

A man and a woman are working together on a large table covered with architectural blueprints. The man, on the left, is wearing a blue t-shirt, safety glasses, and a yellow and black headset. He is holding a pencil and looking at the plans. The woman, on the right, is wearing a white long-sleeved shirt under a blue vest and is also looking at the plans. On the table, there are various tools including a red level, a yellow tape measure, a green and black cordless drill, a yellow and black screwdriver, and a laptop. The background shows a workshop environment with wooden beams and a large gear graphic on the wall.

Rapport d'activité 2022

inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

Chiffres clés et faits marquants **2022**

20

**nouvelles entreprises
ont rejoint INOHA en
2022**

p.21

58 %

**c'est le Net Promoteur
Score*** obtenu par INOHA
en 2022 auprès de ses
adhérents, soit **15% de plus**
par rapport à 2021

(*taux d'engagement des
adhérents à recommander INOHA)

p.4

13

actions presse

menées en 2022
générant

260 articles

p.20

RSE

nouvel axe stratégique
d'Inoha : **16 événements**
et **201 participants en**
2022

p.14-15

INODATA

création de
la plateforme
de Business
Intelligence qui
décode les données
économiques et les
tendances du Nouvel
Habitat

p.8-9

102

événements organisés par
INOHA ont rassemblé

2821

participants

Association professionnelle des Industriels du Nouvel Habitat, INOHA fédère, depuis 1978, les fabricants de produits manufacturés destinés à l'entretien, au bricolage, à l'aménagement extérieur, au jardinage, à l'amélioration de l'habitat et à la construction résidentielle neuve. Sa position au cœur de la filière de production procure à INOHA son expertise, sa crédibilité et sa représentativité indispensable pour porter et défendre les valeurs et les intérêts des industriels de la filière. INOHA et ses adhérents sont au service des Français qui font de leur habitat une valeur refuge, source de leur bien-être.

ÉDITO

Les chantiers sont immenses et enthousiasmants



L'année 2022 aura été marquée par un net ralentissement de l'activité des industriels en volume (-15%), même si en valeur l'effet inflation permet au secteur de rester positif. La dynamique que nous avons vécu en 2020 et 2021 tend donc à s'estomper, nous ramenant à un rythme proche de la période avant Covid.

Il n'en demeure pas moins que le désir d'Habitat des Français reste important et que, structurellement, nous sommes sur un marché porteur.

Cela étant, nous devons encore mieux comprendre les attentes des consommateurs et relever les défis environnementaux auxquels nous faisons face.

En 2022, INOHA s'est fortement investi sur ces sujets pour éclairer ses adhérents, construire ensemble des solutions et peser auprès de son écosystème.

Notre ligne directrice s'illustre notamment par le Code de Bonne Conduite, que nous avons signé avec la FMB le 15 juin 2022, par la création d'INODATA, la plateforme de Business Intelligence du Nouvel Habitat, mais également par la politique volontariste en matière de RSE que nous impulsions.

Notons que, charité bien ordonnée commençant par soi-même, nous avons réalisé le bilan carbone de notre association.

Les chantiers sont immenses et enthousiasmants. INOHA sera aux côtés de ses adhérents pour continuer à les accompagner.

La progression du Net Promoteur Score (NPS), de 15 points en 2 ans pour atteindre 58% de taux d'engagement de nos adhérents à recommander INOHA, est un encouragement important, tant pour les équipes que pour les membres du Conseil d'Administration et du Bureau.

La réélection des administrateurs, ainsi que la mienne, pour un nouveau mandat de trois ans nous permettra de continuer à mettre en œuvre le plan stratégique « INOHA 2025 : Ensemble, franchissons un Cap ! » avec trois priorités : la RSE, l'échange d'expériences et le décryptage des données économiques et des tendances de consommations.

Un voyage de mille lieux commence par un pas, disait Lao Tseu. Nous savons que le chemin est encore long mais 2022 nous a permis de faire un premier, grand, pas.

Alors, ensemble, continuons !

Jean-Luc Guéry

Président d'INOHA

ADHÉRENTS

Satisfaction des adhérents : résultats très encourageants

En fin d'année, une enquête de satisfaction a été réalisée, pour évaluer le taux de satisfaction des adhérents sur les missions et les actions réalisées par INOHA en 2022.

Les adhérents, à travers les résultats de l'enquête, témoignent de la confiance qu'ils portent à leur association professionnelle. L'appréciation globale sur les services et les offres d'INOHA est extrêmement positive puisque les adhérents sont très satisfaits à 55,5% et satisfaits à 45,5%.

L'enquête portait sur la façon dont les adhérents perçoivent les services d'INOHA au travers des 3 grandes missions posées par le plan stratégique 2025 et qui structurent l'action de l'association professionnelle : Eclairer, Construire et Peser.

• **Sur la mission qui consiste à « Éclairer »**, les adhérents sont très

satisfaits à 56,9% et 43,1% satisfaits.

• **Sur la mission qui consiste à « Construire »**, 21,5% des adhérents sont très satisfaits, 70,8% sont satisfaits et 7,7% peu satisfaits. C'est l'item le moins bien noté par les adhérents.

De nouvelles actions sont mises en place dès 2023, comme le Club RSE ou les capsules de compétences et les groupes d'échanges d'expériences.

• **Sur la mission qui consiste à « Peser »**, 47,7% des adhérents se déclarent très satisfaits et 49,2% satisfaits.

Enfin, sur la **qualité de la communication** d'INOHA, 49,2% des adhérents sont très satisfaits, 49,2% sont satisfaits et 1,5% peu satisfaits.

**58 %
de NPS***



* Le NPS Une méthodologie exigeante

Le chiffre le plus important pour une association professionnelle comme INOHA est celui du Net Promoteur Score. Pour rappel, le NPS cherche à mesurer de façon très exigeante le taux de recommandation et donc de fidélité des adhérents en leur demandant d'indiquer sur une échelle de 1 à 10 leur engagement à recommander l'association. Le NPS permet ainsi de mettre en avant trois profils : les promoteurs, les passifs, les détracteurs (est promoteur la réponse entre 9 & 10, est passif la réponse entre 7 & 8, est détracteur la réponse entre 0 & 6). Le taux du NPS est obtenu en soustrayant les détracteurs des promoteurs. Les passifs ne sont pas comptabilisés.

En 2022, INOHA obtient un score de 58 %, soit 15 % de plus par rapport à 2021, ce qui témoigne d'un très bon engagement des adhérents.

ÉCLAIRER



Éclairer en décryptant les enjeux de la filière, l'évolution
des marchés, les attentes des consommateurs et des
distributeurs, pour nourrir l'innovation...



CHIFFRES 2022

Une année en trompe-l'œil



Après deux années (2020 et 2021) en forte progression, l'année 2022 se maintient en valeur, grâce à l'inflation, mais dévisse en volume.

L'année 2022 marque une année particulière avec un ralentissement fort de la consommation qui a commencé à se faire sentir dès le printemps 2022 concernant les projets d'aménagement. Ainsi, sur l'année 2022, la progression en valeur atteint +0,8% sur la GSB et +7,8% sur le Négoce par rapport à 2021. Avec des volumes qui, sur l'année 2022, ont baissé de 13% par rapport à l'année 2021 !

