

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020



inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

2020 CHIFFRES CLÉS ET FAITS MARQUANTS

inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

+13%
de progression
du marché
du bricolage
Tous circuits confondus

p.2-3

Changement de président

Après 6 ans
à la présidence d'INOHA,
Jean-Éric Riche passe
le flambeau à
Jean-Luc Guéry

p.5-6-7

Convention Éco-mobilier

Signée par INOHA,
la Fédération
des Magasins de Bricolage
(FMB), la Fédération des
Jardineries et Animalerie
de France et le Secimpac

p.11

76
manifestations
organisées par INOHA

pour

1252
participants

p.4

+ de **1300**
abonnés LinkedIn
et **130**
articles de presse

p.4

Covid agile...

Depuis mars 2020,
toutes nos manifestations
s'organisent en distanciel

p.8

L'ANNÉE DE LA RÉINVENTION COLLECTIVE



Vous m'avez confié la lourde mission de présider INOHA pour les prochaines années. Depuis le 25 juin 2020, date de mon élection, sachez que j'assume ce mandat avec engagement, fierté et bonheur.

Merci à Jean-Éric Riche de m'avoir transmis le flambeau ; beau flambeau qui doit guider nos actions au profit de nos adhérents et éclairer l'action de nos partenaires et des pouvoirs publics.

Nous avons traversé une année 2020 exceptionnelle d'intensité marquée par des mois de mars et avril catastrophiques avec une activité en baisse (-48% et -51%).

Au cours de cette période, la fermeture des réceptions de nos clients nous a amené à devoir fermer nos usines. Mais l'activité des mois suivants a oscillé entre +10% et +30%. Pour finir l'année à +13%, alors que le reste de l'économie était à -8%.

Qui en aurait pris le pari il y a un an ! Je m'en félicite bien entendu. Et cela a été possible grâce à l'agilité, la réactivité et la persévérance des industriels mais grâce aussi au dialogue constructif avec les enseignes, que nous avons intensifié en cette période, pour répondre à une demande extrêmement forte des consommateurs.

Durant cette année 2020, INOHA a su également s'adapter et poursuivre son activité au profit des adhérents. Nous sommes passés en tout distanciel pour vos proposer des formations, des rencontres avec nos distributeurs et des webinaires qui nous permettent, nous l'espérons, d'alimenter vos réflexions et votre stratégie. Merci à notre équipe de permanents qui s'est investie fortement pour revoir l'ensemble des formats.

En termes de dossier structurants pour la filière, nous avons lancé le travail sur la REP (Responsabilité Elargie des Producteurs) pour les articles de bricolage et de jardin ainsi que l'actualisation du code de bonne conduite avec la Fédération des Magasins de Bricolage (FMB).

Ce premier rapport d'activité revient sur les différents sujets que nous avons partagés pendant cette année au sein d'INOHA.

Merci aux administrateurs et aux membres du Bureau qui ne ménagent pas leurs efforts pour faire avancer le collectif.

J'ai confiance en l'avenir car, d'une part je constate que les Français font de leur habitat une valeur refuge, source de leur bien-être, et d'autre part, je suis convaincu que - fédérés au sein d'INOHA - nous saurons nous mobiliser pour répondre à leurs attentes.

Et comme l'avenir n'est pas ce qui va arriver, mais ce que nous allons construire ensemble, je compte sur chacune et chacun d'entre vous.

Jean-Luc Guéry
Président d'INOHA

CHIFFRES 2020

Les montagnes russes du marché du bricolage

Le marché français du bricolage a connu un essor exceptionnel. Et cette hausse s'explique par l'engouement pour l'amélioration de l'habitat, lié notamment au contexte sanitaire.

Quand la crise sanitaire organise le repli sur la maison

Les mesures sanitaires et ses conséquences (généralisation du télétravail, transfert des dépenses initialement prévues pour d'autres activités, etc.) combinées à un printemps 2020 ensoleillé ont permis aux Français d'améliorer leur habitat. En effet, cette période a été l'occasion pour eux de créer de nouveaux espaces, d'agencer une pièce pour le télétravail ou d'aménager les espaces extérieurs privés.

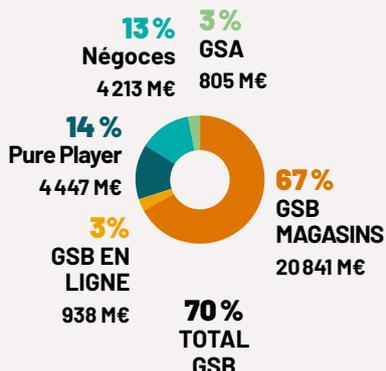
De plus, la crise sanitaire a donné un nouveau sens au « faire soi-même », vers une recherche d'autonomie, d'entretien de son habitat et de résilience dans une période anxiogène et incertaine. Enfin, la maison a pris une place centrale et son importance s'est encore accrue portée par le recentrage du noyau familial.

En France, en 2020

+ 13 %
pour le marché du bricolage

DISTRIBUTION BRICOLAGE

Parts de marché valeur



BOOM

Explosion des ventes en ligne mais bonne tenue des magasins de proximité

Du côté des circuits de distribution, la crise a eu un impact différent sur les types de commerce. Les Français ont plébiscité l'achat en ligne avec une hausse de 84 % pour les pure players en 2020. Et les grandes surfaces de bricolage (GSB) ne sont pas en reste, elles ont orchestré et développé leur omnicanalité et affichent une forte progression de leurs ventes en ligne de +111 %.

