

Entre fabricants et particuliers

La distribution

CSTB - Orlando CATARINA, Marc COLOMBARD-PROUT, Philippe DARD et Chantal LAUMONIER

Motivations & objectifs

La recherche vise à questionner et comprendre la place et le rôle de la distribution, négociants généralistes et grandes surfaces de bricolage (GSB) comme interface et relais de la promotion de produits de construction et des équipements domestiques de qualité énergétique, environnementale et sanitaire dans l'habitat.

Conclusions & perspectives

La place croissante des questions environnementales, énergétiques et sanitaires chez les négociants généralistes et les GSB :

- développement d'axes stratégiques des enseignes,
- démarche qualité logistique et de points de collecte de déchets,
- mise en place de commissions environnement,
- élaboration de catalogues de produits,
- actions de formation des vendeurs,
- partenariat avec l'ADEME et d'autres organismes institutionnels.



La distribution joue le rôle d'une caisse de résonance des transformations du secteur bâtiment en raison de son rôle essentiel d'interface entre les industriels et les entreprises, les artisans et les particuliers.

Les démarches sont émergentes, d'où la nécessité d'actions pour les consolider en direction de chaque catégorie d'acteur de la chaîne :

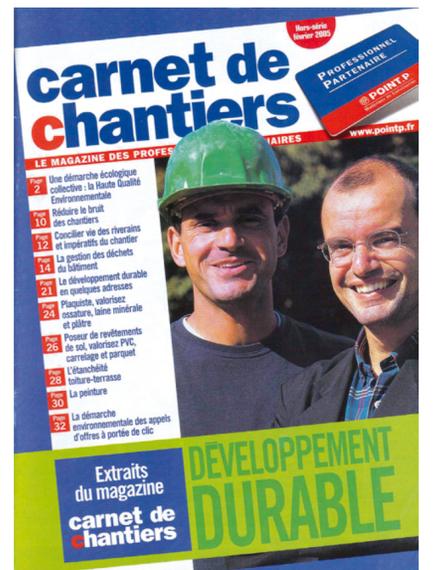
- les fabricants : les inciter à concevoir des produits innovants et mieux renseignés en matière de qualité environnementale et énergétique,
- les vendeurs : les former au concept de développement durable,
- les particuliers : leur proposer des argumentaires qui combinent les valeurs collectives et les intérêts individuels,
- les professionnels, artisans et PME : les replacer au cœur de la filière comme prescripteurs et metteurs en œuvre des meilleures technologies disponibles.

Contacts

orlando.catarina@cstb.fr / marc.colombard-prout@cstb.fr / chantal.laumonier@cstb.fr

Résultats marquants obtenus

- > **L'enjeu des particuliers** : 15 milliards € d'achats directs et 7 milliards € d'achats indirects effectués par les artisans mais prescrits par les particuliers, soit près de 50 % des achats de matériaux et produits de construction.
- > **Les occasions de travaux** : liées aux cycles de vie des particuliers, aux trajectoires résidentielles et à la mobilité professionnelles, aux transactions immobilières.
- > **Les politiques** de développement durable définies par les professionnels du négoce visent à impulser des actions :
 - sur la filière : règles de bonnes pratiques, cahiers des charges environnementaux pour la fabrication, la distribution et les relations commerciales,
 - dans les groupes : sélection de fournisseurs répondant aux critères de qualité environnementale,
 - dans les magasins : présentoirs et salles d'exposition particulières, points de collecte des déchets,
 - vis-à-vis des clients : catalogues de produits spécifiques, guides de conseils.



Procédure expérimentale

Étude exploratoire permettant de couvrir des situations suffisamment variées pour rendre compte de dynamiques commerciales différentes :

- 4 familles de produits retenues : produits d'enveloppe, équipements sanitaires, matériels d'électricité et de chauffage,
- dans 3 régions : parisienne, nantaise, Valence/Avignon.

Approche qualitative, à caractère sociologique, ethnologique et économique : entretiens, observations et recueil documentaire dans un certain nombre de points de vente.



Remerciements

- Groupe de pilotage de l'étude : Castorama, Point P Développement et ADEME
- Personnels rencontrés sur les sites étudiés
- ADEME (financement conjoint)