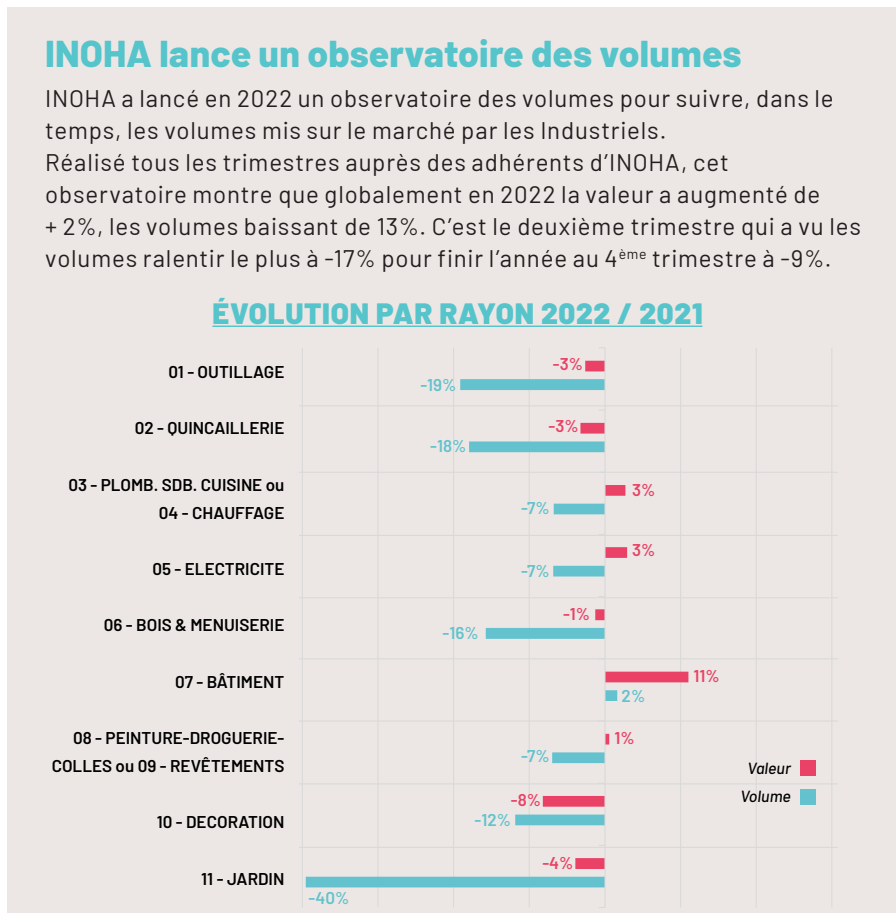
Cela s'explique par une inflation des matières premières, comme le bois, dès fin 2021, liée à la reprise post-Covid, accentuée et généralisée à la suite du déclenchement de la guerre en Ukraine en février 2022. Une autre explication est liée aussi à la réallocation des budgets des ménages sur les voyages et les sorties, après deux années où les Français ont été contraints par la crise du Covid.

Sur le circuit GSB

Sur le circuit GSB, de fortes disparités existent en fonction des rayons. Les plus performants, en valeur, sont le Chauffage +15,6% et le Bâtiment +6,3%. Cinq rayons s'inscrivent globalement en retrait, en valeur, par rapport à 2021 : Outillage -7,2%, Peinture-Droguerie-Colles -5,3%, Décoration -4,3%, Quincaillerie -1,5% et Jardin -0,5%.

Sur le circuit Négoce

Sur le circuit Négoce, en valeur, les rayons les plus performants en 2022 sont : la Couverture +14,3%, le Gros



œuvre +11,2%, le Plâtre-Isolation +10,4% et la Plomberie +10,2%. Et les moins performants sont la Peinture +1,1%, le Sanitaire +3% et l'Outillage +3,7%.

Sur les marges des industriels

Cette situation a, bien entendu, eu des conséquences négatives sur les marges des industriels. Selon l'en-

quête d'INOHA, faite à l'automne, auprès de ses adhérents, 77% des répondants constatent une forte baisse de leur marge, ayant été obligés de prendre à leur charge une partie des hausses des matières premières. Une année difficile, donc, pour un certain nombre d'entreprises qui ont vu leurs volumes et leurs marges chuter, même si, en valeur, le marché est resté stable.



En 2022, les consommateurs recherchent moins sur Internet

Dans le parcours d'achat, la recherche sur Internet constitue maintenant une pratique courante. C'est pour cela qu'INOHA a mis en place un partenariat avec l'entreprise Trajaan pour étudier les recherches des internautes français sur plus de 1000 produits brico et jardin de nos catégories de référence. Ainsi, en 2022 on peut constater globalement une baisse de -5,02% de volume de recherche, versus 2021. Deux rayons seulement sont à la hausse, le Chauffage et la Ventilation à +19,57% et l'Electricité à +1,14%. Les plus fortes baisses de recherche sont sur le secteur Jardin -16,69%, le Revêtement à -11,11% et la Décoration à -8,05%. Des analyses disponibles chaque mois sur INODATA.

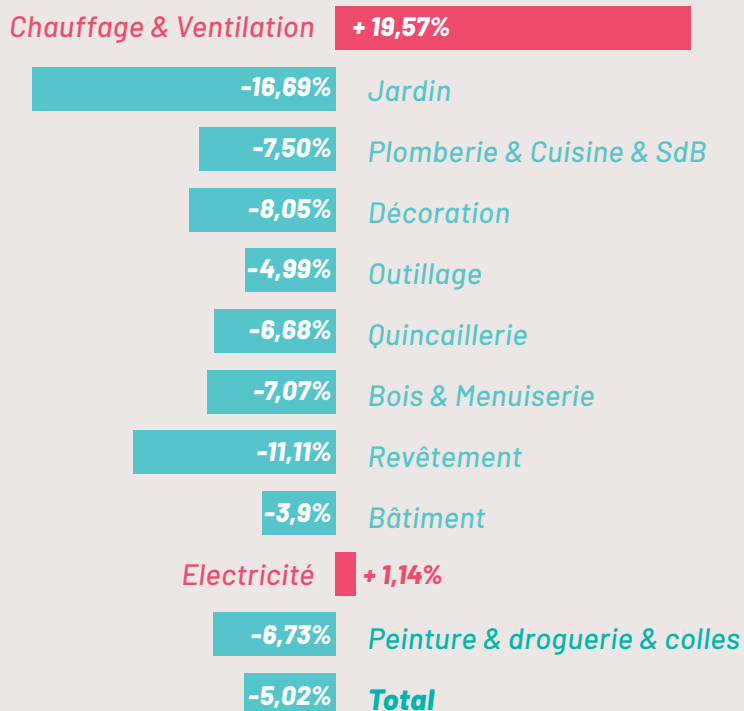


Juliette Lauzac

chargée d'étude externalisée INOHA

« L'année 2022 a été marquée par des tensions croissantes sur le marché de bricolage : tensions au niveau des prix des matières premières, qui se sont répercutées sur toute la chaîne de valeur, jusqu'au consommateur final, dont elle a freiné la demande. Cela se traduit par une baisse des volumes de vente, en grande partie compensée par l'effet inflation. Le ralentissement des ventes immobilières au cours de 2022, associé au contexte inflationniste qui pousse les ménages à réduire leurs dépenses, remet en question les perspectives pour l'année 2023 ».

VOLUME DE RECHERCHES SUR INTERNET 2022 / 2021



Source : INODATA - Trajaan

INODATA

INODATA, la nouvelle plateforme de Business Intelligence d'INOHA



En cette période d'incertitude, les entreprises ont besoin plus que jamais de s'appuyer sur des données pertinentes, complètes et précises pour prendre les meilleures décisions. INOHA, propose un service innovant pour gagner en performance : INODATA.



La nouvelle plateforme de Business Intelligence, véritable observatoire de l'économie et des tendances du Nouvel Habitat, favorise le décryptage des données et la connaissance du marché.

UN PROJET INNOVANT ET AMBITIEUX

Le projet a été élaboré tout au long de l'année 2022 avec notamment une phase test de deux mois au cours de laquelle plus de 80 personnes représentant près de 60 entreprises ont eu accès à l'ensemble de l'offre. Des

groupes de retour d'expérience ont été animés pour améliorer l'offre ainsi que l'ergonomie de la plateforme. La plateforme de Business Intelligence et de datavision INODATA, a ainsi été lancée le 8 mars 2023.

DES OUTILS POUR UN PILOTAGE PRÉCIS DE L'ENTREPRISE

Cette plateforme est tout à fait innovante. Elle propose, en effet, en un seul et même endroit, un ensemble de données structurées en trois grands chapitres :

- **37 indicateurs macro-économique.**
- **Les données marchés des circuits GSB, Négoce, GSA, Jardinerie et Lisa,**

structurées autour des 12 rayons de notre référentiel et avec une granularité pouvant aller jusqu'aux sous-familles.

• 2 enquêtes consommateurs inédites et exclusives :

- Une, trimestrielle, sur les comportements d'achat (produits, circuits, montant des dépenses) sur les 3 derniers mois et les 3 mois à venir.
- Une, semestrielle, sur les projets d'aménagement (analyse sur les projets passés et sur ceux à venir).

