



DÉCRYPTAGE Zoom - Extérieur de la maison

L'aménagement extérieur, un secteur qui se diversifie

Le phénomène de migration des foyers vers la périphérie urbaine ou à la campagne fait progresser le marché de la maison individuelle. Avec cela l'envie de grands espaces à aménager devient un loisir indispensable. La culture du bien-être contribue désormais à faire fructifier un marché de l'aménagement extérieur de la maison toujours plus grand. Ce sont donc de très bonnes perspectives qui attendent ce secteur. La valorisation de l'habitat, avec en arrière plan une plus-value sur le foncier, favorise le marché des piscines, de la rénovation et du trio bricolage, jardinage, décoration.

L'émérgence du *cocooning* et l'intérêt des Français à se créer une maison douillette où il fait bon vivre fait de notre activité un secteur porteur", s'enthousiasme Philippe Courtoy, dirigeant fondateur du réseau La Maison des Travaux. Les acteurs de l'aménagement extérieur de la maison sont unanimes : les Français aiment de plus en plus se retrouver chez soi.

Emissions de télévision, magazines, salons, tout est mis en œuvre pour développer cette tendance. Selon Promojardin (Association pour la promotion du jardinage, de l'amélioration de l'environnement et du cadre de vie), 60 % des foyers ayant un espace de jardinage ont un jardin, 43 % ont une terrasse, 31 % possèdent un balcon, 49 % un rebord de fenêtre exploitable. C'est pourquoi les enseignes sont nombreuses. Elles se développent en réseau pour sensibiliser les plus récalcitrants : enseignes de proximité, pour les amateurs ou les professionnels, le choix est large. Les secteurs aussi et la concurrence est féroce.

L'univers de la piscine, bien que saisonnier, attire toujours. Pour embellir cet univers de l'extérieur, vérandas, allées, terrasses sont les bienvenues. Avec un parc vieillissant, la rénovation se porte comme un charme. La progression des biens d'équipements dynamise

le marché. Le bricolage connaît une croissance soutenue et affiche, selon les chiffres de Mr.Bricolage, une augmentation de 30 % ces six dernières années. 11 % de progression sur cinq ans pour le marché du jardin selon Promojardin. Les réseaux se diversifient : vente d'accessoires et de produits d'entretiens, abris, clôtures, alarmes, chauffages. Tout ou presque est présent pour satisfaire le client. Secteur artisanal et ouvrier à l'origine, les réseaux s'étendent et les profils commerciaux sont de plus en plus recherchés.

Soleil, coquillages, crustacés et piscine

S'il existe encore un secteur qui fait toujours rêver, c'est bien celui de la piscine. Selon la Fédération des Professionnels de la Piscine (FPP), le chiffre d'affaires des pisciniers a progressé de 8 % en 2006 par rapport à l'année précédente. Deuxième marché mondial après les États-Unis, premier marché européen, 1 248 000 bassins privés étaient installés en mai 2007 en France.

Initialement, les piscines sont un produit de luxe construit sur mesure. Aujourd'hui, elles se

démocratisent et se standardisent : piscines en kit, prêtes à installer, piscines hors sols. Ces modifications ont fait de la piscine un équipement à la portée d'une grande partie de la population. Importées d'Asie et livrées en kit, des piscines hors sol sont commercialisées à des prix très bas. "Depuis leur création en 1994, les piscines Magiline œuvrent avec passion pour la démocratisation du marché de la piscine", indique Bruno Leyeque, directeur commercial de Piscines Magiline.

Le développement en réseau

attire surtout des professionnels de la distribution. Synonyme de vacances, de soleil et d'oisiveté, la piscine est aussi une plus-value du patrimoine immobilier. Une maison gagne 20 % de sa valeur avec une piscine.

Un univers saisonnier

L'univers de la piscine est toujours synonyme de vacances et de détente. Le hic est là : le secteur de la piscine, comme beaucoup d'autres, est une activité



Piscines Magiline veut démocratiser la piscine

“Rendre le bien-être accessible à tous”. C’est ce que souhaite Bruno Levêque, directeur commercial. Les **Piscines Magiline** proposent un service complet : de la recherche développement, la fabrication, au réseau de distribution via les concessions, jusqu’au financement. Le réseau livre des piscines en béton pour les particuliers. En kit ou en “Prêt à plonger”, installé clef en main. “Des piscines aussi solides qu’un château, un pont ou un tunnel”, assure Bruno Levêque. Créé en 1994, le réseau compte 85 magasins, plus quatre en succursales et 150 unités en Europe. Certaines zones ne sont pas couvertes. Il recherche en priorité des entrepreneurs avec une aisance commerciale ou technique et qui sache maîtriser les leviers de la distribution. Le contrat de concession n’inclut aucune redevance ni cotisation. Le droit d’entrée est de 30 000 euros. L’investissement moyen est évalué entre 80 000 et 100 000 euros avec un apport personnel de 70 000 euros. ■

