

Rapport d'activité 2023



inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

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.

SOMMAIRE

Zoom

Chiffres clés et faits marquants	04
----------------------------------	----

Éclairer

Chiffres 2023	06
Inodata	08
Matinées de la distribution	10
Les rendez-vous INOHA	12

Construire

Inohadays	14
Bâtir pour le climat	16
RSE	18

Peser

Influence	22
Communication	23
Trophées Inoha	24

Inoha

Gouvernance	26
-------------	----

Jouer collectif ! toujours la meilleure option



En 2023, le marché du bricolage et de l'aménagement de la maison a vu sa situation progressivement se dégrader tout au long de l'année pour aboutir à un cumul annuel négatif. Plusieurs explications à cette situation inédite depuis plusieurs années : d'une part, le contexte inflationniste a amené les Français à arbitrer leurs dépenses, d'autre part, les difficiles conditions d'obtention des crédits ont réduit les projets d'amélioration de l'habitat (y compris la rénovation énergétique). Enfin, la chute historique de la construction de logements a commencé à impacter le gros œuvre en 2023.

Malgré ces conditions économiques difficiles, nous avons avancé avec détermination pour permettre aux adhérents d'être toujours mieux informés, conseillés et accompagnés sur l'économie de notre secteur, sur la RSE ainsi que sur les évolutions juridiques concernant les relations commerciales. Merci à l'ensemble des adhérents pour leur confiance, aux membres du Bureau et du Conseil d'Administration pour leur engagement, aux collaborateurs d'INOHA pour leur professionnalisme, et à l'ensemble de nos partenaires pour leur expertise. C'est grâce à ce collectif que nous parvenons à être toujours meilleurs.

En 2024, nous avons plusieurs défis à relever sur lesquels INOHA sera particulièrement active.

La transition écologique et la durabilité, d'abord.

Il est impératif que nos entreprises continuent de prioriser l'innovation écologique, en proposant des solutions respectueuses de la planète, de la fabrication à l'utilisation.

INOHA vous accompagnera sur ces sujets, notamment avec notre nouveau programme sur l'éco-conception.

L'innovation technologique, ensuite. La transformation numérique s'accélère avec l'arrivée de l'Intelligence Artificielle générative dans nos métiers. C'est pour cela que nous organiserons nos Inohadays le 30 mai sur ce thème et vous proposerons un programme d'accompagnement spécifique.

La confiance et la co-construction, enfin. C'est grâce au travail en filière que nous pourrions accélérer nos transformations. C'est pour cela que nous devenons Co-éditeur de Bâtir pour le Climat, pour s'inspirer, décroïsonner, dialoguer et construire.

Nous aurons, bien entendu, à cœur de porter vos préoccupations pour faire comprendre aux Pouvoirs publics et à nos parties prenantes que si nos modèles doivent muter, nous avons besoin impérativement de temps.

Ensemble, adhérents d'INOHA, nous avons le pouvoir de façonner l'avenir de notre industrie pour continuer d'améliorer l'habitat des Français.

Alors, soyons curieux, modestes et déterminés !

Jean-Luc Guéry
PRÉSIDENT

Chiffres clés et faits marquants 2023

15 nouvelles entreprises ont rejoint INOHA en 2023



Lancement de la plateforme de Business Intelligence sur les chiffres des marchés de l'Habitat

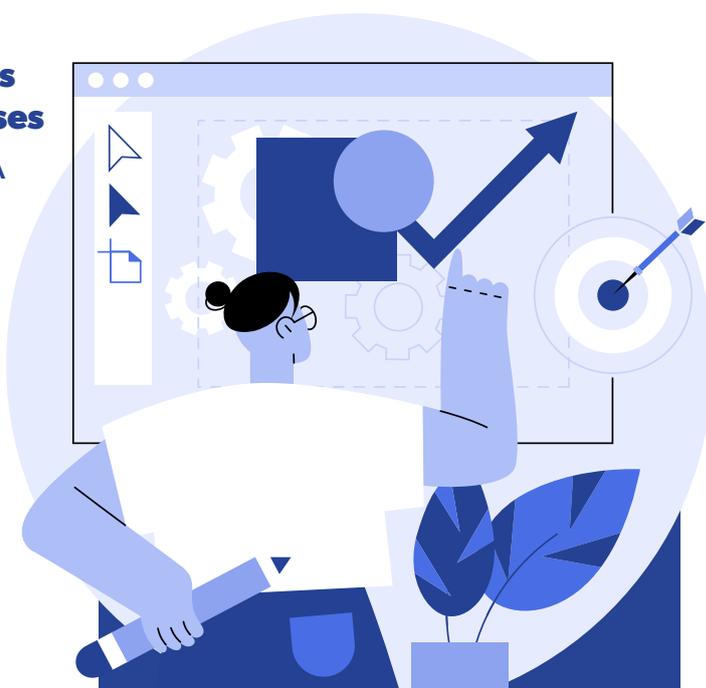
BÂTIR POUR LE CLIMAT Partenariat avec Bâtir pour le climat

INOHA devient co-éditeur



Évolution du nombre d'abonnés

+ 23,5%



62,3 % c'est le Net Promoter Score* obtenu par INOHA en 2023 auprès de ses adhérents, soit une progression de 3,8 points par rapport à 2022.

(*Le Net Promoter Score mesure le taux d'engagement des adhérents à recommander INOHA)

Évolution du format des Matinées de la Distribution pour mieux répondre aux attentes des adhérents



139

événements ont été organisés, rassemblant 2 925 participants dont :

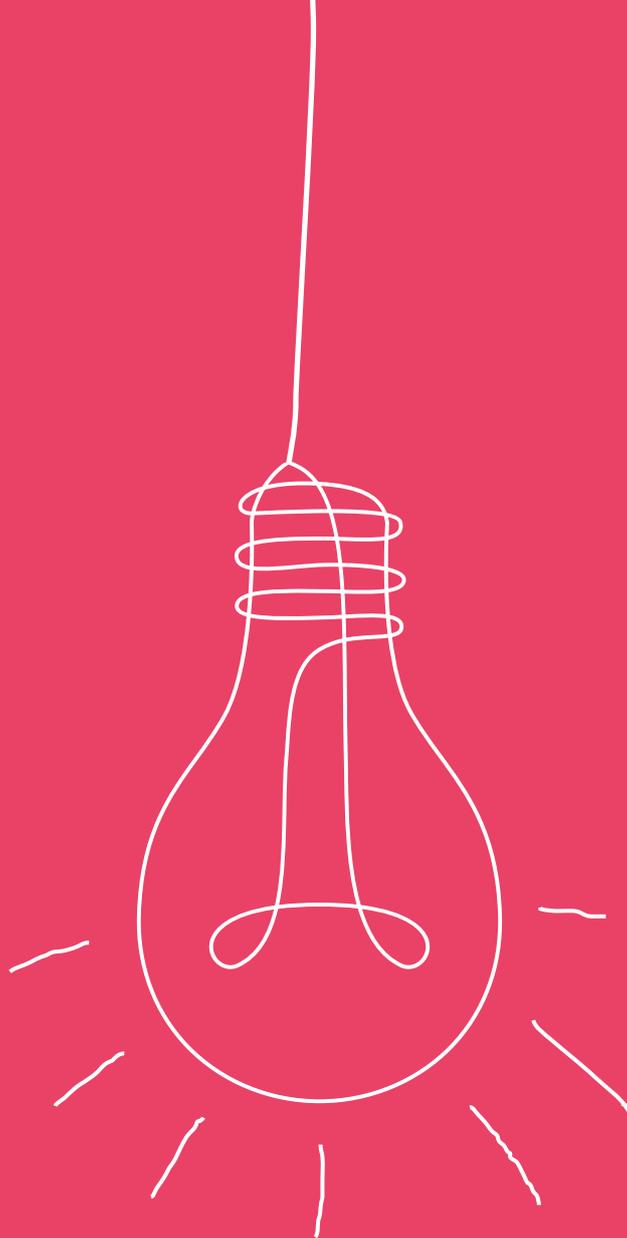
+ 29 événements RSE réalisés (webinaires, club RSE et capsules de compétences) réunissant 362 participants

+ 260 participants ont assisté aux **INOHADays** sur les enjeux de la stratégie omnicanale

+ 7 matinées de la distribution ont réuni 407 participants

+ 9 groupes de partages d'expériences ont été organisés, avec la participation de 64 membres.