• **1 analyse des recherches effectuées par les consommateurs sur Internet :** analyse autour de 5 tendances majeures de consommation (DiY, Economie de l'usage, pré-



INTERVIEW

Thomas Rabanit
MEMBRE DU BUREAU



Guillaume Baillon

BU DIY Director - Hettich

«La plateforme INODATA nous propose une amélioration importante dans la qualité de l'information marché dont nous avons besoin. L'arborescence est simple et claire ; les filtres nous permettent d'affiner les recherches et la sortie d'extractions répondant à nos besoins spécifiques. Le partage avec d'autres est facilité. J'ai aussi souscrit à l'enquête consommateurs sur les projets pour avoir une vision sur l'avenir. Cet outil est très très satisfaisant.»

Pourquoi avoir mis en place cette plateforme INODATA ?

T. Rabanit :

La première mission d'INOHA est d'éclairer ses adhérents et INODATA est l'aboutissement d'un des trois dossiers prioritaires défini en 2021. L'accès à l'information est essentiel pour piloter notre activité, mais cela est très souvent chronophage et coûteux. INODATA répond ainsi à trois enjeux : avoir une information riche en qualité de données déjà organisées, avoir une interface intuitive et dynamique que l'on peut personnaliser, et avoir un coût modéré grâce à la mutualisation. Avec INODATA on entre dans une autre dimension de traitement des données sur nos marchés.

Quel est le plus pour les industriels ?

T. Rabanit :

Les adhérents d'INOHA ont accès à un éventail de données sans équivalent, allant de données macroéconomiques jusqu'à la donnée spécifique sur nos marchés en passant par les tendances de consommation. Nous avons élargi la couverture sectorielle puisqu'en plus du marché Négoce et GSB, nous couvrons maintenant la GSA et la Jardinerie/Lisa et bientôt, nous l'espérons, le marché du web. Les adhérents disposent dans un lieu unique et sécurisé de l'ensemble de ces données qu'ils peuvent partager au sein de leur entreprise. Nous pouvons, ainsi, grâce à INODATA piloter notre performance et préparer l'avenir.

« les adhérents d'INOHA ont accès à un éventail de données sans équivalent »

Que diriez-vous à un collègue qui hésite encore ?

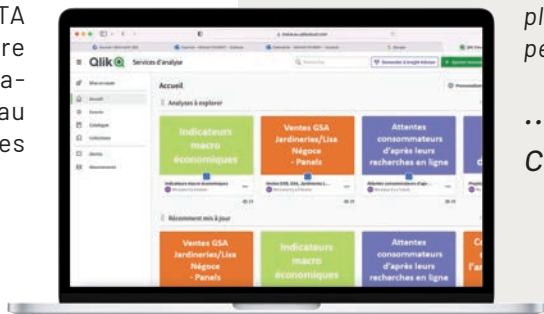
T. Rabanit :

Il faut qu'il fasse un essai ! Au moins sur une partie de l'offre. Et qu'il n'hésite pas à participer aux webinaires qu'INOHA organise pour bien prendre en main la plateforme. Il est évident que cela change nos habitudes et donc il faut que l'on s'adapte. La plateforme est très puissante et bien la maîtriser peut demander un peu de temps. Mais il verra...

... l'essayer et la maîtriser, c'est l'adopter !

férence locale, RSE, sensibilité prix), complétées par une analyse de ces recherches par rayon et par circuit.

Près de 450 personnes sont inscrites sur INODATA et ont accès aux services inclus dans l'adhésion. Ceux qui y ont souscrit bénéficient également des services complémentaires payants qui sont proposés sur la plateforme. L'ambition est de faire d'INODATA la référence en matière de données quantitatives et qualitatives au service des entreprises du Nouvel Habitat.



MATINÉES DE LA DISTRIBUTION

Des échanges constructifs qui permettent d'avancer !

Plus que jamais, les moments de dialogues et d'échanges entre distributeurs et fournisseurs sont importants. Les Matinées de la Distribution constituent, ainsi, l'opportunité d'échanger avec les enseignes lors d'un moment privilégié.

En 2022, 11 enseignes de la filière et les pure-players sont venus échanger avec les industriels du Nouvel Habitat pour présenter leur positionnement, leur marché et leur stratégie et répondre aussi à toutes les questions.

477

Nombre d'adhérents participants



11 enseignes

ont participé aux « Matinées de la Distribution » en 2022.



- ✓ 26 janvier **Socoda**
- ✓ 14 avril **Mr Bricolage**
- ✓ 19 mai **Leroy Merlin**
- ✓ 14 septembre **CMEM**
- ✓ 11 octobre **Gedimat**
- ✓ 20 octobre **Bricoprivé**
- ✓ 21 octobre **Manomano**
- ✓ 15 novembre **Bigmat**
- ✓ 15 novembre **Samse**
- ✓ 24 novembre **ToutFaire**
- ✓ 30 novembre **Toolstation**



LES RENCONTRES "ÉCO"

Des éclairages économiques pertinents

Comme chaque année, dans l'objectif d'apporter aux industriels une vision plus claire de l'économie et de ce qui s'y passe, INOHA organise des rencontres entre un économiste et ses adhérents.

En 2022, dans le cadre des « Rendez-vous Éco & Co », 3 économistes sont venus présenter leur vision et les perspectives économiques :

Economiste et spécialiste reconnu des matières premières, **Philippe Chalmin** est venu évoquer le 16 mars 2022 « Les matières premières : en a-t-on fini avec le super cycle ? ». Lors de l'Assemblée générale d'INOHA, le 18 mai 2022, une intervention de **Christian Saint-Etienne**, économiste, universitaire et analyste

politique, a permis de mieux comprendre les conséquences géopolitiques du conflit en Ukraine mais aussi d'évoquer les conditions de la réindustrialisation.

Pour parler de la conjoncture économique de la rentrée, **Jean-Marc Daniel**, économiste, Professeur associé à ESCP Business School est venu, le 21 septembre, à la rencontre des industriels du Nouvel Habitat et de ses partenaires dans le cadre des RDV Éco & Co.



CONSTRUIRE



Construire ensemble l'avenir, en partageant
les bonnes pratiques, en montant en compétences, en
nouant des partenariats et en mutualisant
des solutions...



Code de Bonne Conduite : nouvelle version

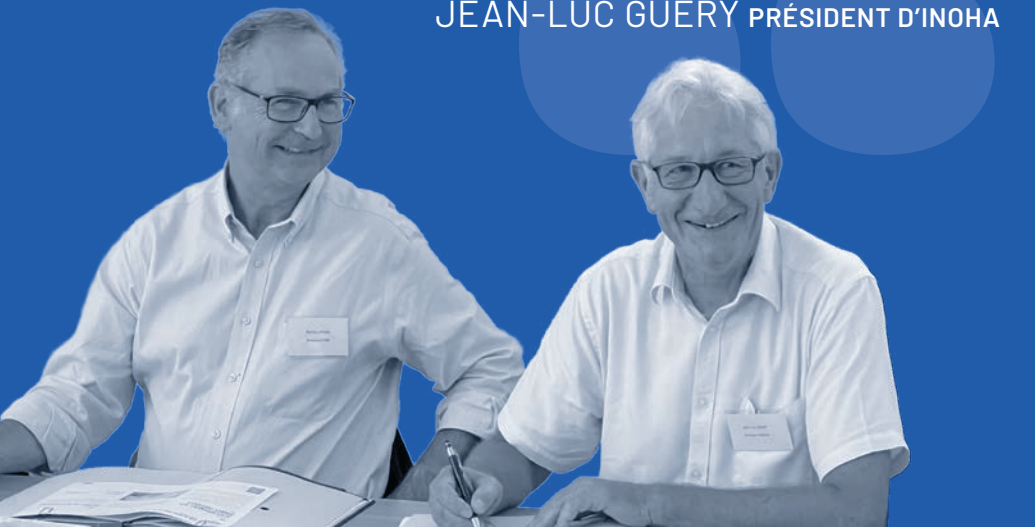


Ce Code, signé le 15 juin 2022 entre INOHA et la FMB, s'applique à la commercialisation des produits à Marque Nationale (MN) et sous Marque de Distributeur (MDD).

Il concerne l'ensemble des adhérents de la FMB et d'INOHA (quelle que soit leur localisation géographique) dans le cadre de la commercialisation des produits des Fournisseurs sur le territoire national.

