

Paris, le 22 avril 2021.

## Communiqué de presse

### Face à la crise sanitaire, nette croissance des ventes annuelles d'outillages énergisés en France

Alors que la crise sanitaire touche la France depuis plus d'un an, Pierrick AUBOIRON, Président du SECIMPAC, Syndicat des Marques d'Outillages Portatifs et Consommables pour les Professionnels et le Grand Public - Espaces Verts et Bricolage, révèle qu'en 2020, le cumul des **ventes d'outillages électriques auprès des distributeurs Grand Public et Professionnel** a progressé de 5,9% (vs +2,3% en 2019).

*Ces chiffres proviennent des données de marché 2020 compilées comme chaque année pour la filière par le Secimpac et GfK, acteur de référence des études de marché et spécialiste des panels de distributeurs, alliés depuis 2016. Dans la distribution Grand Public, les deux approches se complètent pour fournir une vision des performances des marques et des catégories :*

- *Le Secimpac propose une lecture des achats de produits des marques adhérentes par la distribution en GSB (sell-in) et sur les sites e-commerce.*
- *GfK présente une lecture des ventes des distributeurs (sell-out) sur un périmètre marques complet (qui intègre en plus des marques leaders les Marques De Distributeurs et les produits 1<sup>er</sup> Prix) et sur un périmètre circuits élargi (GSB, mais aussi hypermarchés, supermarchés et pure players internet généralistes).*

Dans le détail, les ventes via **le canal du e-commerce** sont portées en 2020 par les ventes des sites spécialistes et sites propres qui progressent de 46,8%. La part de marché du e-commerce est toujours en progression et passe de 12% à 14% en un an.

**Les ventes à la distribution PROFESSIONNELLE** d'outillages électriques ont progressé en valeur de près de 2% (vs +2% en 2019). Dans le chiffre d'affaires total de ces ventes via la distribution professionnelle, la part majoritaire réalisée par les outillages sur batterie face aux filaires s'accroît régulièrement, passant en un an de 58% à 60%. Le perçage (hors Vissage) qui pèse 36% du total est en baisse de CA.

Concernant **les ventes réalisées auprès de la distribution GRAND PUBLIC**, le SECIMPAC constate que le marché du bricolage est en hausse de quasiment 8% après un recul de 6,2% en 2019. Dans le contexte sanitaire, cette hausse s'est portée sur les produits filaires au détriment du sans fil. Les ventes de produits sur batterie baissent de 2% et ne représentent plus que 45% en 2020 (vs 47% de part de marché en 2019). Les outillages stationnaires et de finition ont vu leurs ventes fortement progresser alors que le perçage est en baisse comme dans le secteur professionnel.

Les différents confinements ont amené les Français à faire eux-mêmes des travaux plus techniques et plus audacieux.

Pour sa part, **le marché des outillages motorisés pour l'entretien des Jardins et forêts**, fléchit en 2020 de 1,9% après une progression de 5% en cumul en 2019.

Ce fléchissement est dû aux outillages thermiques dont les ventes baissent depuis quelques années, mais aussi, plus étonnamment et pour la première fois, aux outillages sur batterie en raison d'une

baisse des ventes de robots qui n'ont pas pu être installés par des professionnels en mars et avril 2020 lors du premier confinement.

Les ventes par Internet sont encore très minoritaires puisqu'elles ne représentent que 4,5% des ventes mais tirent la tendance avec une croissance de 9,3% en 2020.

Cette légère baisse en 2020, beaucoup moins importante que ce que l'on aurait pu attendre en avril dernier, a été tempérée par une nette reprise, dès le mois de mai et un trafic en magasin important. Certains réseaux de distributions, notamment la distribution spécialisée, ont su tirer profit de leur proximité avec les consommateurs. Les conditions sanitaires ont aussi modifié le marché, avec l'impossibilité pendant plusieurs semaines de se rendre chez le client pour installer des tondeuses robots, ce qui a valu un léger repli de ce segment, pour la première fois de son histoire, mais aussi de certaines tensions sur l'approvisionnement de produits, notamment à batterie. A noter, dans une année si particulière, la redécouverte du jardin par le consommateur qui reprend plaisir à s'occuper de sa pelouse, de ses haies, de ses arbres, afin de profiter pleinement de cette « nouvelle pièce » de la maison.

### TENDANCES DE L'ANNEE 2021 :

Le secteur de l'outillage électrique pour le bricolage, la construction et l'industrie, observe une très forte demande, notamment sur les marchés du Bricolage et du Bâtiment, depuis le mois de juin 2020. Cette croissance de la demande continue sur le T1 2021.

La tension, que connaît le marché depuis plusieurs mois maintenant, sur les prix et disponibilité des matières premières d'une part, sur le secteur logistique d'autre part, constitue une zone d'alerte pour les acteurs du marché.

Le secteur de l'entretien des jardins et Forêts réalise un début d'années 2021 des plus positifs. La tendance amorcée à la reprise du second trimestre 2020 semble se confirmer. Les perspectives sont assez positives pour l'ensemble des segments. Cependant, la reprise importante, aux niveaux national, européen et mondial engendre une utilisation maximale des unités de production et l'approvisionnement de certains composants s'annonce en tension.

### Données GfK : Marché de l'outillage motorisé

Les données GfK sont issues des « sorties de caisse » des distributeurs, soit les ventes réalisées en France métropolitaine par les circuits GSA et Pure players internet généralistes, par les GSB, ainsi qu'en motoculture par les spécialistes motoculture et agricoles.