+ 16 événements juridiques rassemblant 319 participants



Éclairer



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

L'automne en pente raide

- 1 % sur le marché du bricolage et de l'amélioration de l'habitat, en France, en 2023.

Après une progression du CA de 5 % en 2022 du fait de l'inflation, le marché du bricolage et de l'amélioration de l'habitat recule de 1 % en valeur en 2023 à cause d'un dernier quadrimestre qui décroche.

En cumulant l'ensemble des circuits de distribution, le marché a représenté en 2023 un CA de plus de 68,1 Milliards d'euros (incluant les ventes aux particuliers et aux professionnels), le plaçant au premier rang des marchés non alimentaires, loin devant l'équipement de la maison, les produits automobiles ou le meuble par exemple.

Le secteur a été affecté par un contexte économique global très morose (PIB en hausse de +0,9 % seulement comparé à +2,5 % en 2022), une crise de l'immobilier sans précédent (les ventes de logements neufs ont reculé de plus de 26 % et celles de logements anciens de plus de 17 %) et un pouvoir d'achat des ménages érodé par l'augmentation des dépenses contraintes : si en alimentaire l'inflation à 1 an a amorcé une décrue, elle reste tout de même autour des +21 % à 2 ans (source : Circana) et a conduit 6 français sur 10 à renoncer à un achat de biens durables (source : GfK).

Evolution du CA par circuit en 2023

GSB	- 1 %
Négoce	- 2,8 %
GSA	+ 6,8 %
Jardinerie/LISA	- 0,1 %

Evolution du CA par rayon 2023 / 2022 (tous circuits)

Peinture-droguerie...	7,8 %
Quincaillerie	0,5 %
0%	Plomb. sdb. cuisine
- 0,9%	Revêtements
- 1,8%	Outillage
- 2,1%	Chauffage
- 2,3%	Electricite
- 3,1%	Jardin
- 3,4%	Bâtiment
- 3,8%	Décoration
- 5%	Bois & menuiserie

Seuls deux rayons progressent en valeur :

les Peintures-Droguerie-Colles à +7,8 % et la Quincaillerie, en hausse de +0,5 % principalement grâce à la sécurité.

Certains rayons ont affiché des contre-performances qui doivent tout de même être nuancées :

- Les rayons Bâtiment et Bois-Menuiserie sont les deux qui ont le plus progressé depuis la crise du Covid (CA 2023 en hausse de 24 % vs 2019).
- Le Jardin est très saisonnier et dépendant des conditions climatiques : les précipitations de l'été ont ainsi pénalisé les familles Plein air et Aménagement, ce que ne compensent pas les bons résultats de la Motoculture.
- Le marché du Chauffage & Climatisation est également très « météo sensible » : son recul est surtout consécutif à une année 2022 record (+8 %) où les consommateurs attentifs à de potentiels risques de pénuries énergétiques se sont rués sur des solutions préventives.
- L'Outillage qui est un marché de renouvellement pâtit logiquement de l'effort d'équipement effectué les années passées ainsi que de la mauvaise performance des groupes électrogènes (-40 %).
- Au final, le rayon le plus en difficulté est la Décoration qui est le seul à voir son CA régresser de 9,5 % en 4 ans.

➔ Top sous-familles les plus dynamiques en GSB

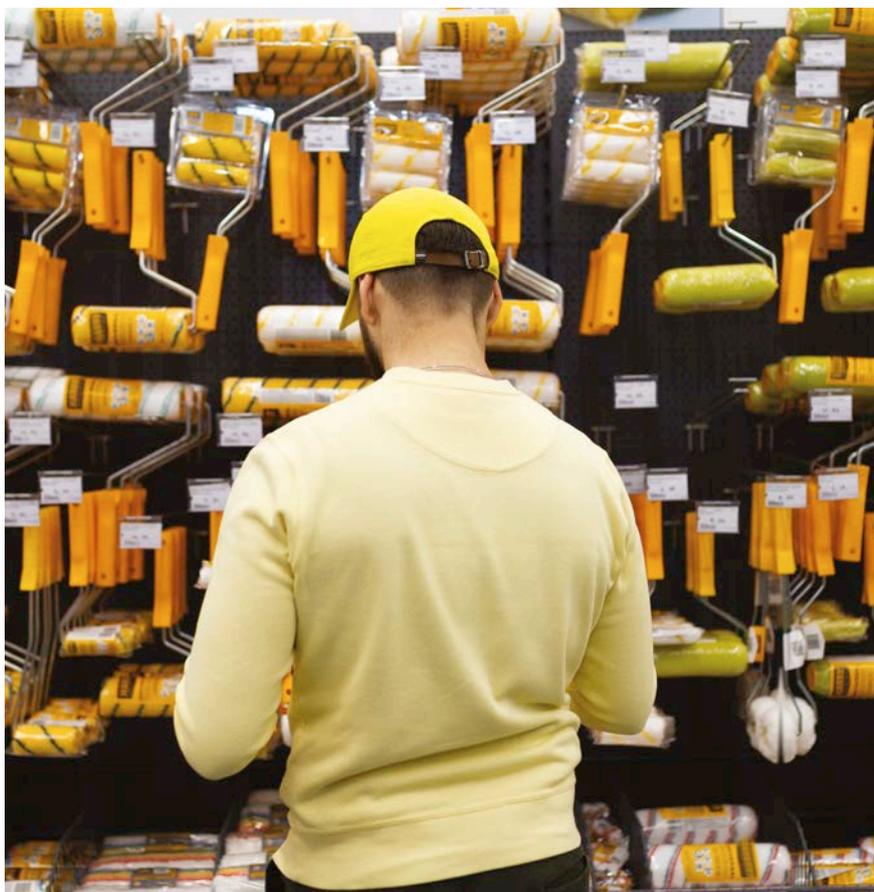
Evolution du CA 2023 en %

Lambris	29%
Béton cellulaire	23%
Tondeuses autoportées	21%
Accessoires motoculture	20%
Tondeuses électriques	18%
Fenêtres et baies bois	18%
Gouttières et raccords	18%

➔ Flop sous-familles les moins dynamiques en GSB

Evolution du CA 2023 en %

Groupes électrogènes	-40%
Radiateurs électriques mobiles	-28%
Piscines	-25%
Chauffage d'appoint	-19%
Poêles	-17%
Climatisation	-17%



Questions à Eric FLUSIN

RESPONSABLE DATA SERVICES D'INOHA

■ L'année 2023 est-elle vraiment une année noire pour le bricolage et l'aménagement de l'habitat ?

Le CA du marché a reculé de 1 % ; ce n'est certes pas brillant mais ce résultat doit être relativisé : le décrochage qui s'est opéré à partir de septembre s'effectue par rapport à une base de comparaison relativement élevée (le marché avait progressé de 8 % sur le dernier quadrimestre 2022).

La croissance de +6,8 % des GSA en 2023 s'explique par le dynamisme de la famille droguerie ménage (nettoyants, lessives, torchons et tissus de nettoyage, balais, seaux, poubelles, boîtes de rangement, cintres...) grâce notamment aux super promos sur les

produits d'hygiène et d'entretien avant la mise en place au 1^{er} mars 2024 de la loi Egalim III (limitation des promotions à 34 % de la valeur du produit).