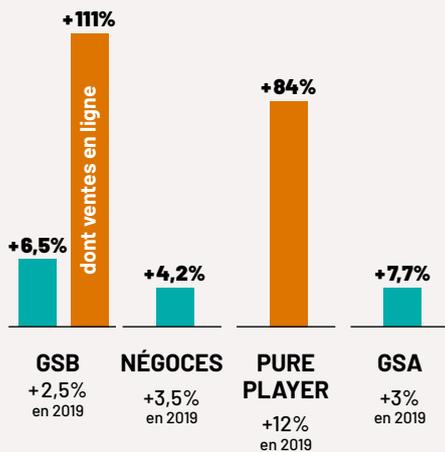
Ce boom est la conséquence de la fermeture des points de ventes physiques et des restrictions de déplacement pendant les périodes de confinement.

Mais parallèlement, en 2020, les points de vente de moins de 4 000 m² ont su tirer leur épingle du jeu avec une hausse de 11 % du chiffre d'affaires. Même si cette tendance émergeait depuis quelques années, la crise sanitaire et les limitations de déplacement l'ont accéléré. Des résultats encourageants pour les enseignes qui privilégient cette stratégie de proximité dans le but de se rapprocher des consommateurs, un meilleur ancrage sur les territoires et une meilleure synergie face au e-commerce en proposant des services associés.

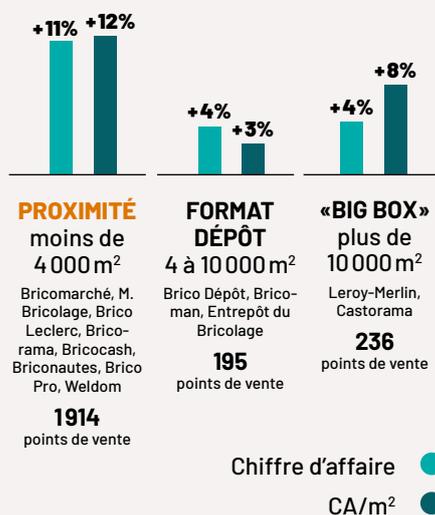


BOOM DU E-COMMERCE

Évolution par circuit en 2020
en valeur - versus 2019

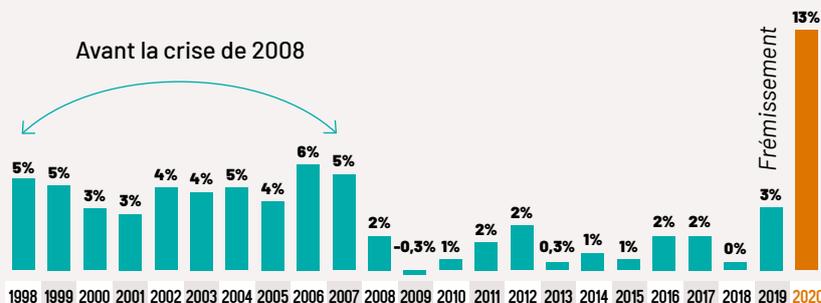


2020, ANNÉE DE LA PROXIMITÉ



2020, ANNÉE HORS DU COMMUN

Évolution annuelle du marché du bricolage
tous circuits confondus



TENDANCE

Outillage et peinture portés par les « nouveaux bricoleurs »

La hausse du chiffre d'affaires se retrouve sur l'ensemble des rayons mais **l'outillage et la peinture/droguerie/colles sortent du lot avec une évolution de +28 % pour l'un et de +22 % pour l'autre par rapport à 2019** et tous circuits confondus.

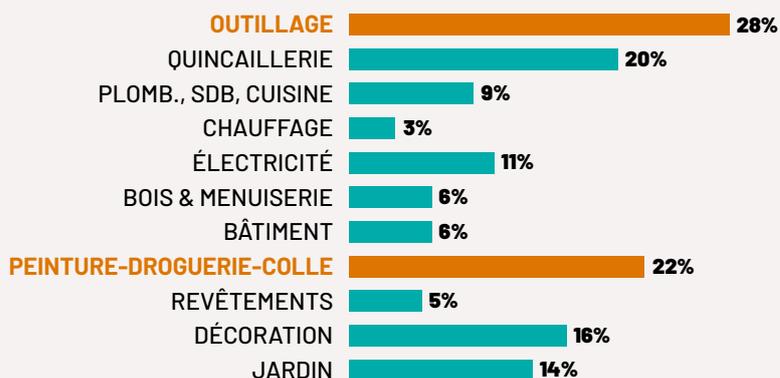
L'accélération de l'outillage s'explique par l'arrivée des nouveaux bricoleurs qui se sont découverts à l'occasion des confinements et la montée en compétence des bricoleurs existants.

La peinture, quant elle, a été fortement plébiscitée en 2020. Ce secteur, en retrait par rapport aux autres rayons depuis 2015, a connu une croissance importante qui s'explique par des travaux simples, rapides et gratifiants à réaliser. Dans le détail, les peintures et enduits extérieurs se démarquent avec un résultat de +27 % des ventes en GSB grâce à un printemps beau et sec favorisant le séchage.

Au final, nouveaux bricoleurs ou bricoleurs existants, dans une année 2020 exceptionnelle à bien des égards, l'habitat a été plus que jamais une valeur refuge et une source de bien-être ce qui a considérablement dynamisé le marché du bricolage.

DYNAMIQUES RAYONS 2020

Évolution par rayons tous circuits confondus



CRISE SANITAIRE

Sidération et réaction

L'année 2020 a été marquée par une crise sanitaire mondiale sans précédent prenant tout le monde de court. Au niveau du secteur, il a fallu s'adapter et se rapprocher entre distributeurs et industriels pour surmonter les difficultés et sortir de la crise plus forts.