INTERVIEW CROISÉE

MATHIEU PIVAIN PRÉSIDENT DE LA FMB
JEAN-LUC GUÉRY PRÉSIDENT D'INOHA



ensuite, l'adapter aux nouveaux modes de consommations, comme la livraison directe qui n'était pas mentionnée dans le Code précédent. Nous voulions également créer plus de réciprocité dans les droits et devoirs de chacun, comme nous l'avons fait dans l'annexe logistique. Mais l'objectif du Code est surtout d'avoir un cadre commun de référence qui permette aux entreprises de la filière de créer de la valeur et d'en apporter aux Français, qui font de leur habitat une valeur refuge.

Comment ce sont déroulées les discussions ?

JLG : Toujours de manière constructive, même si nous avons eu des différents que nous avons réussi à dépasser pour arriver à une situation d'équilibre qui permet à chacun, dans le cadre du Code, de développer son business. Ce dialogue, que nous avons entre INOHA et la FMB, doit exister au niveau des industriels et des distributeurs, y compris, et surtout, dans les boxes de négociation où c'est en échangeant que l'on trouve les solutions.

MP : Les négociations furent riches et intenses. Je retiens surtout que - de part et d'autre - a toujours prévalu la volonté d'aboutir et de rechercher le compromis au service de la

Quels étaient vos objectifs lorsque vous avez décidé de mettre à jour le Code de Bonne Conduite INOHA/FMB ?

Mathieu Pivain :

Le Code de Bonne Conduite est un outil majeur dans les relations commerciales dans notre secteur du bricolage. L'objectif premier est donc naturellement d'avoir un outil adapté

aux besoins des adhérents de la FMB, dont l'activité évolue de manière très intense ces dernières années. La mise à jour du Code actuel était devenue indispensable également du fait de l'inflation législative et réglementaire.

Jean-Luc Guéry :

Nous avons en premier lieu la nécessité d'ajuster le Code pour qu'il soit conforme aux évolutions réglementaires. Nous souhaitons,

performance partagée. Car l'objectif était avant tout de consolider des relations commerciales qui permettent de répondre aux défis auxquels font face nos entreprises tout en continuant de garantir le meilleur service au client final, le consommateur.

Quelle est votre plus grande fierté dans l'accord que vous avez trouvé ?

MP : Je dirais que c'est le fait que ces travaux ont abouti à un enrichissement considérable du Code, au-delà d'une simple mise à jour. Les enseignes de bricolage sont très attachées au partenariat avec leurs fournisseurs, et la signature du Code de Bonne Conduite avec INOHA traduit parfaitement cet état d'esprit.

JLG : Je crois que cette année de discussion avec la FMB nous a permis de recréer de la confiance, de bâtir un cadre d'échanges propice à la création de valeur pour la filière. De

2010 à 2019, le taux de marges des industriels est passé de 9% à 4%. Nous devons collectivement inverser cette tendance. Les discussions sur le Code nous ont permis de faire émerger d'autres sujets, comme celui de la data et de la RSE, qu'il est indispensable de travailler en filière.

Ce Code ne règle pas tout, que conseillez-vous à vos adhérents s'il subsiste un différent ?

JLG : D'abord il faut se parler, échanger sur les difficultés éventuelles que nous pouvons avoir les uns ou les autres. Ensuite, si l'on ne trouve pas de solution, il ne faut pas hésiter à faire appel au Médiateur des entreprises. Nous l'avons rencontré, avec Mathieu,

en septembre dernier pour lui présenter notre Code. Il a félicité la filière d'avoir ce type de dialogue et surtout il a dédramatisé la démarche de la saisie de la médiation. C'est parfois plus facile de trouver une solution quand on a une personne de neutre autour de la table.

MP : Je n'ai pas de conseil à donner à mes adhérents, qui sont les premiers à avoir la volonté de favoriser le dialogue au service de nos clients et de la croissance de tous. Mais comme le dit Jean-Luc, le recours au Médiateur des entreprises peut aider à lever les différends.



En téléchargement
sur l'extranet d'INOHA



Les principales précisions apportées par le Code

→ Tarif et conditions tarifaires

Confirmation de la place du tarif du Fournisseur comme socle de la négociation commerciale et explicitation des conditions tarifaires (caractéristiques et modalités d'octroi).

→ Partenariat commercial

Définition d'un calendrier d'échanges entre Fournisseurs et Distributeurs :

- au plus tard le 1^{er} décembre de chaque année, communication par le Fournisseur de son tarif brut et de ses conditions de vente applicables pour l'année suivante.
- au plus tard le 31 décembre, communication par le Distributeur de ses éventuelles conditions d'achats et/ou logistiques, ou toute autre condition, et son projet d'accord commercial.
- engagement de chaque Partie de

s'efforcer d'analyser et de présenter ses éventuelles observations sur ces documents échangés dans un délai d'un mois à compter de leur réception.

- en cours d'accord, engagement du Fournisseur à communiquer, par tout moyen écrit, toute demande de changement du tarif applicable dans le respect du délai de préavis convenu contractuellement avec son client, ce délai étant au maximum de huit semaines.

→ Pénalités

- affirmation de l'importance de privilégier des échanges en vue de la mise en place d'actions correctives permettant d'éviter les incidents récurrents et de favoriser une amélioration continue de la relation et des procédures.
- énoncé des conditions acceptables de

pénalisation selon le nouvel article L. 441-17 du Code de commerce.

→ Chaîne logistique et amélioration du service

Énoncé détaillé de règles applicables aux Fournisseurs et aux Distributeurs à toutes les étapes de la chaîne logistique dont notamment :

- pour les Fournisseurs : fourniture de produits conformes, livraisons à la date convenue, etc.
- pour les Distributeurs : respect des minimums, des maximums et/ou des multiples de commandes, respect des modalités de commandes convenues, etc.
- incitation à la mise en oeuvre de points d'échanges réguliers.
- énoncé d'un schéma de retours des produits.

RSE

Ensemble pour une industrie responsable et engagée



En 2022, INOHA a accéléré l'accompagnement de ses adhérents sur les enjeux incontournables de la RSE. Avec, notamment, une montée en puissance du décryptage des aspects réglementaires et le démarrage d'une stratégie de décarbonation.



InohaDays autour de 3 grands enjeux développement durable (décarbonation, économie circulaire et réindustrialisation) a complété cette sensibilisation.

VERS UNE INDUSTRIE BAS CARBONE...

Cette année a vu également le début de la construction d'une démarche commune vers une industrie bas carbone. Ainsi, cinq entreprises adhérentes ont réalisé en à peine plus de 4 mois leur bilan carbone scopes 1, 2 et 3, via le parcours semi-collectif proposé par INOHA. La réalisation de ces bilans carbone constitue une première étape nécessaire dans une stratégie de décarbonation. Ce parcours est basé sur des démarches stimulantes permettant aux participants d'apprendre ensemble. Pragmatique, il favorise également la mutualisation des coûts.

L'objectif est que la démarche infuse auprès de l'ensemble des adhérents. Plus globalement, la constitution d'un

Voté en 2021, ce nouvel axe stratégique pour INOHA a débuté en 2022 avec l'arrivée d'une responsable RSE, Delphine de Labarrière. L'association professionnelle du Nouvel Habitat propose désormais à ses adhérents des rendez-vous réguliers sous forme de webinaires sur différentes thématiques RSE. En 2022, beaucoup furent consacrés à la mise en place des deux nouvelles filières REP (Responsabilité Élargie du Producteur) : Articles de Bricolage et de Jardin (ABJ) et Bâtiment (PMCB). Ce fut l'occasion de travailler avec les éco-organismes concernés, et de signer un partenariat avec Eco-maison. Les questions réglementaires

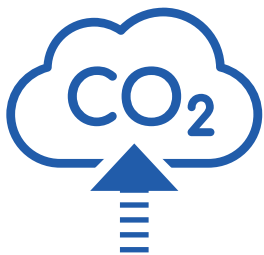
sur les emballages font désormais l'objet d'un rendez-vous trimestriel en collaboration avec Citeo.

En complément, INOHA a souhaité mettre à disposition de ses adhérents un kit réglementaire RSE constitué de synthèses sur les nouvelles réglementations issues des lois françaises et européennes. Le programme des

Le KIT réglementaire RSE

Constitué de fiches synthétiques actualisées et enrichies au fil de l'eau, le kit est directement accessible sur l'extranet des adhérents.