Si l'on se place dans une perspective plus longue, le CA du marché en GSB a tout de même augmenté de +18 % en 4 ans et généré 3,6 Milliard d'euros supplémentaires.

Enfin, la bonne nouvelle de 2023 réside dans la baisse du prix des matières premières même si elle est contrebalancée par l'augmentation de certaines charges pour les industriels : hausse du prix de l'électricité (+ 12,6 %), des salaires (+ 4,6 % pour le SMIC horaire), des baux commerciaux et des prestations intellectuelles pour les entreprises : informatique, formation, R&D, marketing, communication (+ 5,5 % à fin décembre pour l'indice Syntec).

■ Quelles sont les perspectives pour 2024 ?

L'amélioration de l'habitat reste indéniablement un marché porteur puisque 8 français sur 10 pratiquent le bricolage et le jardinage (source : GfK).

Ceci étant, compte tenu de la base de comparaison toujours élevée du début 2023, de la tendance amorcée sur la fin d'année dernière, de la crise persistante de l'immobilier, de l'augmentation de certaines éco participations qui risquent de renchérir les prix et du pouvoir d'achat contraint des Français, les perspectives sur 2024 ne sont pas très bonnes à ce jour.

Si une reprise doit intervenir, elle se fera sur le second semestre.

La data, le carburant de la croissance pour les industriels

Grâce à la plateforme de Business Intelligence Inodata lancée en mars 2023, les adhérents d'INOHA peuvent identifier des opportunités de croissance et améliorer l'efficacité de leurs entreprises en prenant des décisions éclairées fondées sur des données pertinentes, complètes et actualisées.



50 indicateurs macro-économiques offrent un aperçu précis de l'état de l'économie du pays

Inodata offre plusieurs avantages pour permettre aux adhérents d'accéder aux clefs de lecture concernant l'évolution de leurs marchés :

► **La centralisation des données** : Inodata rassemble toutes les données essentielles pour la compréhension du marché du nouvel habitat en un seul endroit, facilitant ainsi l'accès aux informations importantes et éliminant la dispersion des données dans de multiples fichiers Excel.

► **La visualisation avancée** : La plateforme propose des fonctionnalités de visualisation avancées, telles que des tableaux de bord interactifs et des graphiques dynamiques, facilitant la compréhension des données.

► **L'évolutivité** : Conçue pour intégrer et gérer d'importantes quantités de données issues de différentes sources, Inodata évolue régulièrement pour répondre aux besoins croissants des adhérents.

Les informations contenues dans Inodata sont structurées autour de trois grands axes afin de pouvoir construire le véritable tableau de bord du chef d'entreprise. D'une part, **50 indicateurs macro-économiques** offrent un aperçu précis de l'état de l'économie du pays, du marché de l'immobilier, de l'évolution du prix des matières premières et du coût de l'énergie.



AURÉLIE GAFFÉ

CATEGORY MANAGER, S.A.S. BRUNEL

« Nous attendons avec impatience tous les mois les données marché Inodata. Ce sont des indicateurs clés qui nous permettent de benchmarker nos résultats sur les différents réseaux de distribution et d'affiner nos prévisions de ventes. La vision à la sous-famille que propose l'outil est essentielle à la bonne compréhension du marché. Inodata oriente nos choix d'activations marketing. Je la recommande vivement à tous les adhérents. »



Interview de Guillaume Banc

COO TRAJAAN

■ Pouvez-vous nous présenter TRAJAAN ?

TRAJAAN est une jeune startup qui accompagne INOHA depuis le lancement de la plateforme INODATA. Nous sommes spécialisés dans la search intelligence, qui consiste à analyser, traiter et interpréter les données provenant des moteurs de recherche, notamment Google.

■ En quoi l'accès aux données des moteurs de recherche est-il crucial pour les acteurs du bricolage et du jardinage ?

Aujourd'hui près de 80 % des consommateurs entament leur parcours d'achat par une recherche en ligne. Être capable de capter ces signaux est essentiel car ils reflètent les besoins concrets des consommateurs, leurs préoccupations et la notoriété des offres, des acteurs et des produits. Le marché du bricolage et du jardinage est une véritable mine d'or à cet égard car il englobe une multitude de produits et de distributeurs.

■ Quelles ont été les principales tendances du secteur en 2023 ?

Si les volumes de recherches ont globalement diminué par rapport à 2022 et plus encore par rapport à 2021, il y a eu tout de même quelques belles réussites comme les rayons Bâtiment ou Electricité qui tirent leur épingle du jeu. En termes de tendances sociétales, la location, l'occasion et la seconde main ne cessent d'augmenter depuis 3 ans. Enfin, du côté des acteurs, nous observons un raz-de-marée de l'enseigne Action en termes de notoriété chez les consommateurs français, associant de plus en plus ce distributeur aux produits de bricolage et de jardinage.



D'autre part, **les données de ventes mensuelles**, essentielles à la connaissance du marché. Elles couvrent les circuits GSB, Négoce, GSA et Jardineries/LISA, et sont structurées selon les 12 rayons de la nomenclature INOHA - FMB avec une granularité allant jusqu'à la sous-famille. Enfin, **les données consommateurs** permettent d'affiner les analyses. Basées sur leurs recherches Internet, elles permettent de comprendre les attentes des consommateurs, d'analyser la notoriété des enseignes de distribution par produit et d'anticiper les évolutions des marchés.

La nouvelle version, déployée en novembre 2023, a rendu la navigation sur la plateforme beaucoup plus fluide et intuitive ; les tableaux de bord sur les données marchés ont tous été enrichis et améliorés ; au final, ce sont aujourd'hui plus de 700 personnes qui sont inscrites sur Inodata, utilisant régulièrement ces données pour suivre l'activité des différents segments de marché, nourrir leurs Comités de Direction et prendre les bonnes décisions.



Un nouveau format plus dynamique

Les Matinées de la Distribution, rencontres privilégiées entre industriels et distributeurs, évoluent et prennent une nouvelle dimension, offrant une expérience plus adaptée aux attentes des adhérents et des distributeurs.

En 2023, sept enseignes sont venues à la rencontre des adhérents d'INOHA pour présenter leur positionnement, leur organisation, leur vision, leurs projets et leurs objectifs. Ces échanges ont été à chaque fois particulièrement enrichissants et constructifs, contribuant ainsi à faire progresser le travail en filière. Pour renforcer ce dialogue, INOHA a mené une enquête en mai 2023 auprès de ses adhérents.



**Le Pass
Matinées
Annuel**
pour profiter
de tous les
événements
avec les
distributeurs

Les nouveautés en 2024

Bien que 85% d'entre eux estiment que les matinées répondent à leurs attentes, des pistes d'amélioration ont émergé. Les principales suggestions incluent un appel à davantage d'interactivité, une participation accrue des opérationnels, et une réduction des redondances avec les conventions des distributeurs.

En réponse, le Conseil d'administration a décidé de faire évoluer les « Matinées de la Distribution » en introduisant trois changements majeurs dès 2024.

La première consiste en une **co-construction** renforcée des « Matinées de la distribution » : Pour impliquer davantage les adhérents et les enseignes, INOHA met en place une co-construction plus étroite des matinées. Cela se traduit par la collecte d'informations en amont auprès des participants sur leurs attentes et questions, l'organisation de réunions préparatoires conjointes avec les enseignes pour finaliser le programme, et des réunions de débriefing. Autre nouveauté, la mise en place d'un **Format « Matinées XL »** : en complément

du format habituel du matin, ce nouveau format offre aux enseignes la possibilité d'ajouter des ateliers ou des tables rondes opérationnelles et interactives l'après-midi. Ceci vise à répondre à la demande croissante d'interactivité exprimée par les adhérents.

