris.

## ARRIVÉE

## Polygood mise sur la France



The Good Plastic Company est fière d'annoncer le lancement de Polygood France, sa division officielle en France sous la gestion de la société Module Carré. Le Polygood est un matériau de surface en plastique 100 % recyclé et 100 % recyclable, créé par The Good Plastic Company. Ces panneaux peuvent être utilisés pour créer des meubles et des éléments de décoration intérieure ou extérieure.

## NOMINATION FRANCE

## AkzoNobel change de tête

Début juin 2023, Alexandre Gonin a été nommé président d'AkzoNobel et directeur général des activités peintures décoratives en France. Fort de plus de 20 ans d'expérience dans l'univers des produits de grande consommation, il a exposé sa feuille de route : « J'aurai à cœur de bâtir une organisation performante, centrée sur nos clients et les soins de nos consommateurs, en m'appuyant sur des équipes passionnées, expertes et engagées ». ●



## ENDUITS JOINT EN POUDRE

## Avec Proplak Snow, Knauf vise les sommets

**K**nauf, avec sa gamme actuelle Proplak, revendique une position de leadership sur les enduits à joint prêt à l'emploi pour plaque de plâtre. En revanche, sur les enduits à joint en poudre, sa place est moins dominante et c'est une situation qu'il compte bien faire évoluer, avec le lancement en ce mois de septembre de sa nouvelle gamme baptisée ProPlak Snow.

### Deux ans de R&D

Si l'ambition est grande, les efforts pour la mise au point de ce produit ne le sont pas moins. Déjà sollicités par l'industriel lors des évolutions de produits ou de services, les plaquistes membres de son Cercle du Plâtre ont cette fois été mis à contribution d'une autre manière et bien plus en amont. « *Notre cahier des charges a été co-construit avec nos clients. Ce sont des experts qui ont des attentes de haute qualité* », explique Joaquim Correia, directeur marketing stratégique. Mais, précise-t-il, « *le jointolement n'étant pas réservé aux experts, nous devions proposer des références qui soient également adaptées à des applicateurs moins spécialistes, et dans le respect de la réglementation* ».

Sur la base de ces préconisations, une vaste phase de tests, là encore inédite dans sa méthode, a été lancée avec des premières formulations. « *Nous avons fait essayer en situation réelle des enduits placés dans des seaux tout blancs. Des tests à l'aveugle pour obtenir la plus grande objectivité sur les différentes caractéristiques de nos produits et des références d'autres marques* », détaille Audrey Colantuono, cheffe de produits. Enfin, une troisième étape a consisté à réaliser sur des chantiers, dans toute la France, des tests sur quatre formulations différentes : 1 800 sacs ont ainsi été mis en application par 40 experts des joints de plaques de plâtre. « *Les retours ont été très bons, affirme la responsable, ce qui nous a permis de procéder à quelques ajustements sur le pouvoir couvrant, la matière...* ».



Une démarche complète et un aboutissement ainsi résumé par Knauf : « *Proplak Snow, un niveau d'exigence très élevé, pour tous les applicateurs* ».

### « Glisse optimale, bonne accroche, blancheur extrême....»

Relevés et cités par les applicateurs lors des phases de tests, les différents atouts de la gamme sont mis en avant : glisse optimisée, malaxage et dosage en eau faciles, bonne accroche sur le platoir, bonne fluidité, et enfin, naturellement, la couleur immaculée à laquelle elle doit son nom : « *Cet enduit est extrêmement blanc. C'est un plus pour nos applicateurs, car synonyme de qualité et source de productivité. C'était notre objectif de départ, sur lequel nous avons basé notre développement, car cet atout est vécu comme une vraie facilitation pour la suite des travaux sans apparition de spectres et un moindre écart de couleurs* », relève le directeur marketing stratégique.

### Des références qui ne changent pas les habitudes

La gamme se compose de quatre enduits qui correspondent chacun aux temps de séchage habituels dans le métier, et un cinquième, Proplak Finish, à séchage 24 heures, pour la passe de finition du joint et le ratissage des plaques de plâtre. « *Notre parti pris était de ne pas changer les codes des professionnels. Les temps de prise connus et maîtrisés sont respectés, et ont également guidé le choix des conditionnements* », argumente Joaquim Correia.