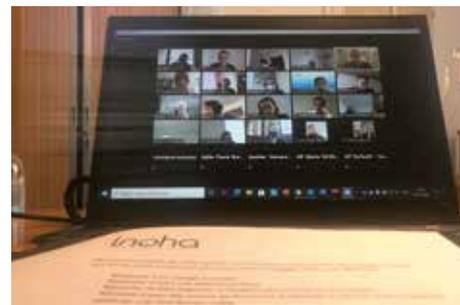
À l'annonce du premier confinement le 16 mars 2020, le monde s'est arrêté brutalement. En tant qu'association professionnelle, INOHA a immédiatement été aux côtés des Industriels du Nouvel Habitat. Pendant ces trois mois de premier confinement, INOHA est restée en contact avec ses adhérents. L'association s'est attachée à avoir une vision actualisée et précise de la situation des entreprises. Cela s'est concrétisé en prenant le pouls du secteur à travers des sondages sur différentes thématiques comme le point d'activité, la réouverture des magasins ou encore les capacités de livraison. Et pour avoir une vision globale de cette période INOHA a réalisé avec INNOSCAPE, Membre Associé INOHA, un sondage en fin d'année auprès des industriels pour dresser le bilan d'une année particulière.

Ce sondage révèle que 57 % des répondants constatent des surcoûts liés notamment à l'achat de protections sanitaires et aux Ressources Humaines (53 %). Enfin 75 % estiment que leur activité a été impactée par le manque d'interactivité avec les enseignes.

Tout au long de cette période, INOHA a surtout eu pour objectif de régulièrement échanger avec les distributeurs afin de renforcer les liens et de préparer au mieux l'après crise.

Parmi les participants au sondage

75 %
des entreprises
ont été impactées par le manque d'interactivité avec les enseignes



Développer les outils en distanciel pour s'adapter

La crise sanitaire a eu pour conséquence d'imposer de nouvelles méthodes de travail. L'ADN d'INOHA est le relationnel, la mise en réseau et l'organisation d'échanges entre acteurs du secteur du Nouvel Habitat. Devant l'impossibilité de se réunir physiquement, INOHA s'est rapidement adaptée en développant les méthodes de travail en distanciel. Les événements phares de l'association professionnelle ont été maintenus. Cela a été le cas des « Matinées de la Distribution » ou encore de la présentation des chiffres du marché français du bricolage 2019, qui par exemple, a réuni virtuellement plus de 120 adhérents.

Ainsi, plus de 62 événements ont eu lieu malgré tout et 14 formations ont été organisées. Au total en 2020, INOHA a réuni plus de 1252 participants à ses événements et formations.

Le distanciel a permis de poursuivre le service aux Adhérents en repensant les formats afin de maintenir le lien.

Sur les réseaux sociaux, INOHA a atteint les 1300 abonnés sur LinkedIn et le bilan des relations presse est également très positif puisqu'on comptabilise plus de 130 parutions dans la presse.

En 2020

1252
participants
aux événements
et aux formations organisés
par INOHA

INTERVIEW CROISÉE DES PRÉSIDENTS

Plus forts ensemble



JEAN-ERIC RICHE

BIO EXPRESS

20 décembre 1954 :
naissance à Dieppe

1974 - 1979 :
Université Paris Dauphine - PSL

1999 - 2020 :
Président de la société DEBFLEX

2014 :
Président d'Unibal
(devenue INOHA en 2019)



JEAN-LUC GUERY

BIO EXPRESS

7 Octobre 1960 :
naissance à Valenciennes

1982-1984 :
Ecole Centrale de Lyon

2006 :
Président D'OPTIMUM

2020 :
Président d'INOHA

INTERVIEW CROISÉE DES PRÉSIDENTS

Jean-Éric Riche, vous avez été président d'INOHA pendant 6 ans, pourquoi adhérer à cette association ?

J.-E. RICHE :

Ce qui rassemble avant tout les adhérents c'est leur besoin de comprendre le marché, les marchés.

En effet, grâce aux indicateurs chiffrés que l'on donne tous les mois, grâce aux rencontres avec les acteurs de la distributions, grâce à des études spécifiques, nous accompagnons nos adhérents dans leur connaissance des marchés et de leurs évolutions.

C'est un point essentiel. L'autre sujet important c'est leur besoin de partager leurs questionnements et leurs expériences. L'échange sur des préoccupations communes est source de richesses, de progrès et de gains de temps pour les adhérents. Enfin, les adhérents ont besoin d'être représentés tant vis-à-vis de leurs clients que des pouvoirs publics. Collectivement nous pesons plus fort.

J.-L. GUÉRY :

En rejoignant INOHA il y a quelques années, j'ai été rapidement frappé par l'intérêt que chaque entreprise pouvait y trouver. Une association comme INOHA permet de concilier les intérêts particuliers et l'intérêt de tous ! C'est un cercle hyper-vertueux : chaque entreprise se renforce en adhérant et chaque adhésion nous rend plus fort collectivement !

Comment a évolué le marché pendant cette période ?

J.-E. RICHE :

La principale évolution du marché est l'avènement de l'omnicanalité. Avec l'émergence d'Internet et des marketplaces, les canaux de distribution se sont multipliés et la difficulté pour un industriel aujourd'hui est de pouvoir s'adapter à chacun des modes de distribution qui ont tous leur spécificité. INOHA est là pour éclairer les adhérents sur les différents canaux et leur permettre de se positionner avec un maximum d'atouts en main.

Quel est le fait le plus marquant de votre Présidence ?

J.-E. RICHE :

Sans nul doute le changement de nom de notre association d'UNIBAL à INOHA. C'est la traduction forte de l'évolution de notre positionnement ; allant du bricolage à l'habitat dans son ensemble. Ce changement de nom est un point de départ et le mandat de Jean-Luc ancrera pleinement cette évolution. Aujourd'hui les industriels que nous fédérons répondent aux besoins qu'ont les Français d'améliorer leur habitat, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur.

Jean-Luc Guéry, vous avez été élu en plein tsunami et l'année 2020 a été une année extraordinaire dans tous les sens du terme.

Comment INOHA a agi ?