Enfin, **la création du Pass Matinées Annuel** offre aux entreprises membres la possibilité de faire participer jusqu'à deux collaborateurs à l'ensemble des matinées programmées sur l'année pour un coût forfaitaire.

INOHA poursuit ainsi sa volonté de s'ajuster en permanence aux attentes de ses adhérents, tout en encourageant une dynamique de filière.

**7 enseignes ont participé
aux Matinées de la
Distribution
en 2023 réunissant 407
participants.**

16 février	LES MOUSQUETAIRES
21 mars	POINT P
24 mai	AMAZON
25 mai	LEROY MERLIN
18 octobre	GALEC
28 novembre	WELDOM
12 décembre	LAMAISSON.FR



PASCAL BEUVE
DIRECTEUR PÔLE
DISTRIBUTION RURALE
 GROUPE AGRIAL – DISTRICO

« Notre enseigne LaMaison.fr est récente. Nous avons été honorés de participer aux matinées de la distribution d'INOHA et sommes convaincus de l'intérêt d'un partage distributeurs - industriels au-delà des moments de négociation de nos partenariats. Elle a permis d'identifier des leviers pour encore améliorer le parcours de nos clients et répondre, avec une envie collective, aux attentes nouvelles de nos consommateurs. Dans le contexte actuel, c'est une force d'avoir un espace de partage où l'humain, la transparence et le respect mutuel prédominent. »



Questions à **Christophe Croly** **Labourdette**

ADMINISTRATEUR D'INOHA

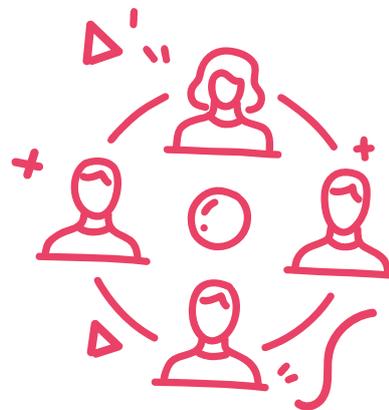
■ Pourquoi faire évoluer l'organisation des matinées de la distribution ?

Pour être plus en phase avec les attentes de nos adhérents et des distributeurs. Nous les avons interrogés et plusieurs souhaits ont émergé : avoir des matinées plus interactives, plus opérationnelles et mieux coconstruites.

Nous avons donc travaillé avec quelques membres du Conseil d'Administration pour proposer aux distributeurs une méthode plus collaborative. Cela passe par l'envoi préalable d'un questionnaire aux participants pour connaître leurs attentes ; nous tiendrons en amont de la matinée une réunion avec l'enseigne pour bien caler le programme ; nous adresserons post-événement une enquête dont la synthèse sera remise à l'enseigne. Enfin, nous proposons, en plus de la simple matinée, de prolonger l'après-midi par un ou des ateliers pour travailler des sujets spécifiques.

■ Quelle est la valeur ajoutée des matinées de la distribution ?

Dans un environnement commercial de plus en plus complexe, les échanges directs entre distributeurs et fournisseurs sont essentiels pour anticiper les défis, aligner les objectifs, et co-créer des solutions innovantes. Ces interactions sont des opportunités stratégiques pour les uns et les autres.



Les éclairages et partages d'expériences

Pour anticiper les défis à venir grâce à une vision éclairée, INOHA a organisé les rendez-vous Eco & Co avec des économistes et a lancé des groupes de partages d'expériences entre adhérents.

Deux économistes sont venus à la rencontre des adhérents.



Le 15 mars 2023, **Emmanuel Lechypre**, éditorialiste économique sur BFM Business, a partagé sa vision des grands enjeux économiques à venir « les tendances pour 2023 et après ? », offrant ainsi des clés de compréhension essentielles.



Le 20 septembre 2023, **Dominique Seux**, journaliste économique et Directeur délégué de la rédaction des Echos, a apporté son éclairage sur les perspectives économiques du secteur du Nouvel Habitat. Ces échanges stimulants qui rencontrent un succès certain, constituent une véritable respiration intellectuelle et permettent aux participants de mieux comprendre les tendances à venir.

Les Groupes de partages d'expériences INOHA :

Depuis le début de l'année 2023, INOHA favorise également les échanges concrets entre ses adhérents à travers des groupes de partages d'expériences. Ces sessions de deux heures, en présentiel, réunissent un petit groupe d'entreprises non concurrentes et qui s'engagent sur la réciprocité des partages.

9 groupes et 64 participants

Les thèmes abordés en 2023 ont couvert divers aspects, de la gestion des forces de vente à celle de l'ADV, en passant par la gestion des pénalités logistiques. Au total, 9 groupes ont été constitués en 2023, réunissant 64 participants.

Forts de leur succès, ces groupes de partages d'expériences continueront en 2024. Ces initiatives témoignent de la volonté d'INOHA à créer un environnement propice à la réflexion, aux échanges et au développement des Industriels du Nouvel Habitat.

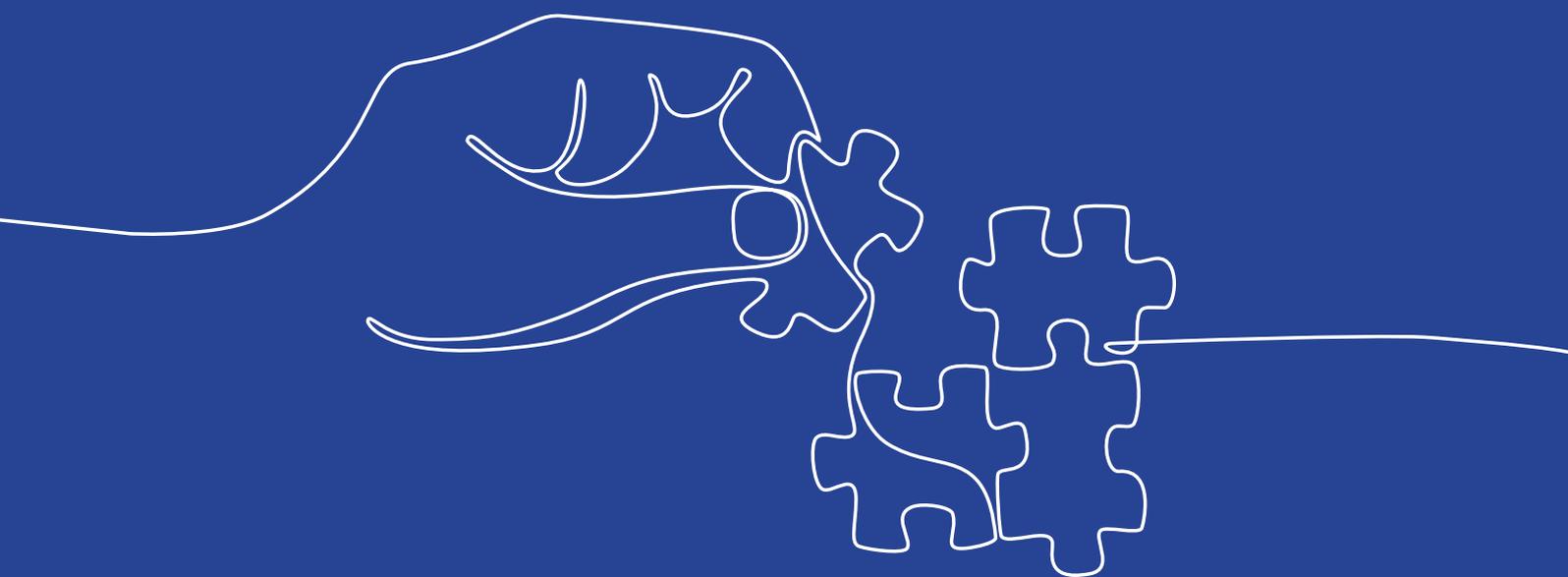


CÉLINE BOYER

DIRECTRICE COMMERCIALE & MARKETING FRANCE
WIRQUIN

« J'ai participé à deux groupes d'échanges (sur « le métier de l'ADV » et sur « Les forces de ventes de demain ») lors desquels j'ai pu échanger avec d'autres acteurs du monde du bricolage non concurrents. Cela m'a permis de discuter en toute transparence sur nos méthodes, nos problématiques, nos réflexions.