### Animations et communication

Pour poursuivre cette démarche interactive avec ses applicateurs et les remercier, Knauf

PROPLAK® SNOW 1H	PROPLAK® SNOW 2H	PROPLAK® SNOW 4H	PROPLAK® SNOW 8H	PROPLAK® SNOW FINISH
ADHÉRENCE TRÈS RAPIDE	ADHÉRENCE TRÈS RAPIDE	TRÈS AGRÉABLE À TRAVAILLER	LA SOLUTION UNIVERSELLE	IDEAL POUR LA FINITION
Prise très rapide	Prise très rapide	Prise rapide	Prise normale	À séchage
Petits chantiers	Petits et moyens chantiers	Tous chantiers	Tous chantiers en jointolement et ratissage	Tous chantiers en jointolement et ratissage
Fin de chantiers				

a profité de l'été pour leur adresser en cadeau des kits de pré-lancement (sacs d'enduits pour leur premier chantier et outils de communication). 650 sacs d'enduits ont ainsi été offerts à 130 plaquistes jointeurs, en avant-première, puisque la commercialisation débute sur ce mois de septembre auprès des négocios matériaux, généralistes, et spécialistes décoration. Kits de communication, échantillons et produits à mettre en avant pour les tester, habillages palettes pour les points chauds des agences qui disposent de la surface nécessaire, matinées techniques..., différentes animations et opérations sont d'ores et déjà prévues dans les points de vente en octobre et novembre, autour de la gamme Proplak Snow, mais aussi Proplak Pâte et Proplak Paint. « *Nous voulons dire aux professionnels que nous avons désormais pour les enduits à joint, une gamme complète et à très haute qualité* », conclut Joaquim Correia. Pour cela, l'industriel a aussi choisi la preuve par l'exemple. Une "story" débutera prochainement sur les réseaux sociaux sous forme de vidéos pour suivre sur leur chantier trois applicateurs du Cercle de la marque. Objectif : créer à partir de l'expérience de ces spécialistes, un effet d'entraînement sur l'ensemble du marché. ●

M.-L. Barriera

### FICHE MÉMO GAMME PROPLAK SNOW

- 5 références :
  - 4 enduits avec divers temps de prise (1, 2, 4 ou 8 heures)
  - 1 enduit à séchage 24 heures, Proplak® Finish
- Lancement : 1<sup>er</sup> septembre 2023
- Prix public HT indicatif : 15,90 € le sac de 25 kg
- Formulation à pH neutre (liant naturelle à base végétale)
- Classification A+ pour la qualité de l'air intérieur
- Application traditionnelle ou mécanisable
- Argument de vente : « *Une gamme d'enduits poudre dédiée au jointolement de plaques de plâtre à la qualité professionnelle irréprochable et accessible à tous, répondant aux attentes de tous les applicateurs* »



# BREAKING NEWS

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

**[negoce.zepros.fr](http://negoce.zepros.fr)**



## zepros

DIGITAL PRINT ÉVÉNEMENTIEL CONTENT MARKETING



# La sélection des nouveautés

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

## ISOVER / PLACO / JACKON INSULATION

### Isolation des soubassements

Isover, Placo et Jackson Insulation, se sont associés pour lancer Peritherm, un produit présentant notamment le lambda le plus performant du marché (0,027 W/m.K). Idéal en construction neuve pour atteindre le label BBC, cette solution est dédiée à l'isolation thermique par l'extérieur et à la protection mécanique des parties apparentes des murs de soubassements. Elle combine un isolant en polystyrène extrudé Jackodur Plus 300 SF (certifié Acermi) et un parement Placo haute dureté insensible à l'humidité et à l'eau, constitué d'une lame en ciment allégé par des billes de polystyrène expansé. Ses panneaux feuillurés sur les 4 côtés s'emboîtent entre eux et se collent sur le support. Ils se découpent à la disqueuse et s'installent horizontalement ou verticalement.

