

LE SECTEUR DU BRICOLAGE

#1 Les chiffres clés

38 MILLIARDS d'€ de CA en 2023



Les Français dépensent en moyenne **364€/an** pour le bricolage



86% des Français ont effectué leurs achats de bricolage en magasin physique au cours des 12 derniers mois.

30% des acheteurs ont réalisé leurs achats de bricolage en ligne.

85% considèrent les informations disponibles en magasin comme utiles pour préparer leurs achats.

59% affirment que le prix est un critère très important pour choisir où acheter.

#2 Les français et le bricolage

27% des bricoleurs ont -de35 ans

43% des bricoleurs ont des revenus entre 1,9 et 3,6 K€ / mois

45% bricolent au moins 1 fois / mois

40% bricolent par plaisir

13% bricolent par nécessité matérielle ou financière

25% se sentent capables de réaliser seuls des travaux de second œuvre

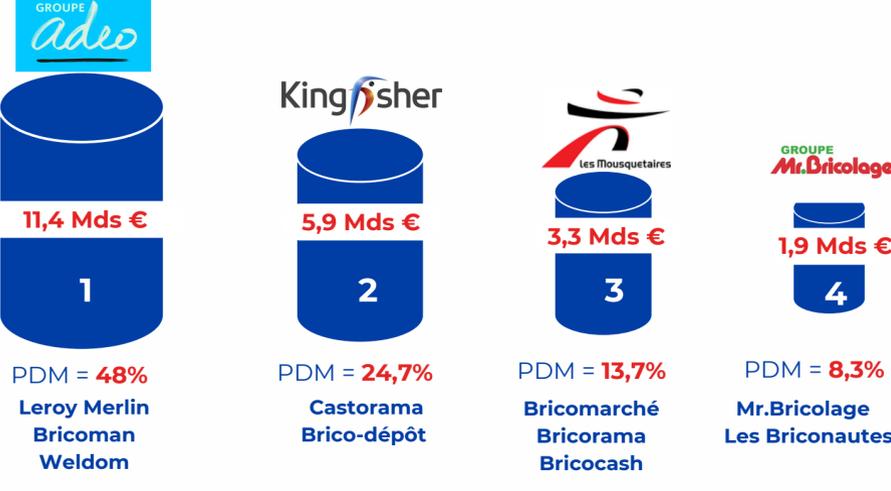
44% des Français se déclarent passionnés par le bricolage

41% des bricoleurs achètent sur Internet pour se faire livrer à domicile

#3 Les acteurs du marché de la grande distribution de bricolage

4 groupes leaders = 90% du CA des GSB

(grandes surfaces de bricolage)



#4 La digitalisation

84% des bricoleurs utilisent le web pour comparer les prix, effectuer des recherches ou comparer les produits.

30% des bricoleurs commencent leurs recherches en ligne avant d'acheter en magasin.

#5 Focus matériaux de construction

Le marché des matériaux de construction comprend **les produits pour les travaux de gros œuvre** (ciment, béton, sable, briques et les panneaux en bois ou en verre) et **les produits de second œuvre** (comme les isolants, la laine de verre, les mortiers, les carreaux en terre cuite, et les plafonds).

Les principaux types d'acteurs :

LES INDUSTRIELS

- **Saint-Gobain** : propose une offre diversifiée en matière de produits de construction de matériaux innovants et de distribution.
- **VICAT** : spécialisé dans le ciment, les granulats et le béton.

LES GENERALISTES LOCAUX

- **Samse, Point P, Brico Dépôt et Chausson Matériaux** : maintiennent leur position sur le marché grâce à leur capacité d'adaptation et à des gammes de produits complètes.
- **GEDEX (GEDIMAT) et Tout Faire** : acteurs majeurs de la distribution avec leur souci de répondre aux besoins des clients, ils ont renforcé leur position dans le paysage concurrentiel.

LES EXPERTS

- **Larivière** : spécialisé dans les matériaux de couverture.
- **LITT** : spécialisé dans la décoration d'intérieur.

#6 Perspectives 2024 & 2025

30 Milliards est l'estimation par an du marché de la rénovation énergétique

18 Millions de ménages en 2024 envisagent des achats prioritaires tels que l'isolation, les fenêtres, le chauffage...

Investir le marché de la rénovation énergétique devient donc une priorité pour les enseignes de bricolage. Largement subventionné par l'État, ce marché fait figure de relais de croissance face à la baisse des ventes.

Les stratégies des distributeurs



Le développement des parcs de magasins



La création d'une régie publicitaire pour valoriser l'audience et la data clients auprès d'annonceurs



Le déploiement d'une logique servicielle



La montée en puissance des démarches durables

#7 Les dispositifs de communication



Bien connaître sa **zone de chalandise** avec la plateforme géomarketing **CARTO EXPERT**

Les leviers d'acquisition client avec la location de base de données

1. **Soyez les 1ers à conquérir les nouveaux emménagés** en envoyant un courrier adressé, personnalisé et ciblé pour capter les futurs emménagés dans votre zone pour leur souhaiter la bienvenue.
2. **Adressez-vous personnellement aux intentionnistes travaux** grâce à un ciblage réalisé à partir de données de navigation sur des sites de travaux (vente en ligne d'outils de bricolage, conseils de bricolage...), sur des sites de petites annonces immobilières.

Les leviers d'acquisition client avec le digital



1. **Opérer une suppression de votre message auprès des intentionnistes travaux.** Renforcer l'efficacité des campagnes de communication postale, email ou sms, en les couplant avec une campagne ciblée en display sur des sites à audience.