En plus d'être conviviales, ces réunions nous amènent à voir les choses sous un nouvel angle et d'appréhender les sujets différemment. »



Construire

+++

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

Stratégie omnicanale : les conditions du succès

En novembre dernier, les Inohadays ont rassemblé 260 acteurs du Nouvel Habitat à la Bibliothèque Nationale de France (BNF) qui ont pu explorer les conditions du succès d'une stratégie omnicanale.



Durant cette journée, les participants ont bénéficié d'éclairages concrets, de tables rondes riches et dynamiques et de moments d'inspiration avec l'objectif d'être mieux armés pour réussir dans un environnement commercial en constante évolution.

Omnicanalité et développement du « phygital »

La matinée a débuté par une introduction didactique d'Alexandre Guérin, Directeur Général d'Ipsos France, et Youmna Ovazza, Partner chez Ipsos Stratégys3, qui ont présenté les dynamiques de consommation spécifiques à la France, avec une analyse du marché du bricolage et des tendances en matière d'omnicanalité.

Une table ronde, regroupant trois experts de l'omnicanalité et du « phygital », a ensuite permis de poursuivre et présenter les fondamentaux et les enjeux de l'omnicanalité ainsi que la manière de bâtir une stratégie omnicanale.

D'autres sessions, avec des intervenants issus du monde de l'industrie, ont abordé les enjeux de l'omnicanalité, comme les perspectives sur la construction de la marque à travers le storytelling, la gestion des talents pour accompagner la transformation numérique, et les défis logistiques et technologiques pour optimiser l'expérience utilisateur, en passant par la gestion des stocks et l'analyse des datas.

L'intervention décalée de Karim Duval a apporté une respiration originale avant les séances de l'après-midi. A travers des vidéos et une interview sur scène, il a dépeint avec humour le concept du storytelling, les enjeux de la Data et du digital et la livraison des produits.

Guillaume Texier, Directeur Général du groupe Rexel a conclu la journée en soulignant l'importance d'investir dans la donnée et de rester à la pointe des innovations pour les entreprises.

L'Espace Solutions

LA NOUVEAUTÉ 2023

Des entreprises spécialisées ont offert aux professionnels l'opportunité de découvrir des solutions pour mettre en œuvre ou renforcer leur stratégie omnicanale.

Cet Espace Solutions était animé par :

- BART
- Cabinet Leon
- CPM France
- DACHSER
- Ecomaison
- eTAIL agency
- Trajaan
- WebexpR
- Wiser Solutions

BART
L'information produit

LEON
Supply Chain Experts

CPM

DACHSER
Intelligent Logistics

ecomaison

eTAIL agency
YOUR MARKETPLACE PARTNER

TRAJAAN

WebexpR

wiser

Questions à Alexandre Guérin

DIRECTEUR GÉNÉRAL D'IPSOS FRANCE



Quels sont les grandes tendances de consommation actuelles ?

Dans le contexte actuel de « polycrises », marqué par un sentiment d'insécurité et de pression constante, les consommateurs Français sont à la recherche d'un « mieux-vivre durable ». Un idéal qui se décline en quatre grandes tendances : optimiser son quotidien, prendre soin de soi, respecter la nature et penser local. A titre d'exemple, 65%* des Français aimeraient ralentir le rythme de leur vie et 72%* préfèrent acheter des produits français.

Cependant, cet idéal est difficile à atteindre en raison de divers obstacles, à la fois rationnels et émotionnels, comme l'inflation ou la peur du changement. Les consommateurs sont donc amenés à faire des arbitrages difficiles, ce qui explique pourquoi leurs comportements deviennent plus volatiles et polarisés.

En quoi l'omnicanalité se révèle un levier intéressant pour les Industriels du Nouvel Habitat ?

L'omnicanalité embrasse les aspirations des consommateurs tout en soulageant leurs points de tensions. En offrant une expérience client fluide et hyper personnalisée sur tous les canaux, elle permet aux consommateurs de simplifier leur vie et d'ajuster facilement leurs choix en fonction des situations et contraintes de l'instant « t ».

Bien sûr, cela pose des défis pour les entreprises. Mais alors que 46%* des Français attendent de l'IA qu'elle améliore leur vie et celle de leur famille, l'omnicanalité tend à devenir un critère de plus en plus important dans l'évaluation des enseignes.

* : Ipsos – Global Trends, 2023

4 tables rondes

Stratégie omnicanale

Mieux l'appréhender pour conquérir de nouveaux territoires



De gauche à droite : Moïse Denage, Founder & Managing Director ETail agency, Maxence Dislaire, CEO de Improveze et Chevalier du Commerce Phygital et François Duranton, CEO & Co founder de ZeTrace et co-auteur du livre Pro e-commerce.

Raconter

La marque et le storytelling



De gauche à droite : Julie Hoang, Directrice Marketing & Communication Europe du Sud-Gardena, Bernard Reybier, PDG de Fermob et Christian Mazauric, CEO France de Screwfix.

Manager

Faire cohabiter les talents



De gauche à droite : Natacha Fellous, animatrice, Anne Lalou, Fondatrice de la Web School Factory et Présidente de l'Innovation factory et Philippe Moreau, Président du groupe Temahome.

Délivrer

Les interfaces technologiques et la supplychain



De gauche à droite : Romain Parent, Directeur de la stratégie ShippingBo, Pierre Fournet – Président Fondateur du Cabinet Léon, Antoine Weber, Directeur général de Weber Industries et Franck Chauvelier – Responsable sourcing et grands comptes de Cdiscount.



DIDIER MAURON

ADMINISTRATEUR D'INOHA
ET MEMBRE DU COPIL INOHADAYS 2023

Nous avons décidé de décaler les INOHAdays au printemps, le 30 mai 2024 cette année, à la suite de notre partenariat avec Bâtir pour le Climat qui se tient en novembre. Cela nous permet d'avoir deux grands temps forts dans l'année. Et nous gardons pour les INOHAdays ce qui en fait le succès : une thématique d'actualité pour nous éclairer - cette année l'IA - avec de l'expertise et des échanges mais aussi de la convivialité avec la soirée de la Filière.

Ensemble, pour construire un habitat durable

Bâtir pour le Climat est un événement dont l'objectif est de guider les acteurs de la construction dans leurs transformations pour bâtir de manière durable. En signant un partenariat avec Bâtir pour le Climat lors des INOHAdays, INOHA a franchi une nouvelle étape.



Interview croisée

Jean-Luc Guéry,

PRÉSIDENT D'INOHA

Blandine Fischer,

DÉLÉGUÉE DU GROUPE INFOPRO DIGITAL
ET DIRECTRICE DE BÂTIR POUR LE CLIMAT.

Pourquoi ce partenariat entre INOHA et Bâtir pour le Climat ?

Jean-Luc Guéry : Nous avons, dans notre plan stratégique, formulé le souhait de créer un grand forum dédié à l'habitat de demain afin de mieux accompagner nos adhérents sur ce marché des professionnels. L'ADN d'INOHA est très GSB, mais beaucoup de nos adhérents travaillent aussi pour les négoce et les promoteurs en direct. Nous avons consulté plusieurs professionnels et nous

avons été séduits par la proposition d'Infopro Digital, créateur de Bâtir pour le Climat en 2022, qui nous proposait de devenir coéditeur de cette manifestation à partir de l'édition 2024. Ce grand événement répond à l'ensemble de nos missions qui sont d'éclairer, de construire et de peser sur la décarbonation, sur la rénovation et la préservation de l'environnement.