[www.isover.fr](http://www.isover.fr)



Le lambda le plus faible du marché, le découpage facile

## THERMOR



La gestion avancée pour Duralis Connect, le fluide R32 pour Aeromax

### Chauffe-eau

Le spécialiste français du confort thermique dévoile deux nouveaux chauffe-eau de dernière génération : Duralis Connect et Aeromax Split 3 (en photo). Le premier associe les caractéristiques du chauffe-eau Duralis (résistance stéatite protégée du calcaire, double protection anticorrosion) à des fonctionnalités intelligentes permettant une gestion optimale de la production d'eau chaude, le tout accessible à distance grâce à sa connectivité wifi. Quant à l'Aeromax Split 3, chauffe-eau thermodynamique sur air extérieur, il fonctionne avec le fluide frigorigène R32, offrant ainsi une meilleure efficacité énergétique (A+) et permettant des économies jusqu'à 72 % sur la facture d'eau chaude. En plus des modèles existants de 200 l VM et 270 l Stable, une nouvelle capacité de 150 l en version verticale murale est disponible.

[www.thermor-pro.fr](http://www.thermor-pro.fr)

## MIRKA

### Extracteurs de poussières

Les extracteurs de poussières de classe L, Mirka 1025 LPC et 1125 LPC sont compacts, très performants et faciles à manipuler. Sur chantier, la poussière est collectée au fur et à mesure du ponçage, assurant un air environnant sain pour l'opérateur. La taille du réservoir est de 25 l et l'appareil est équipé d'une poignée de transport et d'un câble de 5 m qui lui assure un grand rayon d'action. Le filtre est facilement accessible sous l'unité supérieure ce qui simplifie l'opération de remplacement. Son nettoyage se fait par simple pression sur un bouton. L'extracteur ne fonctionne que lorsque l'outil électrique est connecté et allumé, réduisant ainsi le bruit et prolongeant la durée de vie de l'appareil. Puissances : 1 000 W pour le 1025 LPC ; 1 200 W pour le 1125 LPC.

[www.mirka.fr](http://www.mirka.fr)



Le changement de filtre et le nettoyage aisés

## ISONAT

### Panneaux de fibre de bois



La gamme Flex Contact, 100 % conçue et fabriquée en France, bénéficie d'une nouvelle technologie de fabrication qui améliore la manipulation, la découpe et la pose des panneaux biosourcés Flex 40 et Flex 55 du fabricant, en réduisant de façon notable l'émission de poussières. La quantité de liant nécessaire à leur fabrication a été divisée par deux, ce qui augmente la proportion de fibres de bois et confère à ces panneaux le meilleur lambda du marché des biosourcés (0,036 W/m.K), selon Isonat. Ils constituent de surcroît un excellent isolant acoustique et sont les seuls isolants biosourcés revêtus d'un voile de confort pour faciliter la découpe et la manutention. La fibre ne se délite pas à la pose et la compressibilité des panneaux facilite la mise en œuvre entre les montants et les passages de gaines.

[www.isonat.com](http://www.isonat.com)

## WIENERBERGER

### Briques de parement



En 2021, le fabricant lançait, avec sa gamme Eco-brick Terca, un parement plus mince nécessitant 30 % moins de matière qu'un produit classique de même type, plus léger et permettant une épaisseur d'isolation de 3,5 cm supérieure. Cette gamme s'enrichit aujourd'hui de deux nouvelles collections pour diversifier encore plus les options esthétiques : Amfora, dans un nuancier qui arbore principalement des teintes de beige et de blanc sobres et chaleureuses ; et Archipolis, dans un registre de couleurs chaudes et claires pour des façades épurées. Les apparences et textures évoluent également avec des compléments de gamme sur les briques moulées main et aspect vieilli mais aussi les briques lisses. L'ensemble de la gamme Eco-brick Terca bénéficie d'une FDES permettant de justifier un projet en RE 2020.