J.-L. GUÉRY :

Je ne reviendrai pas sur le choc que cela a été pour tous les chefs d'entreprise de devoir arrêter leur production et de mettre leur entreprise sur le mode pause. Au quotidien, Jean-Éric avait initié des échanges avec les enseignes de la distribution pour comprendre comment elles s'organisaient dans cette période, pour essayer aussi

d'avoir de la visibilité sur leurs réouvertures. Nous avons continué dans cette démarche. Nous avons également communiqué régulièrement avec nos adhérents pour faire remonter leurs difficultés, leurs besoins, et surtout relayer ces informations tant auprès des pouvoirs publics qu'auprès des distributeurs.

Grâce à la mobilisation des membres du Bureau et du Conseil d'Administration, ainsi que bien entendu de l'équipe de permanents, nous avons réussi à maintenir notre activité et nos services. Très rapidement, malgré de nombreuses difficultés, nous sommes passés en mode distanciel, en adaptant les formations à ces contraintes, en multipliant les matinées de la distribution et en organisant de nombreux webinaires.

Je voudrais remercier ici nos partenaires qui ont continué à nous accompagner dans cette période qui n'a pas été simple pour eux non plus. Et malgré cela, ils ont été là, à nos côtés. Merci à eux.



Quels enseignements en tirez-vous pour les prochaines années ?

J.-L. GUÉRY :

Premièrement, le marché de l'amélioration de l'habitat est un mouvement qui s'est accéléré cette dernière année : les Français se sont recentrés sur leur intérieur, qu'ils ont amélioré pour se sentir bien chez eux dans une période compliquée. C'est une tendance lourde. D'ailleurs les très bons chiffres du marché 2020 (+13 %) nous confirment l'engouement des Français pour leur habitat. Je pense que cette dynamique perdurera – même si c'est à un degré moindre – car en ces temps incertains l'habitat devient une valeur refuge, source de bien-être.

Deuxièmement, la conviction que nous devons dialoguer encore plus avec nos clients pour leur faire partager nos problématiques et comprendre aussi les leurs. Les échanges que nous avons eu avec les enseignes durant cette première période doivent se poursuivre. Mieux se connaître, c'est la condition pour mieux travailler ensemble.

Troisièmement, pour les adhérents d'INOHA, nous devons trouver le juste équilibre entre le distanciel et le présentiel. Avant la crise sanitaire, tous les événements à destination des adhérents avaient lieu en présentiel. Depuis, 100% sont organisés en distanciel. Quand nous aurons retrouvé une situation normale nous devons trouver le juste équilibre entre les deux. Pour nos adhérents, le fait de se rencontrer, d'échanger de visu est irremplaçable. Pour autant, la visio nous a apporté une véritable agilité et nous devons, pour certaines formes d'action, conserver cette façon de travailler.



« Nous sommes là pour accompagner nos adhérents dans les grandes transitions commerciales, industrielles, logistiques et environnementales auxquelles ils font face ».

Jean-Luc GUÉRY



Quels sont vos projets pour votre présidence ?

J.-L. GUÉRY :

Nous avons entamé en début d'année 2021 un travail collectif pour définir notre feuille de route stratégique pour 2025. Cette démarche est essentielle pour dégager les axes de travail d'INOHA pour les prochaines années. INOHA est là pour éclairer ses adhérents, pour les représenter, pour leur permettre d'échanger et construire avec eux les solutions pour développer leurs entreprises et leurs business. Nous devons poursuivre les travaux qui leur offrent une meilleure compréhension des marchés et leurs évolutions ; nous devons mieux les accompagner sur les questions de RSE et la REP (Responsabilité Élargie des Producteurs) sur les articles de bricolage et de jardin, qui se mettra en place en 2022 ; enfin nous devons encore plus porter la voix des adhérents auprès des pouvoirs publics.

Avez-vous un rêve pour la filière ?

J.-E. RICHE :

J'ai l'espoir que notre marché continue de se développer, que nos industries continuent d'innover pour répondre aux besoins des français, et que cette tendance lourde de l'amélioration de l'habitat, valeur refuge et de bien-être, perdure. Je rêve que ce dynamisme soit accompagné d'une plus étroite collaboration entre distributeurs et industriels.

J.-L. GUÉRY :

Mon souhait est d'aboutir à des relations équilibrées avec la distribution. Nous ne sommes rien les uns sans les autres. Et nous avons la possibilité de créer beaucoup de valeur ensemble. Chacun à des contraintes et des impératifs que nous devons mieux partager et anticiper. Nous devons travailler dans un véritable partenariat avec l'ensemble des acteurs de la distribution.



LES MATINÉES DE LA DISTRIBUTION

Moments d'échanges privilégiés

INOHA invite régulièrement les acteurs de la distribution à venir à la rencontre des industriels lors des Matinées de la Distribution. Ces moments privilégiés d'échanges entre les acteurs de la filière sont devenus un des événements phares d'INOHA.

Les Matinées de la Distribution ont pour but de permettre aux enseignes de présenter leurs stratégies, leurs attentes et leurs besoins vis-à-vis de leurs partenaires fournisseurs. Les enseignes de la distribution, celles du négoce ainsi que les pures players participent à ces Matinées de la Distribution.

Elles peuvent aussi évoquer leurs développements pour améliorer leur relation avec les fournisseurs (communication, logistique, tendances, etc.). Ces rencontres s'inscrivent parfaitement dans la démarche d'INOHA visant à développer le dialogue et l'écoute au sein de la filière.

C'est un moment privilégié pour les adhérents d'INOHA, l'opportunité d'avoir une meilleure vision de la stratégie des enseignes et de leurs attentes.

EN DISTANCIEL CETTE ANNÉE

Cette manifestation, comme toutes les autres, se tenait en présentiel. L'échange physique et les contacts avec les distributeurs en constituaient son ADN. Mais la pandémie a bouleversé l'organisation de ces événements et a amené INOHA à la repenser.

En 2020, les Matinées de la Distribution se sont donc déroulées en distanciel, par le biais de visio-conférences. Ce format a su trouver son rythme et a permis aux adhérents de garder le contact avec les acteurs de la distribution dans une période où la communication et le dialogue ont été plus que jamais essentiels.