Blandine Fischer : Les adhérents d'INOHA jouent un rôle-clé dans les enjeux de la filière. Imaginer les produits et solutions de demain, mais aussi convaincre l'ensemble des acteurs, du distributeur au particulier en passant par l'artisan : ils sont au cœur du sujet. L'arrivée d'INOHA à nos côtés constitue un excellent signal, pour embarquer tous les univers professionnels dans cette grande aventure de Bâtir pour le Climat.

Quelle est l'ambition que vous avez pour cet événement ?

Jean-Luc Guéry : Notre objectif est d'inspirer la filière, de décloisonner les domaines, de renforcer la confiance entre les acteurs, de générer de la co-construction et, bien entendu, de développer les marchés. Nous souhaitons que Bâtir pour le Climat devienne l'événement de référence sur le logement de demain et inspire les politiques publiques. Notre ambition est que ce soit LE lieu d'échanges, de solutions et d'influence réunissant l'ensemble des acteurs de l'écosystème. Bâtir pour le Climat doit devenir le Davos du logement.

Blandine Fischer : Bâtir pour le Climat a vocation à devenir le lieu où s'élabore la réflexion collective sur les enjeux de préservation, de décarbonation

RETOUR SUR L'ÉDITION 2023

Une participation active d'INOHA !

INOHA disposait d'un stand lors de la 2^{ème} édition de Bâtir pour le Climat au Parc des Princes à Paris le 7 décembre dernier, accueillant ses adhérents et partenaires. Près de 1 000 visiteurs ont participé à des conférences sur la décarbonation, le recyclage et la rénovation. En parallèle, le Conseil d'Administration d'INOHA s'est réuni pour valider le plan d'actions et le budget 2024 et évoquer les enjeux de la filière.



et de rénovation. Personne ne peut y arriver seul ! Ensemble, nous saurons dégager de nouvelles thématiques, entrer toujours plus en profondeur dans la richesse des sujets et traiter toutes les dimensions, prospectives mais aussi pratiques et opérationnelles, de nos sujets.

Quelles sont les nouveautés pour l'édition 2024 ?

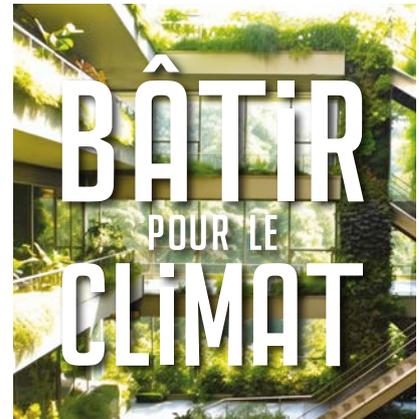
Jean-Luc Guéry : INOHA participe au comité de pilotage pour travailler avec les équipes de Blandine sur le programme. Il y aura un village INOHA, où nos adhérents pourront montrer leurs savoir-faire. Nous remettrons aussi les Trophées INOHA que nous faisons évoluer avec trois nouvelles catégories : Le prix de la construction durable, le prix de la réindustrialisation et le prix de la meilleure collaboration entre un industriel et une enseigne.

Blandine Fischer : Le lieu, Ground Control, ancienne halle SNCF transformée en tiers-lieu au cœur de Paris, marque une nouvelle étape de Bâtir pour le climat, après deux années au Parc des Princes, féérique mais moins cohérent avec notre propos. Ground Control sera beaucoup plus favorable aux rencontres et aux échanges informels, qui sont aussi le but d'une telle manifestation. Nous recherchons également toujours plus d'opérationnel, avec un nouveau format, les tables de travail. Elles donneront à l'audience l'occasion d'approfondir durant une heure une thématique précise en petit comité, avec un expert. L'édition 2024 sera encore plus riche !

« *Bâtir pour le Climat a vocation à devenir le lieu où s'élabore la réflexion collective sur les enjeux de préservation, de décarbonation et de rénovation* »



"Bâtir pour le climat" mardi
5 novembre
2024 à Paris



Trophées INOHA 2024

INOHA profitera de cet événement pour dévoiler les lauréats de ses Trophées qui comprennent les catégories historiques telles que l'Innovation, la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) et la Communication. Pour 2024, trois nouvelles catégories ont été introduites : Réindustrialisation, Construction durable et Meilleure collaboration Industriel/Distributeur.

Pour un engagement collectif de la filière

INOHA mise plus que jamais sur la dynamique collective en faveur de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)

Au sein d'INOHA, les formats ont été démultipliés pour informer, éclairer, sensibiliser et stimuler les adhérents sur les enjeux environnementaux.

La stratégie de communication RSE s'appuie désormais sur une newsletter mensuelle collant à l'actualité ainsi que sur une vingtaine de webinaires annuels accessibles à tous. Ces webinaires permettent, notamment, aux adhérents de pouvoir échanger avec les éco-organismes représentant les différentes filières REP du secteur.



Des échanges constructifs avec les distributeurs

Quelle gestion de fin de vie des produits ?

L'éco-conception étant un sujet central, une nouvelle série de rendez-vous a été initiée. Ainsi, en mai une visite du centre de tri de Blarenghem (près de Lille) a été organisée dans le cadre du partenariat avec Ecomaison.



Riche en enseignements, cette journée a permis aux industriels présents de découvrir comment sont pris en charge la fin de vie de leurs produits. En octobre, un cycle de webinaires d'initiation à l'éco-conception a débuté, élaboré en collaboration avec le Pôle éco-conception, centre national de l'éco-conception.

Une autre nouveauté structurante en 2023 fut la mise en place du Club RSE qui se réunit une fois

par trimestre, exclusivement en présentiel. L'objectif du club RSE est de favoriser les échanges de bonnes pratiques et fédérer les adhérents engagés tout en éclairant ceux qui démarrent. Chaque rencontre offre l'opportunité d'entendre le témoignage d'un adhérent sur ses initiatives et de bénéficier de l'expertise d'intervenants spécialisés sur des sujets précis.

ANNA DOGAN

CHEFFE DE PRODUIT SPEAR & JACKSON

« Participer aux réunions du Club RSE d'Inoha, c'est pouvoir bénéficier d'un espace d'échanges de bonnes pratiques avec les autres adhérents sur un sujet devenu incontournable dans nos entreprises. Les témoignages des autres participants et les interventions d'experts permettent de s'enrichir et de développer une dynamique collective. Le plus : l'actualité réglementaire qui permet d'être à jour sur toutes les évolutions ! »



En parallèle, INOHA a intensifié ses échanges avec les distributeurs sur les questions RSE. Des réunions de travail ont été organisées avec des représentants des enseignes GSB sur la mutualisation et la simplification des collectes des données RSE réglementaires. En janvier 2024, les enseignes se sont mises d'accord sur une première liste commune de caractéristiques sur le bois à demander à leurs fournisseurs.

Questions à Emmanuel Bernard

CHARGÉ DE MISSION
CHEZ SAMSE



Quelles est votre vision de la RSE ?

Celle d'un sujet holistique qui vient, enfin, compléter le pilotage économique. Toutes les thématiques sont à adresser de manière transverse et complémentaire.

Le Groupe SAMSE, dans l'époque pleine de transitions dans laquelle nous sommes, a choisi de s'engager sur toutes ces thématiques, avec comme objectifs de réduire au maximum les impacts de nos activités, créer de la valeur pour toutes les parties-prenantes et viser, pour les activités qui le permettent, un impact positif sur les écosystèmes.

Pourquoi selon vous est-ce un sujet de filière ?

Ma conviction est très forte sur l'intérêt collectif d'un travail de filières, et inter-filières. D'une logique d'organisation, la RSE nous oblige à raisonner pour l'intérêt commun. C'est d'ailleurs ce que les distributeurs de bricolage ont entrepris début 2023 avec INOHA où nous nous voyons régulièrement pour progresser ensemble. L'adaptation et les changements réussiront pour tous, avec tous.



