

# SOMMAIRE

## ACTUALITÉ

### L'ESSENTIEL

Les Tout Faire font face aux mutations ..... 5

### INDICATEURS

Maisons individuelles, vers une accalmie en 2011 .... 7

### ÉVÈNEMENT

France Matériaux, une nouvelle enseigne chez les indépendants ..... 9

Paysage 2011 des surfaces de bricolage ..... 10

### GÉNÉRALE

Fiscalité: haro sur les vieilles chaudières ..... 19

### DISTRIBUTION

Gedex mise sur les services pour renforcer ses enseignes ..... 21

Intergros et EDF signent la convention FEE Bat ..... 21

Le salon Cofaq progresse sur le volume d'affaires .. 22

Bricomarché vise les professionnels de la Somme .. 22

### INDUSTRIE

Zehnder ambitieux sur le double flux ..... 25

Sifisa maintient le cap de sa croissance en négoce ... 25

Naptural placé en redressement judiciaire ..... 26

## MARKETING - ACHAT

### COMBLES AMÉNAGÉS

#### MARCHÉ

Les avant-postes de la performance énergétique 29

#### STRATÉGIES INDUSTRIELLES

La laine de verre, locomotive du marché ..... 30

#### TENDANCES

La thermique n'est pas le seul vecteur de décision 33

#### DISTRIBUTION

Savoir profiter des courants ascendants ..... 34

## ACTION COMMERCIALE

### COMMUNICATION

Sponsoring: les clés d'un essai transformé ..... 36

### MERCHANDISING

Tubes et raccords: renforcer la lisibilité du rayon ... 39

### POINT DE VENTE

PDO Angers organise la mixité des clientèles ..... 40

## LOGISTIQUE

### NOUVEAUX ÉQUIPEMENTS

Transport, manutention, gestion ..... 45

## MANAGEMENT

### RESSOURCES HUMAINES

GPEC: une réponse sociale, environnementale et économique ..... 49

## PRODUITS

### EN AVANT-PREMIÈRE

Circulateur SiriuX Home de Salmson ..... 53

Revêtement technique intérieur pour l'étanchéité

Aérobblue de Placo ..... 53

NOUVEAUTÉS ..... 55

LES CHANTIERS À SUIVRE ..... 63

PETITES ANNONCES ..... 64

MR NÉGOCE ..... 66



À l'occasion de son salon, France Matériaux dévoile l'enseigne commune du réseau **P.9**



Les raccords et tubes réclament plus d'efforts de merchandising **P.39**

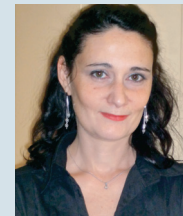


Aborder la GPEC sans contrainte pour anticiper les marchés et les besoins de son entreprise **P.49**



Placo attaque le chantier de l'étanchéité à l'air avec Aéroblue

**P.53**



**MARIE-LAURE BARRIERA**  
Rédactrice en chef

## CHER PARTICULIER

La ligne de démarcation qui séparait le négoce des GSB s'est incontestablement affinée au fil des années, le négoce ayant cherché à conquérir le particulier, les GSB accueillant les professionnels. Cette évolution n'est donc certes pas un phénomène récent. Toutefois, une accélération semble se produire. Non pas tant à la faveur du retournement de conjoncture qu'à celle de la croissance attendue sur les marchés de la performance énergétique. Si jusque-là, le négoce usait du vocable « bricoleur lourd » pour justifier d'un accueil grand public, ce sont désormais tous les particuliers qui sont susceptibles de l'intéresser pour peu qu'ils aient un projet et qu'ils puissent être prescripteurs. Le marché des combles que nous traitons dans ce numéro est symptomatique de ce phénomène. Il faut donc désormais investir le territoire de la communication nationale, affirmer qui l'on est et ce que l'on vend, en termes de produits comme de conseils et d'accompagnements. Les dispositifs complets créés notamment par les indépendants Queguiner, Denis Matériaux, la démarche de certification de service sur les EnR lancée à l'initiative de la Fnas, ou encore le plan d'harmonisation et de basculement sous enseigne commune des réseaux Tout Faire ou France Matériaux participent de cette même ambition. A l'opposé, que préparent aujourd'hui les enseignes du bricolage pour aller vers le Bâtiment? C'est ce que nous vous invitons à découvrir dans notre enquête 2011 qui leur est consacrée.