“ Participer à des Matinées INOHA comme celle de Kingfisher me permet de me tenir informé de la stratégie des enseignes, de mieux cerner leur organisation globale et leurs attentes, d'interagir avec elles en direct. C'est clairement une opportunité unique d'informations délivrées en avant-première et de contact direct avec les boards. »

Stéphane Garreau
Directeur Opérationnel
chez SCS Sentinel

En 2020

430
adhérents
et **7**
enseignes

ont participé aux Matinées de la Distribution

MR BRICOLAGE
vendredi 3 juillet 2020

SOCODA
mardi 15 septembre 2020

KINGFISHER
mercredi 23 septembre 2020

BIG MAT
jeudi 15 octobre 2020

BRICOPRIVÉ.COM
jeudi 5 novembre 2020

CMEM
jeudi 19 novembre 2020

CDISCOUNT
mardi 1^{er} décembre 2020

FORMATION

Une offre revisitée

Depuis plusieurs années, INOHA propose tout au long de l'année aux Industriels du Nouvel Habitat et leurs équipes des formations adaptées. L'objectif premier est d'accompagner les adhérents afin de renforcer leur compétence.

L'arrivée fin 2019 de Michel Fourmy a permis d'impulser une nouvelle dynamique à la politique de formation de l'association, notamment avec une orientation vers des thématiques plus proches des problématiques des adhérents.

NÉGOCIATEUR EXPÉRIMENTÉ

Apprendre à négocier « façon GIGN »

Les intervenants, qui viennent à la rencontre des acteurs de la filière du Nouvel Habitat, sont des experts dans leur discipline et présentent parfois des profils peu communs.

Ainsi, un ancien négociateur du GIGN intervient dans les formations sur la négociation...

Les intervenants sont par ailleurs à l'écoute des adhérents pour leur proposer un accompagnement personnalisé en fonction des attentes et des besoins.



Top 3 des formations

Parmi les formations qui rencontrent le plus de succès, on peut noter les formations « **juridique et négociation** » qui visent à fidéliser et renforcer les relations commerciales.

Celles sur le « **Category Management** » aspirent à faire des marques des industriels les leaders de leur catégorie.

La formation « **Négociateurs expérimentés** » complète le podium et donne les clés pour entretenir le dialogue avec les différentes parties interagissant avec les industriels pendant les périodes de négociation.

Bien évidemment, l'année 2020 a été marquée par les confinements et les règles de distanciation sociale, ce qui a amené à reformater les formations et à les adapter.



Michel Fourmy
Responsable de l'Offre
chez INOHA

Des programmes différenciants, offrant une réelle valeur ajoutée

« La stratégie de l'offre formation 2020 a ciblé des programmes différenciants de ceux proposés aux adhérents d'INOHA par les « organismes traditionnels » déjà très nombreux.

Les domaines abordés concernaient principalement les axes stratégiques comme l'accompagnement à la transformation digitale pour les dirigeants, la Supply Chain, le marketing des marques par exemple. 2020 a été aussi l'objet d'une transformation profonde de l'offre en distanciel eu égard au contexte sanitaire. »

En 2020

14
formations
organisées par INOHA
pour
65
stagiaires





L'ÉTUDE SUPPLY CHAIN 2020

Publiée par INOHA en 2020,
avec le soutien du cabinet
LEON Logistic.

La Supply Chain évoluait au rythme de la conjoncture économique mondiale. Mais la crise sanitaire a mis en exergue la fragilité du modèle économique

de la logistique face au e-commerce et le manque de transparence et de visibilité entre industriels, distributeurs et consommateur final.

Pour pallier ce manque et rendre la Supply Chain plus compétitive, l'amélioration de la coordination en interne doit être un levier prioritaire dans la course aux parts de marché, notamment grâce à sa digitalisation.

En effet, ce développement est vu comme un accélérateur de la collaboration entre les maillons de la chaîne logistique et apporte plusieurs avantages : une meilleure interaction dans le processus de prévision, de planification et d'approvisionnement. Ajoutez à cela l'analyse des données, pour accroître la performance et l'intelligence artificielle, pour automatiser certaines tâches et détecter et restituer des informations pertinentes pour une meilleure prise de décision.

La chaîne logistique doit innover. Elle devra donc s'investir davantage dans la logistique du dernier kilomètre en s'adaptant aux contraintes des zones urbaines. Plusieurs modèles d'organisations logistiques émergent comme les espaces de logistique urbaine (ELU), les consignes et réseaux de point relais ou encore les véhicules autonomes.



À propos de l'étude Supply chain



“ Les retailers font face à une concurrence qui les déstabilise : le e-commerce. En effet, les canaux de distribution proposent une offre globale tournée vers l'expérience client et les consommateurs accèdent directement à l'information et au choix. Parmi les solutions pour combler ces lacunes, la digitalisation de la Supply Chain promet de fournir la transparence en temps réel, d'augmenter la vitesse et de gagner en réactivité. Aujourd'hui, le consommateur est de plus en plus soucieux de son impact sur l'environnement et cela se ressent dans son comportement d'achat. Et les conséquences de la Covid-19 pourraient pousser les industriels à relocaliser certaines fabrications, notamment celles qui sont automatisées et celles ayant conservé un savoir-faire et un écosystème local. Mais la tendance la plus probable est la recherche de résilience qui viendrait équilibrer la pression mise sur les coûts. »

Pierre Fournet

Président du Cabinet LEON Logistic

LE GUIDE DES NÉGOCIATIONS 2021

Réalisé par INOHA,
en collaboration avec L.A Solutions Avocats.

