

L'inévitable consolidation du

Dominé par les deux géants Adeo et Kingfisher, le marché du bricolage est en voie de recomposition. Cible principale : Mr. Bricolage. À la manœuvre, Bricorama aujourd'hui, Bricomarché ou Brico Leclerc demain ?

LES RAISONS DE LA NÉCESSAIRE CONSOLIDATION

■ **Un marché du bricolage maussade en France depuis deux ans.** Les ventes n'ont progressé que de 0,8% en 2014. On est loin de l'euphorie de 2006 (+8%).

■ Sur ce marché mature dominé par Adeo et Kingfisher, où l'écart est grand avec Mr. Bricolage ou Bricomarché, **la concentration reste à venir.**

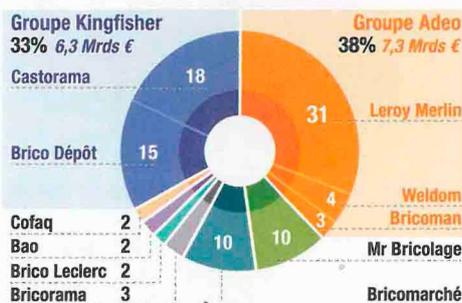
■ **Le potentiel est important.** Avec un parc de 33,9 millions de logements, il y a de quoi embellir sa maison, surtout que bricoler reste l'activité préférée des Français.

Cela ressemble à un feuilleton. Les protagonistes s'appellent Jean-Claude (Bourrelrier) et Jean-François (Boucher). Le premier a longtemps appartenu au groupement dirigé jusqu'à il y a peu par le second. Qui se souvient que Jean-Claude Bourrelrier, qui s'est fait récemment remarquer par son combat pour l'ouverture des magasins le dimanche, a commencé par exploiter cinq magasins à l'enseigne Mr. Bricolage, avant d'en être exclu dans les années 90 et de bâtir son propre empire, Bricorama ? Les discussions en vue d'un rapprochement ne sont pas neuves et ont commencé bien avant que le géant britannique Kingfisher, numéro un européen du bricolage, ne s'intéresse à son tour à Mr. Bricolage. Le 11 septembre donc, par voie de communiqués interposés, le patron de Bricorama a confirmé « avoir approché Mr. Bricolage et ses actionnaires de contrôle [le groupe ANPF et la famille Tabur, NDLR] en vue de combiner les deux groupes afin de créer un acteur de tout premier plan sur le marché du bricolage ».

Pour Jean-Claude Bourrelrier, l'alliance présente moult avantages. « Nous discutons avec Jean-François Boucher depuis avril. J'ai donné à Mr. Bricolage beaucoup de garanties : l'amélioration de leurs conditions commerciales, la possibilité de synergies opérationnelles entre les deux groupes, le maintien des réseaux... » Sans compter qu'une telle union réglerait aussi le problème de sa succession. Sur le papier, c'est la grenouille qui veut manger le bœuf. Avec 3% de part de marché, 1 Mrd€ de chiffre d'affaires pour

UN MARCHÉ DOMINÉ PAR DEUX GÉANTS

Part de marché, en %, des enseignes de bricolage en 2014
Source : Unibal



Le groupe Adeo, qui comprend une quinzaine d'enseignes dont Leroy Merlin, et Kingfisher (Castorama et Brico Dépôt) détiennent 71% du marché à eux deux. L'écart avec le numéro trois est tel qu'il y aura forcément des rapprochements dans les mois à venir.

223 magasins dont 92 en France, Bricorama pèse deux fois moins que sa proie. Mr. Bricolage affiche 2,2 Mrds€ de CA et 866 magasins. Mais les bans ont peu de chance d'être publiés, à moins que Bricorama ne surenchérisse. Quelques heures après la confirmation de l'offre de Bricorama, Mr. Bricolage a répliqué par communiqué que cette offre n'était « qu'indicative » et que « les négociations n'étaient pas entamées ».