162 tonnes
de CO₂ en 1 an

**C'est le bilan carbone d'INOHA.
Soit l'équivalent de 20 tours du
monde en voiture.**

réseau de correspondants RSE a été lancé.

INOHA s'est aussi engagée en réalisant son propre bilan carbone et en bannissant, par exemple, les bouteilles en plastique de ses bureaux. Les salariés, accompagnés de quelques administrateurs, ont réalisé une Fresque du Climat, un outil intéressant pour bien comprendre les enjeux.



Romain Chivot

Directeur Général de
l'entreprise Thirard

« Pour notre Bilan Carbone effectué en collectif dans le programme proposé par INOHA, l'accompagnement individuel par le consultant dédié à notre entreprise est très professionnel et donne un sentiment de facilité. La mobilisation des équipes n'a pas été un problème car c'est un sujet fédérateur et l'outil Toovalu permettant la collecte et l'analyse des données est convivial. Quant à l'aspect collectif du parcours, il est intéressant à la fois pour la mutualisation des coûts et pour le partage d'expériences. »



INTERVIEW
Florent Fochesato
ADMINISTRATEUR

Quel bilan tirez-vous des actions d'INOHA en termes de RSE pour 2022 ?

F. Fochesato :

Je rappelle que 2022 est la première année qu'INOHA « traite » les sujets de RSE, puisque la stratégie a été validée par les membres du Conseil d'Administration en décembre 2021. J'ai le sentiment que nous avons commencé sur les « chapeaux de roues » si je peux me permettre. Nous avons eu une grosse actualité avec la mise en place de la REP articles de Bricolage et de Jardin et de la REP Bâtiment. Nous avons mis en œuvre le parcours de décarbonation, nous avons proposé beaucoup de webinaires, et avons initié la rédaction de fiches réglementaires. L'arrivée de Delphine de Labarrière, en mai 2022, nous a permis de structurer notre démarche et d'intensifier nos services.

Quelles sont les nouveautés pour 2023 ?

F. Fochesato :

Le petit groupe d'administrateurs, mobilisé sur la RSE, a beaucoup travaillé pour présenter aux membres du Conseil d'Administration plusieurs

nouveautés pour 2023. Nous avons mis en place un Club RSE pour permettre aux adhérents d'échanger sur leurs pratiques. Nous allons également proposer aux adhérents un nouveau plan d'accompagnement sur la réduction et l'éco-conception des emballages. Et fort du succès de la première promotion sur le bilan Carbone, nous allons lancer une deuxième promotion et un premier groupe sur la stratégie de décarbonation. Vous voyez, un programme chargé, sans compter les webinaires, les fiches réglementaires et les réponses personnalisées aux adhérents.

« Une dynamique collective est créée ! »

Que diriez-vous à un collègue qui hésite à s'engager dans ces démarches ?

F. Fochesato :

Ceux qui ne prennent pas le train en marche risquent de rester à quai définitivement. La RSE est un pilier stratégique qui fait désormais partie intégrante de toutes les organisations, quels que soient les moyens, équipes et budgets alloués à la démarche. Il ne faut pas craindre de se lancer. La démarche des petits pas permet de mesurer le chemin parcouru. Et puis INOHA met au service de ses adhérents beaucoup d'informations et de services. Une dynamique collective est créée ; il faut y prendre part !

S'engager, ensemble, pour l'avenir



Placés sous le thème des enjeux de la RSE, les INOHADAYS ont réuni plus de 200 participants (adhérents, distributeurs, partenaires et journalistes) le 1^{er} décembre dernier.

Cette journée de réflexions a permis de mettre en lumière la nécessité de construire collectivement le futur de la filière. Un avenir placé sous conditions environnementales qui invite à travailler ensemble pour une industrie responsable et engagée.

Cette édition a été marquée par des échanges riches et stimulants rythmés par des moments forts avec les 3 keynotes de **Jean-Marc Jancovici**, Président The Shift Project, **Nathalie Boyer**, Déléguée générale d'OREE et **Louis Gallois**, Co-Président de la Fabrique de l'Industrie.

Retour sur quelques moments clefs de cette journée !

STRATÉGIE DE DÉCARBONATION : UNE RÉALITÉ POUR LA FILIÈRE

Pour ouvrir la 1^{ère} table ronde, Jean-Marc Jancovici, Président The Shift Project, expert des questions climatiques, s'est adressé aux industriels de l'habitat. Décrivant à la fois le monde d'avant et celui d'après, l'apôtre de la décroissance décarbonée a expliqué l'incroyable transformation en cours.

« Pour mieux agir, les acteurs industriels doivent se demander sur quoi arrêter de passer du temps »



Jean-Marc Jancovici

Sa démonstration a pour point d'orgue l'action des industriels pour réduire les GES, mais aussi leur capacité à renoncer à d'anciens modèles.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE : DES ENTREPRISES QUI RÉUSSISSENT

Pour Nathalie Boyer, Ambassadrice de l'économie circulaire, Vice-Présidente du Conseil national de l'économie circulaire (CNEC), Déléguée générale d'ORÉE, qui a introduit la 2^{ème} table ronde, « l'économie circulaire, c'est faire mieux avec moins, tout en collaborant avec d'autres (filiales, territoires, opérateurs...) au cœur des territoires ». Le sujet n'est pas nouveau, mais aujourd'hui, il s'impose. »

RÉINDUSTRIALISATION : ENTRE RESPONSABILITÉ ET ATTENTES

En introduction de la 3^{ème} table ronde, Louis Gallois, Co-président de la Fabrique de l'Industrie, pour qui le paysage industriel de la France n'a aucun secret, a apporté sa vision sur la réindustrialisation.

Pour Louis Gallois, il ne faut pas recréer l'industrie du passé. C'est l'industrie de demain qu'il faut viser et qui sera - selon lui - : technologique, numérisée, écoresponsable et électrique.

Des débats riches et dynamiques tout au long de la journée que les participants ont apprécié. Les participants ont pu poursuivre cette journée de réflexions dans un cadre convivial et festif à l'Atelier des Lumières pour la remise des Trophées INOHA et la Nuit by Inoha (voir page 24).

« l'industrie de demain sera technologique, numérisée, écoresponsable et électrique »



Louis Gallois



INTERVIEW

Christian Guillou

MEMBRE DU BUREAU

Quel Bilan tirez-vous de l'édition 2022 ?

C. Guillou :

Cette édition a rencontré un très fort succès : plus de 200 participants étaient présents pour partager des échanges riches et stimulants lors des trois séquences autour de la RSE.

Les débats ont été animés avec de nombreuses questions des participants et certaines des interventions ont été un véritable révélateur des enjeux et de l'urgence à agir, mais aussi parfois des difficultés de changement de modèle à opérer.

Cela a permis également d'expliquer concrètement la démarche mise en place par INOHA pour accompagner ses adhérents.

Quelle impulsion donne ce type de journée ?

C. Guillou :

Une des forces d'INOHA est le partage d'expériences et les échanges entre tous les acteurs de la filière de l'habitat. Pour la première fois, cette journée était ouverte à nos partenaires distributeurs et aux journalistes, ce qui a permis d'intensifier les échanges et de confronter les avis.

« L'engagement de notre filière en matière de RSE est majeur et fédérateur pour l'avenir. »

L'engagement de notre filière en matière de RSE est majeur et fédérateur pour l'avenir. Les exemples très concrets, donnés par les participants, montrent que nos actions sont possibles et impactantes.

A la suite de cette journée, des rencontres entre INOHA et des représentants des distributeurs ont été initiées dès le mois de janvier 2023 pour avancer sur les actions communes liées à la RSE.

Pouvez-vous nous dévoiler le thème de l'édition 2023 ?

C. Guillou :

Les prochains Inohadays, qui se tiendront le 23 novembre à la Bibliothèque Nationale de France, traiteront d'un sujet très actuel : « Omnicanalité : les conditions du succès ». En effet, comme dans beaucoup de secteurs, la partie digitale a pris un essor important, que ce soit avec de nouveaux acteurs ou des distributeurs historiques qui possèdent un parc de magasins important.