À la disposition des adhérents depuis l'automne 2020, ce guide accompagne les industriels dans les étapes de la négociation commerciale. Il fournit, par exemple, les points clés des conditions générales de vente (CGV) et donne des éléments comme les propositions de réforme du Code de commerce. Ce guide rappelle enfin notamment les principes contractuels et les règles établies par le code de bonne conduite INOHA/FMB.

RESPONSABILITÉ ÉLARGIE DES PRODUCTEURS

2022, c'est demain !

La REP (Responsabilité Élargie du Producteur) articles de bricolage et de jardin a été créée par la loi AGECE du 10 février 2020 et devra être mise en place au 1^{er} janvier 2022.

En octobre 2020, INOHA, le Secimpac, la FMB, les Jardineries et Animaleries de France ont signé avec Écomobilier, l'éco-organisme de la filière ameublement, un contrat de partenariat pour préparer la configuration de cette REP. Évaluation des tonnages mis sur le marché, organisation de la collecte, montant de la contribution, gouvernance de la filière, etc, autant de questions qui devront être réglées avant 2022. Un groupe de travail a été constitué au sein d'INOHA. Il est composé de Jérémy Pollet (SOPREMA), de Philippe Donnet (TTI) et de Didier Mauron (Wolfcraft).

Partenariat Écomobilier



« La collaboration qu'Éco-mobilier a entamé en 2020 avec INOHA et les autres fédérations pour préparer la configuration de la filière à Responsabilité Élargie des Producteurs des articles de bricolage et de jardin, nous est apparu comme une évidence compte-tenu de la proximité de vos produits avec les produits de la filière éléments d'ameublement. Elle a pour objectif de préparer la mise en place de la filière en étudiant la mutualisation du schéma opérationnel et ainsi de faire profiter l'ensemble des adhérents des synergies de coûts ».

Dominique Mignon

Directrice Générale d'Éco-mobilier



CODE DE BONNE CONDUITE INOHA/FMB

Le code de bonne conduite, cadre de référence dans la relation industriels / distributeurs pour le marché de la GSB date, dans sa dernière version, de 2014. Inoha et la Fédération des Métiers du Bricolage (FMB) ont décidé de le réactualiser. Avec l'objectif d'un nouveau code pour la rentrée de septembre 2021.

3 questions à Jean Noldi Paoella vice-président d'INOHA

Pourquoi faire évoluer le code ?

Un toilettage est nécessaire au regard des évolutions législatives et de la transformation du secteur, notamment avec la montée en puissance de la vente en ligne. Ce code a pour objectif de créer de la valeur en facilitant les relations entre distributeurs et fournisseurs, dans le respect du droit de la concurrence.

Quelles sont les principales évolutions ?

Avec Jean-Éric Riche, Président d'honneur d'INOHA, nous avons été missionnés par le Conseil d'Administration pour suivre ces négociations. Nous avons lancé plusieurs groupes de travail : sur la Supply Chain et la logistique, sur la sécurité des produits, les procédures de rappel et la réparabilité, sur l'échange d'information. Enfin, nous avons bien intégré le thème de l'e-commerce qui est transversal.

Qu'apporte ce code aux adhérents INOHA ?

À ma connaissance, c'est le seul qui existe dans la relation commerçants/fournisseurs. Il nous permet de faire de la pédagogie en recensant un certain nombre de fondamentaux dans les relations commerciales. Il permet également de rappeler les attentes des uns et des autres et aux adhérents de structurer leurs discussions. Enfin, ce code a force de loi pour les adhérents d'INOHA et de la FMB, c'est-à-dire qu'il s'impose à eux.

Pierre-Emmanuel Bois Un nouveau Délégué Général pour INOHA

Nommé le 13 octobre dernier suite au départ de Valérie Dequen.

Après une première expérience à l'Assemblée Nationale comme assistant parlementaire, il a effectué l'ensemble de sa carrière professionnelle au sein de différentes associations professionnelles : des artisans de l'alimentation au secteur de l'événementiel, en passant par les betteraviers et les entreprises du paysage.



**Consolider,
développer,
communiquer**

« INOHA s'est beaucoup développé au cours de ses dernières années sous la forte impulsion de Jean-Éric Riche, son Président, et de Valérie Dequen, sa Déléguée Générale. Mes trois priorités pour 2021 sont de consolider, de développer et de communiquer : Consolider notre vision collective en travaillant à une feuille de route stratégique d'INOHA pour 2025 ; Développer les services aux adhérents et les relations avec les pouvoirs publics. Enfin, communiquer pour porter encore plus haut les messages des Industriels du Nouvel Habitat. INOHA doit à la fois montrer la voie aux adhérents et aux pouvoirs publics mais aussi porter la voix des Industriels pour mieux les représenter et les servir ».

Pierre-Emmanuel Bois
Délégué Général

LA NOTE DE CONJONCTURE Western Union Business Solutions

La note de conjoncture est une synthèse hebdomadaire réalisée par notre partenaire Western Union Business Solution. Elle recense de façon très exhaustive sur une dizaine de pages **les principales données économiques** et offre une **analyse sur la conjoncture française**.

Cette note hebdomadaire est diffusée aux adhérents INOHA sur abonnement et inclue dans leur cotisation.



« Western Union Business Solutions, experte en gestion des paiements internationaux et couverture du risque de change, membre associé Gold INOHA, est très heureuse de partager avec les adhérents d'INOHA ses données et analyses hebdomadaires sur l'actualité économique et financière et se réjouit de pouvoir leur apporter conseils et expertises dans ces domaines »

Olivier Martin

Responsable partenariat et institution financière,
France & Benelux chez Western Union Business
Solutions



L'ADHÉSION Pour grandir ensemble

19 entreprises ont rejoint INOHA en 2020, confortant ainsi sa position et renforçant ses missions premières : fédérer et représenter les Industriels du Nouvel Habitat.

LES NOUVEAUX ADHÉRENTS

Plomberie/salle de bain/ cuisine

GODONNIER, DUBOURGEL
ET MARINELLI CUCINE.