[www.wienerberger.fr](http://www.wienerberger.fr)



## La sélection des nouveautés

### TERREAL

#### Parements terre cuite

Terreal étoffe sa gamme de briques et plaquettes de parements avec deux collections inédites moulées main, Occitania et Poli, et six nouveaux épidermes : poncé, texturé, texturé-poncé, vernissé lisse, vernissé-sablé et vernissé-texturé (photos). La collection Occitania s'inspire de l'esthétique des bâtiments historiques toulousains, tandis que Poli, aux arêtes irrégulières, se caractérise par un touché soyeux. Cette gamme complète, durable et esthétique permet des réalisations créatives jouant sur les formats, les aspects et les couleurs. Les briques et plaquettes de la ligne classique apportent un style traditionnel tandis que la ligne émaillée ouvre la porte à des architectures plus originales dans une déclinaison de nuances de couleurs très large.

Enfin, les briques de parements de la ligne moulée main apportent, elles, tout le charme du mur ancien.



Le très large choix d'options esthétiques, tant traditionnelles que modernes



[www.terreal.com](http://www.terreal.com)

### FORBO

#### Gamme LVT

Si, d'un point de vue esthétique, la collection Allura 2023 en pose collée ou poissée s'enrichit de dessins, coloris et grains de surface, les deux grandes nouveautés consistent en l'introduction d'une référence en pose 100 % libre (jusqu'à 150 m<sup>2</sup>), Allura flex (aussi disponible en pose poissée), et d'une solution acoustique en pose clipsée, Allura click decibel. Ainsi, avec 97 décors, 18 formats et 5 modes de pose (dont 3 sans colle), Allura répond à tous les besoins d'agencement. Allura click decibel contient 30 % de matière recyclée, avec une efficacité acoustique de 19 dB. Ses propriétés de recouvrement favorisent une installation sur carrelage avec joints limités à 8 mm de large et 3 mm de profondeur, sans fractionnement en-dessous de 100 m<sup>2</sup>.



[www.forbo-flooring.fr](http://www.forbo-flooring.fr)

### CECIL

#### Gamme blanc



Avec sa gamme Le Blanc des Pros, Cecil offre aux artisans des produits de qualité professionnelle pour tout type de chantier. Elle est désormais proposée en conditionnements de 0,5 litre et 2,5 litres pour assurer la juste quantité de produit à utiliser pour de petits travaux de retouches sur boiseries ou couverture d'une seule cloison par exemple. Ce qui offre l'avantage de minimiser l'espace de stockage et la production de déchets. La gamme comporte des peintures d'impression au fort pouvoir opacifiant (IP 35 Plaque de Plâtre et IP 55 Multi-Supports), ainsi que des finitions mates (PE M35 et PE M55), velours (PE V35 et V55) ou satin (PE S35 et S55).

[www.cecil.fr](http://www.cecil.fr)

### MÉO

#### Portes bois-aluminium

En juin 2023, Méo a présenté 6 nouveaux modèles de portes d'entrée dans ses gammes contemporaines monoblocs : Inspiration, Balade et Utopie. Élégantes, épurées, lumineuses et personnalisables dans les moindres détails, ces nouvelles portes sont disponibles en 10 finitions bois à l'intérieur et 27 couleurs aluminium à l'extérieur ; elles proposent également différentes options : vitrage affleurant et inserts décor à l'intérieur, jonc aluminium brossé intérieur ou extérieur. Les paumelles sont réglables en 3 dimensions et la crémone de sécurité offre 5 points de verrouillage. L'ouvrant est à double ou triple vitrage 44.6 retardateur d'effraction dépoli et verre intérieur décoratif dépoli trempé. Coefficient d'isolation Ud jusqu'à 0,8 W/m<sup>2</sup>.K ; atténuation acoustique jusqu'à 33 dB.