18

Le nombre d'entreprises ayant réalisé leur bilan carbone dans le cadre du parcours INOHA

Les capsules de compétences RSE

En 2023, INOHA a proposé deux sessions de formation « **Stratégie RSE, par où commencer ?** », particulièrement adaptée aux petites PME. Cette capsule leur permet en effet de mieux comprendre comment aborder la RSE et les aide à structurer leur démarche.



Le KIT réglementaire RSE

Inoha propose à ses adhérents un ensemble de fiches synthétiques sur les différentes réglementations en cours ou à venir. Elles sont directement consultables sur l'extranet des adhérents.

Accélérer la réduction de l'impact environnemental

Depuis 2021, INOHA s'est engagée dans la construction de solutions visant à établir une filière ayant un impact environnemental positif, ainsi qu'à promouvoir le développement d'offres durables.

Dans cette perspective, des programmes d'accompagnement « clés en mains », pragmatiques et incluant des échanges entre adhérents sont désormais proposés. Au-delà des éclairages réglementaires et de la sensibilisation aux enjeux de développement durable, INOHA souhaite engager concrètement la filière en proposant à ses adhérents des programmes conçus spécifiquement pour eux.

Le premier parcours, axé sur la décarbonation des activités industrielles, a vu la création de deux nouvelles promotions cette année, portant ainsi à 18 le nombre d'entreprises ayant réalisé avec succès leur bilan carbone. Les résultats sont toujours très éclairants et sources de motivation pour les équipes. *« Ce bilan va contribuer aux changements déjà en marche liée à notre démarche RSE. La présentation de chiffres relatifs aux impacts ne peut que susciter une prise de conscience et une remise en question de certains modes d'achat et de leur origine. »*, témoigne Christophe Spilmont, responsable QHSE d'Orial. L'outil Toovalu utilisé dans le cadre de ce parcours et les moments

de partage collectifs ont été particulièrement appréciés.

Réduire ou modifier ses emballages

En 2023, INOHA a étoffé son offre avec un deuxième programme : « J'allège mes emballages », destiné aux entreprises souhaitant réduire ou modifier leurs emballages, qu'il s'agisse des packagings ou des emballages logistiques. ELSA CSR, expert en emballages éco-conçus, propose des alternatives basées sur des analyses de cycle de vie et en considérant avant tout la fonctionnalité de l'emballage. Il apporte également son éclairage

par rapport aux demandes des clients. Ce programme, déjà suivi par 11 entreprises, est particulièrement apprécié des PME qui ne disposent pas des ressources nécessaires pour prendre en charge le sujet. Les résultats sont très concrets et certaines préconisations sont mises immédiatement en pratique grâce, notamment, aux échantillons fournis.

En fin d'année, le Conseil d'Administration d'INOHA a voté le démarrage d'un troisième programme sur l'éco-conception des produits. L'idée est d'accompagner les adhérents pour poser les fondements de leur démarche d'éco-conception.



« J'allège mes emballages », un des programmes clés en main proposé



CAROLE SHEKH
RESPONSABLE QUALITÉ ET RSE
TIBELEC

« Chez Tibelec nous considérons nos packagings comme des produits à part entière et nous avons déjà entamé une démarche de réduction de nos emballages. Mais avec le programme d'Inoha, et l'expertise technique d'ELSA CSR, nous avons pu nous poser les bonnes questions, valider certains de nos choix et ouvrir les yeux sur d'autres. C'était aussi très enrichissant de pouvoir échanger avec les autres adhérents de la promotion. »



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...

Faire entendre la voix des Industriels du Nouvel Habitat

Pour défendre les intérêts de la filière du Nouvel Habitat, INOHA s'est mobilisée activement en 2023 sur des problématiques tant économiques que réglementaires ou environnementales.

INOHA a initié une série de rencontres avec les acteurs clés de son écosystème et les Pouvoirs publics. Des discussions ont été menées sur des sujets tels que la RSE, les REP, les éco-contributions, le Home index, les pénalités logistiques...

Favoriser le dialogue pour une filière renforcée

Réunions RSE avec les Enseignes

Trois sessions, le 20 janvier 2023, le 24 mars 2023 et le 18 janvier 2024, ont réuni INOHA et les responsables RSE de Leroy Merlin, Castorama, Monsieur Bricolage, Samse, Kingfisher, ITM, et l'Entrepôt du Bricolage. L'accent a été mis sur la simplification des démarches entre enseignes et industriels, avec un focus sur la décarbonation, les audits sociaux, et la réglementation à venir sur le bois.

Dialogues et échanges sur les préoccupations du secteur

Des rencontres avec Leroy Merlin (le 7 février et les 8 et 15 novembre 2023), ITM (le 26 avril 2023) et Kingfisher (le 31 mai 2023) ont été organisées pour évoquer notamment le plan d'affaires 2023, les évolutions réglementaires, les pénalités logistiques, l'harmonisation des formats pour les échanges des datas produits et les démarches d'audit RSE...

Lobbying actif : défendre les intérêts de la filière

20 propositions pour l'Industrie Verte

Dans le cadre du projet de loi «Industrie Verte» porté par Bruno Le Maire, le Conseil d'Administration d'INOHA a élaboré et soumis 20 propositions en avril 2023, alignées sur la stratégie de décarbonation déployée depuis un an.

Défense du travail en milieu carcéral

INOHA a plaidé en faveur de la spécificité française régissant le travail en milieu carcéral. Elle a rencontré le 21 septembre 2023 Leroy Merlin et le Président du Comité d'éthique d'Adéo pour défendre cette particularité française.

Engagement contre l'inflation des éco-contributions

INOHA a rencontré le 9 octobre 2023

le Conseiller sur l'économie circulaire du ministre de l'Environnement pour demander une révision à la baisse des objectifs gouvernementaux concernant les Responsabilités Élargies des Producteurs (REP) bâtiment et bricolage, ainsi que la visibilité en B to B des éco-contributions.

Rencontres avec l'Autorité de la Concurrence

Le 15 novembre 2023, INOHA a échangé avec l'Autorité de la Concurrence sur la concentration des acteurs de la distribution du bricolage.

Position Européenne

INOHA représente la filière habitat au niveau européen au sein de l'Association Européenne des Industriels de l'Habitat (HIMA). Après concertation avec la FMB, elle a défendu le maintien du dispositif actuel des délais de paiement.



FRANÇOIS ASSELIN
PRÉSIDENT DE LA CPME

« INOHA est un adhérent clé de la CPME. Ce faisant, c'est la filière des industriels de l'habitat qui est partie prenante de nos travaux en nous faisant remonter ses problématiques et en élaborant avec nous les solutions à y apporter. Dans la période complexe que nous traversons, l'habitat est un rouage vital de l'économie et c'est ensemble que nous continuerons à nous mobiliser

efficacement pour obtenir des avancées significatives au profit du secteur. »

Proche, Fort, Visible

INOHA place la communication au cœur de sa stratégie pour accroître la notoriété de sa filière et maintenir une proximité constante avec ses adhérents.

Les actions de communication visent à affirmer les positions d'INOHA, diffuser l'information de la filière, promouvoir les événements, et attirer de nouveaux adhérents. Le bilan des actions presse et des outils digitaux pour l'année 2023 témoigne de la dynamique de l'association.

En interne, INOHA veille à la circulation fluide de l'information : promotion des événements, webinaires, capsules de compétences, matinées de la distribution et information du secteur.

En 2023, INOHA a dynamisé sa communication interne en lançant trois newsletters ciblées :

- **Inoha News** : Actualités de l'Association et de la filière
- **Data News** : Chiffres marchés et tendances issus de la plateforme Inodata.
- **RSE News** : Actualités RSE, réglementations et programmes d'accompagnement.