Dans le domaine de l'habitat, le conseil, la personnalisation et la logistique (la « délivrance ») restent des enjeux majeurs pour le consommateur. Cette journée nous permettra d'aborder l'ensemble de ces sujets.



> « stratégie de décarbonation : une réalité pour la filière »

De gauche à droite : F. Fochesato (Groupe HBF), M. Charles (Weber France), S. Le Deit (Leroy Merlin), C. Chabrier (France Invest) et E. Fourdrin, (ADEME).



> « Economie circulaire : des entreprises qui réussissent »

De gauche à droite : R. Perrin (Soprema), J.-M. Guillemet (Petit Bateau), N. Gicquère (Coulidoor) et E. Bernard, (Groupe Samse).



> « Réindustrialisation : entre responsabilité et attentes »

De gauche à droite : G. Morteliet (BPI France), C. Mistou, (Mr Bricolage), J.-L. Baras (Eiffage) et D. Weber (CODIFAB).

MUTUALISATION DES ACHATS

Améliorer la performance économique de l'entreprise



En 2022, INOHA a mis en place un partenariat avec Haxoneo pour permettre à ses adhérents de bénéficier de meilleures conditions d'achat.

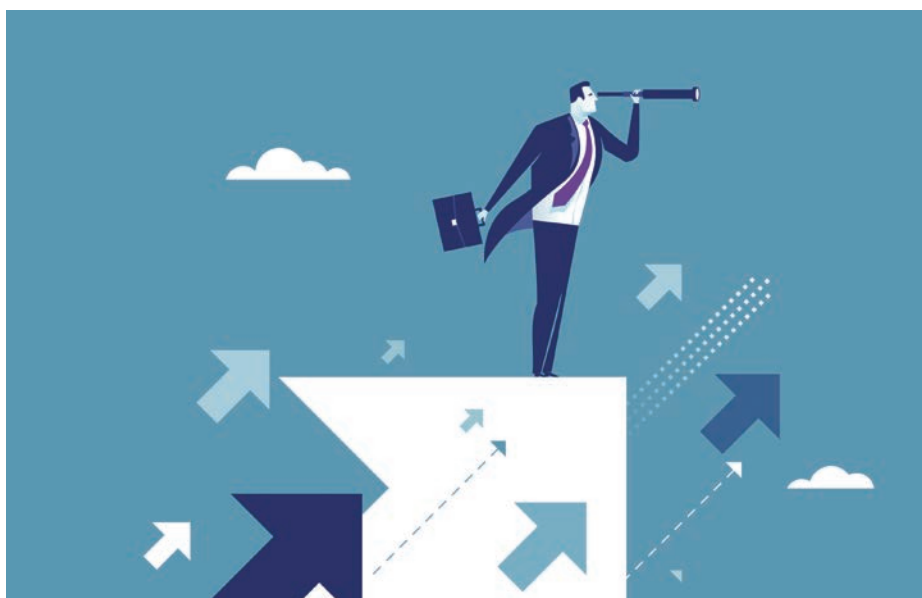


Ce partenariat permet aux adhérents d'avoir accès à l'ensemble des services proposés par le groupement sans avoir à financer les droits d'entrée. 80 adhérents bénéficient déjà de ce service, un chiffre forcément amené à augmenter dans le contexte inflationniste actuel...

Haxoneo est une plateforme multi-fournisseurs. L'avantage d'une plateforme est de concentrer au même endroit les différents fournisseurs et de réaliser des commandes groupées ou de conserver l'historique des listes d'achats pour gagner du temps lors des futures commandes.

Lors de l'adhésion, l'entreprise peut choisir de laisser la plateforme analyser ses factures actuelles d'achats pour proposer des économies parmi ses partenaires fournisseurs.

La plateforme offre un panel d'outils :



gestion des profils utilisateurs, règles de validation de commandes, suivi de ses budgets, etc., permettant une réelle maîtrise de ses achats.

Une plateforme engagée dans des achats responsables RSE

Haxoneo s'engage pour des achats

responsables en sélectionnant des fournisseurs respectant le plus possible une démarche RSE et en proposant des fonctionnalités mettant en transparence l'impact RSE des achats. En effet, sur chaque fiche partenaire-fournisseur, figure son engagement RSE, selon différents éléments : social, économie, environnement.

Surtout, avant validation de toute commande, en toute transparence, l'impact carbone de chaque achat est visible.

Ce type de partenariat s'inscrit complètement dans la volonté d'INOHA de mettre à disposition de ses adhérents des outils et des solutions de mutualisation dans l'intérêt de tous.



Hilaire de Chergé - Secrétaire Général Groupe AYOR

« Dans le cadre de la « stratégie de verdissement » de notre flotte de véhicules, nous travaillons avec Haxoneo en nous appuyant sur leur logiciel de suivi du parc automobile. Nous apprécions leur expertise et leur expérience dans ce domaine. Leur offre est particulièrement adaptée. Je recommande vivement cette démarche de mutualisation des achats. »

PESER



Peser auprès de la distribution et des pouvoirs publics et agir, en apportant de l'expertise et en dialoguant, pour faire valoir les intérêts des industriels du Nouvel Habitat...



INFLUENCE

Plus nombreux, plus soudés pour mieux peser



Faire connaître et reconnaître les actions d'INOHA et de sa filière en impulsant les actions de communication est indispensable pour développer la notoriété d'INOHA auprès de son écosystème, et poursuivre la promotion des Industriels du Nouvel Habitat.

COMMUNICATION

POUR SUIVRE NOTRE PRÉSENCE DANS LA PRESSE ET SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'année 2022 a été marquée par plusieurs actions en termes de communication.

Des actions de relation presse plus nombreuses ont été menées tout au long de l'année pour mettre en avant les positions d'INOHA, selon les sujets d'actualité de la filière et promouvoir les différentes actions.

13 communiqués de presse, contre 10 en 2021, ont été diffusés autour de plusieurs sujets tels que les REP et l'éco-contribution, la RSE, les chiffres du marché du bricolage, les perspectives économiques vues par les adhérents,... Grâce à ces actions, ce sont 260 articles de presse parus en 2022 (75 en presse grand-public et 186 en presse professionnelle). Ces dernières ont généré plus de 2 millions de lecteurs au total sur l'année.

Une animation accrue sur les réseaux sociaux avec davantage de posts sur LinkedIn afin de poursuivre la promotion et la valorisation de la filière.

En 2022, INOHA a accueilli 545 nouveaux abonnés sur LinkedIn, passant ainsi à 2252 abonnés.



INFLUENCE

QUELQUES DATES EN MATIÈRE D'ACTIONS D'INFLUENCE AUPRÈS DES MINISTÈRES ET DU PARLEMENT EN 2022

Juillet - Dépôt d'un amendement pour la contribution visible concernant les REP dans le cadre du projet de Loi relatif au Pouvoir d'Achat.

INOHA s'est mobilisée pour la contribution visible. Une démarche menée avec cinq autres fédérations a été entamée auprès du Gouvernement et un courrier type a été adressé aux adhérents pour qu'ils interpellent leurs parlementaires depuis le niveau local dans l'objectif de faire changer la position du Gouvernement.

Septembre - Rencontre avec le Conseiller de Bérangère Couillard, secrétaire d'État chargée de l'Écologie sur les REP.

Octobre - Rencontre avec le Conseiller d'Olivia Grégoire, ministre chargé des PME, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme sur l'éco-contribution visible pour la REP articles de bricolage et de jardin.

Novembre - Rencontre avec le Conseiller d'Olivier Klein, ministre chargé de la Ville et du Logement sur les REP.

Décembre - Intervention vidéo de Roland Lescure, ministre de l'Industrie aux InohaDays.



HIMA

UN RELAI EUROPÉEN ESSENTIEL

Stéphane Dalimier et André Winterhoff représentent INOHA au Board de l'HIMA (Home Improvement Manufacturers Association).

Le Board de l'HIMA s'est réuni deux fois en 2022, à Rimini en Italie en avril et à Barcelone en Espagne en septembre. La participation d'INOHA au sein de l'HIMA permet de relayer au niveau européen les inquiétudes des industriels notamment concernant la réglementation environnementale et la nécessité de son harmonisation, mais aussi de construire une relation équilibrée avec les distributeurs grâce aux contacts noués de longue date avec l'EDRA (European DIY-retail).