[www.fenetremeo.com](http://www.fenetremeo.com)



### PANASONIC

#### Pompe à chaleur

La gamme de PAC Aquarea Génération L s'élargit avec le lancement des unités Hydro Split All in One Haute Performance. Aquarea Génération L fonctionne avec le R290 à impact environnemental réduit (PRG = 3). Très efficaces avec un SCOP allant jusqu'à 5,06, les unités sont disponibles en 5, 7 et 9 kW. Leur niveau sonore est réduit jusqu'à 8 dB(A) par rapport aux précédents modèles. Le raccordement hydraulique entre les unités intérieure et extérieure permet des températures de sortie d'eau jusqu'à 75 °C. Cette solution est très bien adaptée à des projets de rénovation d'une maison avec des radiateurs existants. Son encombrement est limité à 598 x 600 mm et une unité de ventilation peut être installée sur le dessus. L'eau chaude sanitaire est stockée dans un ballon en acier inoxydable de 185 l doté d'une isolation sous vide.

[www.aircon.panasonic.fr](http://www.aircon.panasonic.fr)

### EDMA

#### Découpeuse à fil chaud

Pour répondre aux besoins de mobilité des artisans faïadiers sur leurs chantiers, Edma propose, avec Styrogun, un outil sur batterie doté d'un cadre en aluminium très léger pour la découpe en rectangle, en angle (de 0 à 45°), étagée, chanfreinée ou verticale de plaques de polystyrène jusqu'à une hauteur maximum de 630 mm et une profondeur de 310 mm. Le fil chaud, guidé par translation linéaire, opère rapidement, avec précision et sans projection de billes. L'appareil est également efficace pour les découpes de rainurage grâce à une butée réglable en profondeur. Sa batterie lithium 18 V - 2 Ah offre l'avantage d'être compatible avec d'autres produits Edma pour faïadiers, comme la table à découpe à fil vibrant Oscilicut. Styrogun est vendu avec batterie et chargeur ainsi que 3 fils de coupe et une valise de transport.

[www.edma.fr](http://www.edma.fr)

### LÉBÉNOID

#### Projecteur d'extérieur

Le nouveau projecteur Evolve 2 est disponible en plusieurs puissances lumineuses et avec différentes lentilles symétriques et asymétriques, proposant ainsi une gamme complète d'éclairage en extérieur. Équipé de puces Lumileds SMD3030 d'une efficacité allant jusqu'à 150 lm/W à 4000K, sa durée de vie est supérieure à 50 000 heures. Il embarque un boîtier de connexion spacieux avec connecteur automatique et ne nécessite donc aucune boîte de dérivation séparée. Son boîtier en aluminium, certifié IP66, et son revêtement sans solvants lui assurent une adaptation aux environnements corrosifs et au sel marin ainsi qu'une grande résistance à l'abrasion, à la corrosion, aux UV et aux produits chimiques. Divers accessoires pour le montage au sol ou sur pieux sont disponibles, de même qu'un pilote dimmable 1-10V/Dali sur demande.



[www.lebenoid.fr](http://www.lebenoid.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



Panneau solaire ou photovoltaïque ? Que choisir ?

EDF ENR 4,89 k abonnés S'abonner

11 Partager ...

**SUR YOUTUBE, CANDIDE AU PAYS DU SOLAIRE**

La chaîne YouTube d'EDF poursuit sa websérie dédiée à l'énergie solaire. Un deuxième épisode, où Hugo, youtuber novice en matière d'EnR, et Chloé, ingénierie chez EDF ENR, se penchent sur le sujet et nous aident à y voir plus clair.



**CEDEO** 7 juin ·

CEDEO TV : Nouvelle saison inédite !

Découvrez deux nouvelles émissions avec 19°C – L'école du Génie Climatique :