À l'externe, INOHA a intensifié ses actions de communication dans les médias traditionnels et sur les outils

digitaux. Ainsi, 14 communiqués de presse ont été diffusés en 2023 sur des sujets tels que la RSE, les perspectives économiques des adhérents, les grands chantiers d'INOHA, les Trophées... générant 231 articles dans la presse professionnelle et grand public pour une audience totale de 1,5 millions de lecteurs. Le site Internet d'INOHA, vitrine de la filière et de ses actions, a pour sa part davantage été consulté cette année avec plus de 30 000 pages vues.

Enfin, sur LinkedIn, la communauté d'INOHA a connu une croissance notable de 23,5% en 2023, rassemblant désormais 2 752 abonnés.



+23,5%

l'augmentation de la communauté INOHA sur LinkedIn



Ambassadrice INOHA 2023

Lors de la 8^{ème} édition des Trophées INOHA, le 23 novembre 2023, Jean-Luc Guéry a remis le prix « meilleur ambassadeur 2023 » à Katty Stahl, Directrice commerciale Europe chez Forest-Style et membre du Bureau d'INOHA.

Ce prix récompense les actions de promotion de l'association menées tout le long de l'année par Katty Stahl auprès d'industriels qui ne sont pas encore adhérents.

Chaque adhérent est ambassadeur d'INOHA.

NOUVEAUX ADHERENTS EN 2023

15 nouvelles entreprises ont rejoint INOHA pour bénéficier de ses services, de sa représentativité et des actions menées tout au long de l'année. Merci de leur confiance :

BARENBRUG France (gazons), **CHAPUIS** (cordes et chaînes), **CQFD** (profilés alu), **CREE** (bâtiment), **DAYE EUROPE** (tondeuses & OEP jardin), **DHAZE** (profilés et plaques alu, polycarbonate, acier), **DIX NEUF** (access. pour poêles chauffage), **FIRSTPLAST FRANCE** (grilles aération, VMC), **FISCHER DAREX OUTILLAGE** (outillage), **GUARD INDUSTRIE** (Peinture-Droguerie-Colles), **ISOVER** (panneaux fibre de verre), **PISCINES TECHNIQUES 2000** (produits pour piscines), **RIGHINI** (portes intérieures), **SAB BROTHERS** (outillage à main), **TARKETT** (revêtements sol)

8^e Trophées INOHA, en phase avec les attentes sociétales

Lors de la Nuit By INOHA, le 23 novembre 2023, à la Chapelle du Musée des Arts & Métiers, les 8^{èmes} Trophées INOHA ont été remis aux lauréats, industriels adhérents, pour récompenser leurs actions novatrices menées dans l'une des trois catégories : Innovation, Communication et RSE. Cette année, le jury a également créé un prix spécial, décerné à une entreprise ayant particulièrement marqué par sa démarche globale.



Devant un public de 250 convives, les membres du jury, professionnels du secteur et journalistes, ont récompensé plusieurs entreprises



Trophée de l'Innovation

**S & P France (Pyrénées Orientales)
pour sa VMC hygroréglable OCTEO
HYGRO ECOWATT HP+**

Conforme à la RE2020, OCTEO HYGRO ECOWATT HP+, développé par la société S&P France, est un système de ventilation simple flux hygro-réglable haute performance, tant en termes d'efficacité énergétique que de durabilité. Il constitue une avancée technologique révolutionnaire dans le domaine de la ventilation hygro-réglable à très basse consommation.



Trophée Communication

**BRUNEL (Nord) pour la nouvelle image
de marque de STARWAX THE FABU-
LOUS**

BRUNEL, fabricant de produits d'entretien, a été récompensé pour la modernisation de l'image de sa marque de « do it yourself » ménager, STARWAX THE FABULOUS. Le changement a consisté à actualiser l'égérie emblématique, passant de la ménagère des années 50 à un nouveau couple intemporel et affirmé, représenté par Emilie et Thomas, experts de l'habitat.

Cette transition incarne l'égalité homme/femme dans toutes les tâches ménagères (bricolage, entretien, nettoyage, décoration, ...) et introduit un nouveau ton de communication empreint d'humour.



Trophée RSE

CORYL ETS LAMBERT (Essonne) pour les tapis d'entrée EQUI-MER et EQUI-TERRE de la marque CORYL

Spécialiste de la commercialisation des tapis d'entrée et de salle de bain, la société CORYL a développé deux nouveaux tapis extérieurs, EQUI-MER et EQUI-TERRE, très efficaces et durables. Fabriqués en Belgique à partir de matériaux recyclés provenant des secteurs de la pêche (filets, casiers, ...) et de l'agriculture (bâches d'ensilage, films de paillage, ...), ils sont entièrement recyclables et bénéficient d'une faible empreinte carbone.

Le merchandising et le packaging des produits s'inscrivent dans la même démarche de durabilité : carton 100% recyclé et recyclable, encre labellisée imprim'vert, utilisation d'un nouveau concept d'exposition en magasin visant à réduire l'impact environnemental global du produit, tout en conservant un design attractif pour souligner l'engagement envers la réduction de l'empreinte carbone du produit. Par ailleurs, le côté réversible du tapis permet de doubler sa durée de vie.



Prix Spécial du Jury

BRUNEL (Nord)

Les membres du jury ont pris la décision de décerner un « Prix Spécial » à la société BRUNEL pour sa démarche globale d'entreprise, empreinte d'innovation et de RSE (catégorie dans laquelle elle avait aussi candidaté), relayée par une communication efficace et novatrice.



LES MEMBRES DU JURY

RÉUNIS LE 11 OCTOBRE 2023 CHEZ INOHA

- **Jérôme Augereau** - journaliste au magazine Construire sa Maison,
- **Cathy Dufour** - Directrice Générale de l'Ameublement Français (non présente sur la photo),
- **Valérie Gourvès** - Directrice Opérationnelle Sécurité structure Feu au CSTB,
- **Jean-Luc Guéry** - Président d'INOHA,
- **Vanessa Montagne** - Directrice Nouvelles Filières d'Ecologic,
- **Pierre Pichere** - Rédacteur-en-chef de Négocé.



VALÉRIE GOURVÈS

DIRECTRICE OPÉRATIONNELLE SÉCURITÉ STRUCTURE FEU AU CSTB, MEMBRE DU JURY DES TROPHÉES INOHA 2023

« En tant que représentante du CSTB*, acteur engagé dans l'accompagnement des innovations durables, j'ai été sensible aux propositions reçues dans le cadre des Trophées. Plusieurs entreprises ont eu une approche systémique combinant innovation et

démarche environnementale complète, depuis la conception du produit en passant par un process à faible impact, sans oublier le volet bien-être des salariés ! »

*Centre Scientifique et Technique du Bâtiment

La gouvernance

Le Conseil d'Administration d'INOHA est composé de 22 membres : 7 membres du Bureau, 8 élus représentants les secteurs d'activité, 5 élus représentants les régions et 2 élus représentants les 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
LEGRAND FRANCE



Guy Maxis
MAT INTER



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

Eric Flusin

Responsable Data services
et appropriation de l'offre
Email : eflusin@inoha.org
Tel. : 06 58 06 06 79

Christopher Almeida

Responsable des Adhérents
et du Développement
E-mail : calmeida@inoha.org
Tel. : 07 50 71 06 55

Delphine de Labarrière

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

Anne-Marie Pouliquen

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

José-Miguel Olaso

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

Mara Testagrossa

Assistante coordinatrice
E-mail : secretariatinoha@inoha.org
Tel. : 01 53 42 36 50

Véronique Bourbier

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



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 - 2024

Crédits photo : Dr, Inoha, Thinkstock, Istock,
Studio Cabrelli





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