A fin 2020, **le marché français des outils de bricolage énergisés (OEP et outils stationnaires) affiche un chiffre d'affaires de 448 Millions d'Euros TTC, en progression de +11,1**. La croissance en volume est un peu moins marquée, à +4,3%, signifiant ainsi une reprise de part de marché de la part des marques leaders, au détriment des Marques De Distributeurs.

Cette croissance exceptionnelle est portée à la fois par le développement des ventes internet, mais aussi par une très bonne résistance des GSB.

Ces dernières ont vu en effet leur CA dépasser les 10% de croissance, malgré une chute brutale des ventes lors du premier confinement. Notre étude ConsumerPulse Covid-19 suit les changements de priorités et comportements d'achat depuis mars 2020. La vague de janvier 2021 montre l'attractivité

des GSB pour les consommateurs, et leur place de circuit privilégié pour l'achat de produits de bricolage en 2021.

A l'opposé, les Grandes Surfaces Alimentaires sont en repli de -5,5% en valeur, alors que leur volume est en baisse encore plus marqué. A la différence de ce qui a été constaté sur de nombreuses catégories de bricolage et de l'équipement de la maison, les GSA n'ont pas profité d'un effet de report favorable lié à la fermeture des GSB et autres spécialistes.

L'ensemble des catégories de produits profitent de cette dynamique. La croissance de la demande a été la plus marquée en ponceuses et en scies, et en général sur les outils qui servent au travail du bois. Les outils stationnaires connaissent aussi une nouvelle année de forte croissance.

A l'opposé, les perceuses confirment leur moindre attractivité et perdent du poids dans le mix-produits.

Enfin, les produits sur batterie semblent au global marquer une pause cette année. En réalité, c'est presque exclusivement en perceuses que les produits sans fil connaissent une moindre croissance par rapport à celle des produits filaires, alors le sans-fil progressent ailleurs.

Les données du panel montrent ainsi que la technologie Sans-fil poursuivra sa croissance dans les années à venir. Des marques leaders jouent particulièrement le jeu, en développant des plateformes d'outils à batteries interchangeables. Notre nouveau panel, qui comptabilise les ventes des batteries seules et chargeurs de batteries permet désormais d'avoir une lecture complète de cet écosystème.

Concernant **le marché de l'outillage motorisé pour l'entretien des Espaces verts**, celui-ci confirme sa stabilisation, avec 1,08 Milliard d'euros de chiffre d'affaires TTC, en hausse de 1,1%.

A la différence du bricolage, les GSB n'ont pas pu compenser les pertes du premier confinement avec les mois qui ont suivi. C'est ainsi que le circuit perd 3,5% en valeur, subissant notamment l'annulation ou le report d'opérations promotionnelles.

Ce sont alors les spécialistes du Jardin qui ont le mieux profité de la croissance du marché.

- Les LISA et Jardineries affichent une croissance de 7,2%, poursuivant sur leur tendance de l'année précédente.
- Les spécialistes agricoles et motoculture restent très forts leaders de la catégorie. Ils sont parvenus cette année encore à maintenir leur CA, progressant même de près de 2%.

Les produits gagnants de 2020 sont les broyeurs (croissance de 21% en valeur), suivis de loin par les aspirateurs-souffleurs-broyeurs et les tronçonneuses.

La surprise vient surtout cette année de la bonne résistance des produits thermiques. Les Spécialistes Motoculture en sont les acteurs principaux. On a notamment pu constater chez eux une reprise des ventes de tondeuses autoportées, phénomène sans doute conjoncturel.

Toutefois, ce sont bien les produits sur batterie qui continuent à dynamiser le marché (en croissance de +5,9%). En leur sein, les tondeuses robots déçoivent, en l'absence de promotions impactantes en GSB et de la moindre disponibilité des spécialistes pour l'installation au printemps.

Les produits électriques filaires poursuivent quant à eux leur baisse (-2,9% de CA), qui paraît inéluctable.

**A propos du SECIMPAC ...**

Présidé par Pierrick AUBOIRON, le SECIMPAC rassemble quasiment une trentaine d'entreprises du secteur et représente les plus grandes marques de la filière des outillages motorisés (électriques filaires et sur batteries, thermiques et pneumatiques) et leurs consommables, ainsi que les outils à main et les instruments de mesure destinés, aux professionnels du bâtiment et de l'industrie, aux bricoleurs et à l'entretien des espaces verts.

En 2019, le chiffre d'affaires cumulé des entreprises adhérentes du SECIMPAC était de près de 2,7 milliards d'euros et de 4800 salariés en France.

Pour en savoir plus sur le SECIMPAC : [www.secimpac.org](http://www.secimpac.org)

Le SECIMPAC est affilié à la FICIME (Fédération des entreprises internationales de la mécanique et de l'électronique), ce qui permet aux adhérents du SECIMPAC de bénéficier des services supports en matière juridique, fiscale, droit social, douane, technique et environnement. Le poids économique de la FICIME représente un Chiffre d'Affaires total estimé à 44 milliards d'euros, et 300 000 emplois en France. [www.ficime.org](http://www.ficime.org)

**A propos de GfK**

Nous connectons données et science. Consommateurs, marchés, marques et média : grâce à des solutions d'analyses innovantes, nous apportons des réponses aux questions clés des entreprises, aujourd'hui comme demain. Partenaire analyse et conseil, nous promettons à nos clients partout dans le monde «Growth from Knowledge».

Rendez-vous sur [www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr) ou suivez-nous sur [Twitter](#) et [LinkedIn](#)