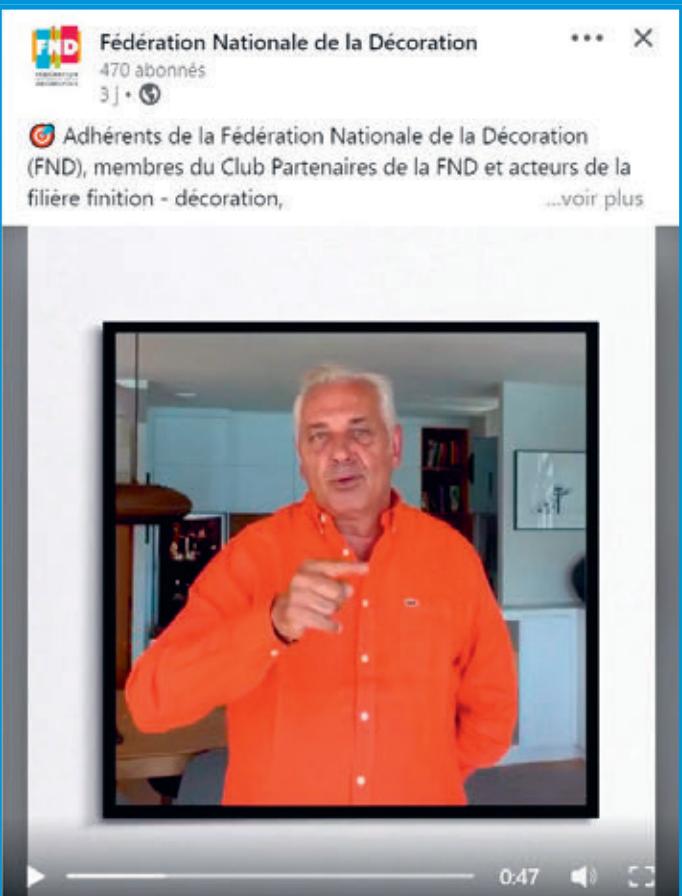
Les Matching 19°C : découvrez des binômes qui partagent leur parcours, leur quotidien et des moments de vie forts.... [En voir plus](#)

**SUR FACEBOOK, CEDEO TV NOUVELLE SAISON**

Le distributeur, spécialiste du Sacha, dévoile les prochains contenus de sa chaîne Cedeo TV. Au programme : les élèves de son école partagent leur quotidien dans "Les Matching 19", des rencontres, partages d'expériences et astuces d'Enfile ton Bleu à retrouver dans les Masterclasses et dans l'émission Techniques de Pro.

## SUR LINKEDIN, CARTON D'INVITATION

« Creative, stimulante et interactive » : c'est la promesse de la FND pour la 3<sup>e</sup> édition de ses Rencontres de la Décoration, qui se tiendra le 21 septembre. Animateur des rencontres, Stéphane Thébaud, journaliste de l'émission *La Maison* France 5, dévoile le menu concocté pour les adhérents, les membres du Club Partenaires et les acteurs de la filière finition.



## SUR FACEBOOK, UNE BENNE POUR UN BAIN

Alors que la canicule tardive frappait la France, les messages de prévention pour la sécurité sur les chantiers se sont multipliés. Certains ont partagé leur solution avec humour, comme cette équipe qui prend un bain de fraîcheur dans une benne de chantier.



## SUR LINKEDIN, LEGRAND BIENTÔT ENCORE PLUS GRAND

Benoit Coquart, P-dg de Legrand, a publié les photos de la pose de la première pierre du futur siège régional de Legrand situé à Bagnole (93). Un bâtiment qui se veut exemplaire en termes de sobriété énergétique et d'impact environnemental.



# FABEMI ACCOMPAGNE VOS CONSTRUCTIONS RE2020



L'impact environnemental au cœur de la démarche d'innovation des produits Fabemi.

Naturellement faiblement émissif de CO<sub>2</sub> de par leurs compositions, leurs designs et leurs méthodes de fabrication SANS CUISSON, la mise en œuvre de nos produits BLOCS BÉTON permet de maîtriser l'empreinte environnementale de vos constructions.

**GROS ŒUVRE**



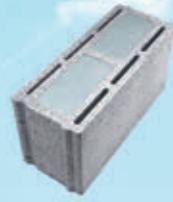
Planibloc®  
R = 0,29 m<sup>2</sup>.k/W  
9,92 kg eq. CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>



Fabtherm®Eco  
R = 0,51 m<sup>2</sup>.k/W  
11,7 kg eq. CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>



Fabtherm®Air 1.1  
R = 1,12 m<sup>2</sup>.k/W  
15,6 kg eq. CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>



Fabtherm®Air 1.8  
R = 1,80 m<sup>2</sup>.k/W  
23,6 kg eq. CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>

**TERRASSE & JARDIN**

**VOIRIE & RÉSEAUX**