RÉUNIONS RÉGIONALES

DES ÉCHANGES INDISPENSABLES POUR MAINTENIR L'ESPRIT DU RÉSEAU

Ces réunions permettent de faire le point sur des sujets d'actualités et réglementaires, des points « marché ». Elles permettent aussi aux adhérents d'échanger entre eux et avec les équipes d'INOHA, généralement en visitant des sites de production et en terminant par un cocktail de networking local.

4 réunions régionales se sont tenues en 2022 :

- Réunion Régionale Paris chez INOHA du 19 avril 2022
- Réunion Nord-Ouest à Cholet chez SCS Sentinel du 21 juin 2022
- Réunion Sud-Est à Lyon chez Bart du 30 août 2022
- Réunion Régionale Nord-Est à Strasbourg chez Groupe SIAT du 18 octobre 2022

NOUVEAUX ADHÉRENTS EN 2022

20 entreprises ont rejoint INOHA en 2022

De nouvelles entreprises ont rejoint l'association des industriels du Nouvel Habitat pour bénéficier de ses services, de sa représentativité et des actions menées pour la filière tout au long de l'année. Merci de leur confiance.

> SMART GARDEN PRODUCTS

Aménagements d'extérieurs

> CIRET FRANCE

Outillage du peintre professionnel

> CLARA FRANCE – Sanitaires

> LOUIS MOULIN

Décoration pour jardins

> H&G FRANCE

Équipement de la maison

> ROCKWOOL FRANCE

Produits d'isolation

> PAULMANN – Luminaires

> TRIOWORLD – Films industriels

> PYROFEU – Allume-feux

> MP GLASS – Miroirs de salle de bain

> POLYREY

Panneaux et plans de travail

> ETABLISSEMENT PINTAUD

Produits d'entretien

> SAS PREFABRICADOS DE HERMIGO

Aménagement d'extérieurs

> CHEMINEES POUJOLAT

Systèmes extraction des fumées

> PLAGES SA – Produits décoration murs

> PRB – Produits pour le bâtiment

> BIO SERVICES INTERNATIONAL

Produits piscines et gazons

> EVERFLOURISH

Appareillages électriques

> SOTRINBOIS

Panneaux et moulures bois

> WOOD2WOOD

Lames de terrasse en pin

EN CHIFFRES

in 545

nouveaux abonnés sur LinkedIn

NEWS 260

articles de presse

4 

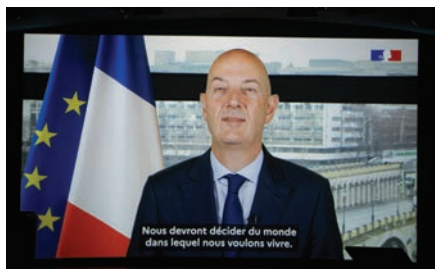
réunions régionales

RENCONTRES

Des initiatives pour promouvoir la filière



Dans le cadre d'une de ses principales missions, « Peser », INOHA a mené plusieurs initiatives pour promouvoir la filière auprès de différents acteurs : rencontres, interventions et salons étaient au programme de cette année 2022.



INTERVENTION MINISTÉRIELLE AUX INOHADAYS 2022

L'intervention, en ouverture des Inohadays 2022 du 1^{er} décembre, par Roland Lescure, ministre délégué chargé de l'Industrie, a permis de saluer tous ceux qui s'engagent pour la décarbonation et la sobriété énergétique dans la filière de l'Habitat. Une intervention ministérielle qui témoigne de la place d'INOHA auprès des pouvoirs publics.

RENCONTRE AVEC LA MÉDIATION DES ENTREPRISES

Jean-Luc Guéry, Président, et Pierre-Emmanuel Bois, Délégué général d'INOHA ont rencontré, le 8 septembre 2022, Pierre Pelouzet, médiateur des entreprises, placé auprès du ministre de l'Économie. Ils étaient venus, au côté de Mathieu Pivain et Caroline Hupin de la FMB, présenter au médiateur le Code de

Bonne Conduite INOHA/FMB, signé le 15 juin 2022.

Le médiateur a félicité la filière d'avoir ce type de dialogue et a renouvelé son « offre » pour les entreprises de saisir la médiation en cas de difficulté comme le stipule l'article 13 du Code de Bonne Conduite. Jean-Luc Guéry a tenu à préciser que ce code ne réglait pas tout, notamment sur le sujet des pénalités de retard.



PROMOUVOIR INOHA AU-DELÀ DES FRONTIÈRES

INOHA a présenté le 2 décembre 2022 ses missions, sa stratégie et ses valeurs auprès d'industriels flamands du secteur Habitat à l'occasion d'une réunion de FIT (Flanders Investment & Trade) à Bruxelles.

L'occasion d'éclairer les industriels sur les opportunités et l'expertise d'INOHA sur le marché français et de présenter tous les services proposés aux adhérents.

En 2022

102

événements

organisés par INOHA



2821
participants

RENCONTRE AVEC LA FMB

Jean-Luc Guéry, Président, et Pierre-Emmanuel Bois, Délégué général d'INOHA sont intervenus au Conseil d'Administration de la Fédération des magasins de bricolage (FMB), le 30 septembre 2022, pour présenter INODATA, l'Observatoire de l'économie et des tendances. L'occasion pour Jean-Luc Guéry de parler de la contribution visible concernant les REP bricolage/jardin et bâtiment et demander que les travaux du groupe FMB/INOHA sur l'échange de data produits s'intensifient. Ils ont également suggéré que les deux organisations professionnelles travaillent ensemble sur les outils RSE pour éviter la multiplication des démarches côté distribution.



A LA RENCONTRE DES PROFESSIONNELS SUR LE SALON BATIMAT 2022

Toujours désireuse de se rapprocher du monde B2B du bâtiment, INOHA était présente sur la Salon BATIMAT à Paris. INOHA a ainsi pu accueillir ses adhérents et ses partenaires sur son stand pendant toute la durée du salon.



ÉCHANGES AUTOUR DE LA VISION ÉCONOMIQUE ET DES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Lors de l'Assemblée générale d'INOHA, qui s'est tenue le 18 mai 2022, une table ronde a été organisée avec les représentants de la Fédération des Magasins du Bricolage (FMB), de la Fédération des Matériaux de Construction (FDMC) et de la Fédération des Jardineries sur le thème « la vision économique et les attentes clients du marché du Nouvel Habitat à moyen et long terme ».

Ce fut l'occasion, en présence des partenaires, des distributeurs et de la presse, d'échanger avec les représentants de la distribution sur leurs visions du marché pour les années à venir. Un leitmotiv est souvent revenu au cours de cette table ronde : échanger, partager, construire encore plus avec les industriels.



INTERVIEW PIERRE-EMMANUEL BOIS DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL

La troisième mission d'INOHA est peser. Pourquoi ?

P.E. Bois :

En tant qu'Association Professionnelle, il est important que nous puissions porter auprès des pouvoirs publics, mais aussi auprès des distributeurs les préoccupations mais également les bonnes pratiques de nos adhérents. Nous avons un rôle de représentation collective. Et c'est ce qui est important pour nos interlocuteurs. Nous ne défendons pas telle ou telle spécificité, tel ou tel intérêt particulier mais un collectif, ce qui contribue à renforcer nos positions.

Quelle est votre approche de la représentation d'intérêt ?

P.E. Bois :

Nous vivons dans un monde où l'émotion a pris la place sur la raison. C'est à nous de réintroduire de la raison dans le débat. Nous devons apporter de l'expertise sur notre secteur, les enjeux qu'il

« C'est à nous de réintroduire de la raison dans le débat. »

traverse et les problématiques auxquelles sont confrontées les entreprises. Pour que l'on soit entendu des pouvoirs publics, il est nécessaire, aussi, que les intérêts que l'on défend rejoignent le plus possible l'intérêt général.

Par quels moyens l'exercez-vous ?

P.E. Bois :

Nous empruntons trois voies, si je puis dire. Tout d'abord, le travail direct auprès des ministères et des parlementaires comme nous l'avons fait pour la REP ABJ, avec parfois le concours de nos adhérents qui, grâce à leurs implantations locales, connaissent leurs députés et sénateurs. Ensuite, en fonction des sujets, nous cherchons des alliances avec d'autres fédérations comme l'ameublement Français, la FHER ou le Secimpac, et sur certains dossiers la FMB. Enfin, INOHA adhère à la CPME, au niveau national, et à l'HIMA, au niveau européen. Cela nous permet, au-delà de la veille, d'être dans un écosystème qui nous donne également des moyens d'actions.