Outillage

TIVOLY, COVERGUARD SALES
ET POSITEC.

Bois et menuiserie

SOGEM, TEAM ALTER ET
SOTRINBOIS.

Peinture/droguerie/colle/ adhésif

TECHNIMA GROUP.

Décoration

NOVODIS.

Jardin

AQUALUX, SOLIDOR
ET SPEAR & JACKSON.

Chauffage

CITIZEN FIRE ET S&P.

Revêtement

BERRYALLOC.

Bâtiment

EDILIANS.

Quincaillerie

GRUPODESA.



Merci aux
nouveaux Adhérents
qui nous ont rejoints
en 2020.
Grâce à eux, INOHA
gagne encore en
représentativité et en
force de négociation
et peut porter toujours plus haut la voix de la
filière ! «Plus forts unis», ce n'est pas un adage
mais une réalité tangible pour tous.»

Daniel Briard

Responsable développement
et relations Adhérents d'INOHA



Quels sont les arguments qui incitent les industriels à rejoindre INOHA ?

Philippe Opalinsky, Directeur Général de Spear & Jackson, revient sur la récente adhésion de son entreprise et sur les valeurs que véhiculent INOHA dans le Nouvel Habitat.

Comment avez-vous connu INOHA ?

J'ai connu INOHA qui se nommait alors Unibal lors d'une expérience professionnelle antérieure. J'avais à l'époque participé à de nombreuses commissions. J'avais pu constater à quel point les problématiques des différents industriels du bricolage et du jardin sont similaires et à quel point les échanges et le travail en commun peuvent être fructueux. Je suis donc en quelque sorte un nouvel adhérent qui revient dans la maison.

Quelles sont les forces d'INOHA pour le secteur de Nouvel Habitat ?

Adhérer à une organisation professionnelle telle qu'INOHA c'est être informé sur son marché, sur son environnement économique, juridique, social et réglementaire. C'est également, en tant que dirigeant de PME, se sentir moins seul face à ses problèmes, pouvoir se tourner vers une organisation qui a une connaissance très fine de nos marchés et de leurs enjeux.

Au-delà des forces, quelles sont pour vous les valeurs d'INOHA ?

Je dirais que c'est aussi participer à une aventure humaine, échanger avec des confrères, faire de belles rencontres, porter nos actions ensemble, œuvrer collectivement. Parce que seul on va vite, ensemble on va loin !

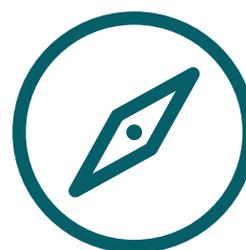
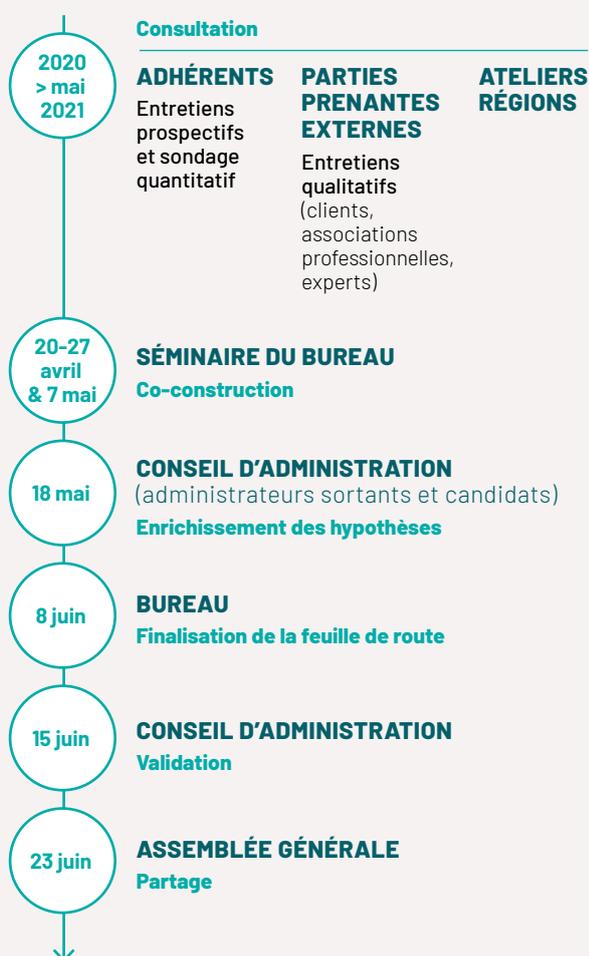
INOHA 2025

Ensemble, franchissons un cap !

En 2018, Unibal a changé de nom pour devenir INOHA. Un changement porté par une stratégie d'ouverture à de nouveaux circuits de distribution, à de nouveaux modes de consommation et à de nouveaux métiers. Avec l'objectif de valoriser toujours mieux les Industriels du Nouvel Habitat.

En 2020, pour aller plus loin et projeter INOHA à l'horizon 2025, il a été décidé d'élaborer une feuille de route stratégique. Cette démarche, accompagnée par le cabinet CH2, a été réalisée en consultant les parties prenantes et les adhérents et en co-construisant, au sein du Bureau et du Conseil d'Administration, les orientations et les actions à venir.

ÉLABORATION DU PLAN STRATÉGIQUE



OBJECTIF

Une démarche de co-construction

Des entretiens prospectifs ont eu lieu avec des adhérents en 2020 et, début 2021, une « Enquête Adhérents » a été réalisée pour mieux comprendre leurs problématiques et leurs attentes vis-à-vis d'INOHA. Au printemps, des parties prenantes externes (clients, associations professionnelles et experts du secteur) ont été consultées pour exprimer leur vision. Pour approfondir certains points et tester certaines options, des ateliers avec les adhérents ont été réalisés dans les cinq régions INOHA (Nord-Ouest, Nord-Est, Sud-Est, Sud-Ouest et Ile-de-France).