Mr. Bricolage en panne de stratégie

La veille, le 10 septembre, Jean-François Boucher, le président de Mr. Bricolage, démissionnait. Un désaveu pour celui qui prônait des fiançailles dont les deux actionnaires majoritaires ne voulaient pas. « Le départ du PDG était prévu depuis le début de l'été, commente un expert. Il ne pouvait pas rester après l'échec du premier deal dans lequel il était trop engagé. » Le premier deal ? Celui avec Kingfisher, qui aurait permis au futur groupe de passer devant l'éternel rival Adeo (Leroy Merlin). Version officielle : l'échec de ce mariage serait à imputer au nombre élevé de magasins qu'il aurait fallu céder (une soixan-

secteur du bricolage



Après Kingfisher, c'est au tour de Bricorama, immédiatement éconduit, de s'attaquer à Mr. Bricolage.

DES MOIS DE REBONDISSEMENTS

■ 3 avril 2014

Mr. Bricolage annonce être en négociations exclusives avec le groupe Kingfisher pour son rachat au prix de 15€/action.

■ 25 mars 2015

Les deux principaux actionnaires de Mr. Bricolage, la famille Tabur (26,3% du capital) et l'ANPF (41,9%) signifient leur refus.

■ 11 septembre 2015

Bricorama propose de racheter à 15€/action le bloc de contrôle des principaux actionnaires, puis de lancer une OPA (amicale) sur le reste du capital. Offre que Mr. Bricolage rejette.

© PASCAL SITTIERRE/REA

taine). Dans les coulisses, il se murmure que Véronique Laury, la nouvelle patronne de Kingfisher depuis janvier, ne voulait pas de cette union.

Au final, c'est un groupe en panne de stratégie et fragilisé qui apparaît. Le tandem nommé à la place de Jean-François Boucher - Paul Cassignol, propriétaire de cinq magasins Mr. Bricolage, et Guy Béghin comme directeur général - ne rassure guère. « *Qui va prendre la relève?*, s'inquiète un professionnel. *Chez Mr. Bricolage, les magasins intégrés sont beaucoup moins rentables que les franchisés.* » Sur un marché du bricolage qui se durcit avec des ventes quasi étales, à + 0,7 % en 2014, les affaires deviennent difficiles, d'autant que le duopole Adeo-Kingfisher domine le secteur et met la pression sur les autres acteurs. Or, Mr. Bricolage traverse une phase difficile avec un chiffre d'affaires en baisse de 4,4 % en 2014.

Bricomarché et Brico Leclerc en embuscade ?

Qui d'autre que Bricorama pourrait bien convoiter Mr. Bricolage? Les prétendants ne sont pas nombreux. Bricorama et Kingfisher écartés, il reste Bricomarché

et Brico Leclerc, deux groupements d'indépendants. Hormis le même statut, ils ne partagent pas grand-chose avec le numéro trois du bricolage en France. « *Bricomarché est plus discount*, souligne un consultant. *Surtout, la vraie question est de savoir si ces indépendants ont la capacité de mobiliser des ressources pour reprendre un tel groupe.* » Le groupement des Mousquetaires a en tout cas démontré ces derniers mois qu'il avait retrouvé sa marge de manœuvre. En témoigne le rapprochement avec Casino.

Difficile d'imaginer qu'il n'y aura pas d'évolution dans le secteur dans les années à venir. La course à la taille critique s'est déjà traduite par une concentration : les magasins de plus de 10 000 m² occupent un tiers de la superficie totale du parc de magasins, et pèsent la moitié du chiffre d'affaires du secteur, selon les données d'Unibal, l'Union nationale des industriels du bricolage, du jardinage et du logement. Mais l'écart entre les deux grands que sont Adeo et Kingfisher et les autres est trop important pour que rien ne bouge. À surveiller donc. ■■

MAGALI PICARD