TROPHÉES INOHA 2022

Bravo à nos adhérents !



Lors de La Nuit by Inoha, qui s'est tenue le jeudi 1^{er} décembre 2022 à l'Atelier des Lumières à Paris, les 7^{èmes} Trophées INOHA ont été remis à des industriels adhérents à l'association pour leur démarche valorisante dans les catégories suivantes : RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises), Communication et Innovation.



De gauche à droite : Jérémie Pollet / Soprema, Florent Vasselet / Ayor, Clément Charpillat / Optimum, Stanislas Baudry & Nicolas Vilquin / Brunel, Florent Nya / Blanchon group

Le jury*, composé d'experts de la filière, de la RSE et de journalistes, a ainsi choisi de récompenser les candidats suivants :

PRIX RSE



Brunel Chimie Dérivés (Nord)
pour l'engagement de sa marque
STARWAX

STARWAX s'engage, depuis plusieurs années, dans des actions concrètes

pour l'environnement via un partenariat développé avec Ecotree, entreprise française reconnue dans la gestion de forêts durables et dans la lutte pour la biodiversité. En 2021, STARWAX a ainsi participé à la plantation de 2000 arbres en France dans les forêts gérées par Ecotree pour réduire son empreinte carbone.



PRIX COMMUNICATION

SYNTILOR Blanchon Group (Rhône)
pour l'expérience « Ressources » et
le parcours client biosourcé 3.0

Marque du groupe BLANCHON, SYNTILOR, lance, en 2021, la gamme de finitions biosourcées Nature Protect pour la protection et la décoration des supports bois. Pour accompagner ce lancement, SYNTILOR a mis en place un parcours client « web-to-store » et « store-to-web » avec pour objectifs de faire comprendre le biosourcé au consommateur, le rassurer et l'orienter vers une consommation plus responsable.



OPTIMUM (Lot-et-Garonne) pour son
configurateur de façades de placard
sur-mesure

Afin d'améliorer l'expérience et le parcours client, OPTIMUM a installé, en rayon, un écran de configuration interactif permettant au particulier de récupérer son projet initié à domicile et le finaliser avec un conseiller de vente en magasin. Intuitif, ce nouveau configurateur permet à l'utilisateur de construire son projet de façades de placard sur-mesure.

PRIX INNOVATION



SOPREMA France (Bas-Rhin) avec sa ouate de cellulose Univercell® Cristal

L'entreprise a souhaité diversifier son offre sur le marché de l'isolation biosourcée. En complément de sa gamme de ouate de cellulose conçue à partir de papier journal, SOPREMA propose un nouveau produit innovant sur le marché des déchets recyclés : Univercell® Cristal, une ouate de cellulose fabriquée à partir des papiers support d'étiquettes autocollantes, également appelés « glassines ».

COUP DE CŒUR DU JURY



Groupe AYOR (Dordogne) avec son siphon de lavabo malin Ondée Zen

Conçu et fabriqué en France, le siphon de lavabo Ondée Zen a été développé pour concilier gain de place, facilité d'entretien et de pose. Extra-plat, il simplifie l'accès d'un fauteuil sous une vasque PMR et offre deux fois plus d'espace de rangement dans un meuble de salle de bain sous vasque. Sa conception garantit un débit optimal. Universel, il est compatible avec tous les types de bondes. Malin avec ses joints intégrés, il est orientable à 360°.

Grâce à sa grille et son râtelier de nettoyage intégrés, finies les canalisations bouchées !

* MEMBRES DU JURY

- **Jérôme Bédier** - Président de l'Agence du Don en Nature,
- **Guillaume de Bodard** - Président de la Commission environnement et développement durable de la CPME,
- **Pierre Dieuzeide** - Rédacteur-en-chef de ZEPROS HABITAT,
- **Arnaud Disdero** - Rédacteur-en-chef de SYSTEME D,
- **Jean-Luc Guéry** - Président d'INOHA,
- **Dominique Mignon** - Présidente d'Ecomaison,
- **Anne-Marie Sargueil** - Présidente de l'Institut Français du Design.

MEILLEUR AMBASSADEUR



Lors de la 7^{ème} édition des Trophées, Jean-Luc Guéry, Président d'INOHA, a remis un prix spécial « meilleur ambassadeur 2022 » à **Jérémy POLLET, Directeur de Marché chez SOPREMA** France, et membre du Conseil d'Administration d'INOHA.

Ce prix vient récompenser les actions de promotion de l'association menées tout le long de l'année par Jérémy Pollet auprès d'industriels qui ne sont pas encore adhérents.

Chaque adhérent est ambassadeur d'INOHA.



Jérôme Bédier - Président de l'Agence Don en nature - membre du jury Inoha 2022

« Les dossiers présentés étaient de très grande qualité. En tant que président d'une structure associative faisant appel à l'esprit de solidarité des entreprises, j'ai été

particulièrement sensible à l'existence d'un prix RSE. INOHA joue ainsi un rôle important pour ses adhérents, en impulsant une véritable dynamique collective sur LE sujet de demain pour l'entreprise. »

INOHA

La gouvernance



Le Conseil d'Administration d'INOHA est composé de 22 membres : 7 membres du Bureau, 8 élus représentants les secteurs, 5 élus représentants les régions et 2 élus représentants les différentes tailles d'entreprises.

Le Bureau



Jean-Luc GUÉRY
Président d'INOHA
OPTIMUM



Christian GUILLOU
Vice-Président
BRICONORD



Katty STAHL
Vice-Présidente
FOREST STYLE



Stanislas BAUDRY
Vice-Président
BRUNEL



Thomas RABANIT
Trésorier depuis mai 2023
LEGRAND FRANCE



Jean-Robert MARENCO
Trésorier jusqu'en mai 2023
GROUPE ATLANTIC



Marc BENOLOL
Secrétaire
GROUPE ATLANTIC



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
Lionel GODARD
CHAUVAT PORTES



**PLOMBERIE / SANITAIRE /
CHAUFFAGE**
Laure EMPEREUR
ODREA - GROUPE THERMADOR



DECORATION
Clément des BOSCS
RECA PEINTURES



QUINCAILLERIE
André WINTERHOFF
ABUS France



JARDIN
Philippe OPALINSKI
SPEAR & JACKSON

Les représentants des régions



NORD EST
Jean BLEU
SOGEM FRANCE



NORD OUEST
Jean-Michel COGNON
WIRQUIN Plastiques



SUD EST
Laurent GALL
AC MARCA IDEAL



SUD OUEST
Florent FOCESATO
HBF



ÎLE-DE-FRANCE
Didier MAURON
WOLFCRAFT

Les représentants par taille d'entreprise



+ DE 20 MILLIONS DE CA
Christophe CROLY-LABOURDETTE
3M Bricolage & Bâtiment



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

Les collaborateurs d'inoha

Pierre-Emmanuel Bois

Délégué Général
Email : pebois@inoha.org
Tel. : 06 07 90 26 71

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

Delphine de Labarrière

Responsable RSE
Email : ddelabarriere@inoha.org
Tel. : 06 59 91 03 40

Juliette Lauzac

Chargée d'études (externalisée)
Email : juliette.lauzac@gmail.com

Anne-Marie Pouliquen

Responsable de la communication
Email : ampouliquen@inoha.org
Tel. : 06 58 06 06 28

Véronique Bourbier

Assistante de Direction
Email : vboubier@inoha.org
Tel. : 01 53 42 36 50

José-Miguel Olaso

Comptable
Email : jmolaso@inoha.org
Tel. : 01 53 42 36 46

Sokhna Diop

Assistance commerciale
Email : sdiop@inoha.org
Tel. : 01 53 42 36 47



Les membres du Conseil d'Administration d'INOHA

Les partenaires d'INOHA

Membres associés Gold



Membre associé Premium



Partenaires



Rédaction : INOHA

Conception / réalisation :
agence ZZB - juin 2023

Crédits photo : Dr, Inoha, Thinkstock, Istock,
Studio Cabrelli (p26-27)





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