Parallèlement, les membres du Bureau et les membres du Conseil d'Administration ont travaillé à l'élaboration de cette stratégie en définissant la mission, les axes stratégiques et les actions prioritaires. Cette feuille de route a été validée le 15 juin 2021 par les membres du Conseil d'Administration et présentée lors de l'Assemblée Générale d'INOHA le 23 juin.

L'objectif affirmé à travers ce plan stratégique est de franchir un cap lors des prochaines années pour permettre aux adhérents d'INOHA d'être des industriels mieux informés, plus compétitifs, plus responsables et plus influents.



CONTEXTE

Tension sur les fabricants

Le nouvel habitat devient un refuge plus protecteur, plus personnalisé et plus écologique, avec des parcours d'achat toujours plus fluides et digitalisés pour les clients. Les repères traditionnels tendent à disparaître avec l'effacement des frontières entre magasins physiques et web, entre particuliers et professionnels, entre local et global.

La pression concurrentielle entre les acteurs de la distribution va s'accroître, augmentant la tension sur les fabricants en termes de prix, de délais et de valeur ajoutée, tant en termes de produits que de services.



MISSION

Fédérer les Industriels du Nouvel Habitat

INOHA rassemble les fabricants de produits manufacturés destinés à l'entretien, au bricolage, à l'aménagement extérieur, au jardinage, à l'amélioration de l'habitat et à la construction résidentielle neuve.

INOHA s'est donné pour mission de fédérer les Industriels du Nouvel Habitat pour les aider dans leur développement, dans une approche multi-canal :

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

STRATÉGIE

4 axes

Partant de la mission d'INOHA (Éclairer, Construire, Peser), quatre évolutions stratégiques ont été définies :

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

Les administrateurs d'INOHA travailleront au second semestre 2021 au plan d'action à mettre en œuvre dès 2022.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

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

LE BUREAU



Jean-Luc GUÉRY
Président d'INOHA
OPTIMUM



Jean-Éric RICHE
Président d'Honneur



Jean-Noldi PAOLELLA
Vice-Président
LEGRAND FRANCE



Christian DAUDIER
Vice-Président
A quitté le Bureau en juin 2021



Katty STAHL
Est entrée au Bureau en juin 2021
FOREST STYLE



Christian GUILLOU
Est entré au Bureau en juin 2021
NORDLINGER PRO



David RIQUIER
Vice-Président
A quitté le Bureau en juin 2021
HOLDING LUCIEN RIQUIER



Jean-Robert MARENCO
Trésorier
GROUPE ATLANTIC



Jean-Pierre DANO
Secrétaire
BRUNEL Chimie & Dérivés



Pierre-Emmanuel BOIS
Délégué Général

LES REPRÉSENTANTS DES SECTEURS D'ACTIVITÉ



OUTILLAGE
Philippe DONNET
TTI / RYOBI & AEG



ELECTRICITE
Bertrand DELHOM
SCANELEC
GROUPE SCHNEIDER
ELECTRIC FRANCE



BATIMENT
Jérémy POLLET
SOPREMA



BOIS ET DÉRIVÉS
Katty STAHL
FOREST STYLE



**PLOMBERIE / SANITAIRE /
CHAUFFAGE**
Laure EMPEREUR
EDOUARD ROUSSEAU SAS



DECORATION
Clément des BOSCS
RECA PEINTURES



QUINCAILLERIE
André WINTERHOFF
ABUS France



JARDIN
Philippe OPALINSKI
SPEAR & JACKSON

LES REPRÉSENTANTS DES RÉGIONS



NORD EST
Jean BLEU
BURGER



NORD OUEST
Jean-Michel COGNON
WIRQUIN Plastiques



SUD EST
Laurent GALL
AC MARCA IDEAL



SUD OUEST
Florent FOCHE SATO
HBF



ÎLE-DE-FRANCE
Didier MAURON
WOLFCRAFT

LES REPRÉSENTANTS PAR TAILLE D'ENTREPRISE



+ DE 20 MILLIONS DE CA
Pascal MALAFOSSE
SIKA FRANCE



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

LES ADMINISTRATEURS SORTANTS

Nous remercions tout particulièrement les administrateurs sortants pour leur temps et leur expertise : **Isabelle Mengelle-Bové, Barnabé Chivot, Pierre-Yves Belin, Vianney Descheemaeker, Thierry Lemaire, Bruno Lacroze, Christophe Croly-Labourdette et Didier Koepfel.**

LES COLLABORATEURS D'INOHA

Pierre-Emmanuel Bois

Délégué Général

Email : pebois@inoha.org

Tel. : 06 07 90 26 71

Véronique Bourbier

Assistante de Direction

Email : vbourbier@inoha.org

Tel. : 01 53 42 36 50

Michel Fourmy

Responsable de l'Offre

Email : mfourmy@inoha.org

Tel. : 06 58 06 06 79

Daniel Briard

Responsable développement

et relations adhérents

Email : dbriard@inoha.org

Tel. : 07 60 01 06 88

Juliette Lauzac

Chargée d'études (externalisée)

Email : juliette.lauzac@gmail.com

Lalaina Andriamasy

Chargée de communication

Email : landriamasy@inoha.org

Tel. : 06 58 06 06 28

José-Miguel Olaso

Comptable

Email : jmolaso@inoha.org

Tel. : 01 53 42 36 46

MEMBRES ASSOCIÉS GOLD



bazaarvoice

DACHSER
Intelligent Logistics



WesternUnion WU Business Solutions

MEMBRE ASSOCIÉ PREMIUM

ALKEMICS

MEMBRES ASSOCIÉS



PARTENAIRE



Rédaction :
INOHA

Conception / réalisation :
agence ZZB- juin 2021

Crédits photo :
DR, Inoha, Istockphotos, Thinkstock



inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

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

inoha.org

twitter 

LinkedIn 