

Article paru le 13 avril 2013

L'EcoDDS en marche

Créée le 23 avril 2012, EcoDDS est chargée de traiter les déchets chimiques des ménages français. Cet organisme travaillera aussi en amont en favorisant, par des mécanismes incitatifs, l'éco conception des produits (réduction des emballages, des matières toxiques...), la prévention et les comportements éco responsables. Dans le domaine de la décoration, la filière DDS comprend les enduits intérieurs, les colles et mastics, les résines et mousses, les peintures et additifs. « Cela va être très difficile d'évaluer le taux de collecte de la peinture, souligne Pierre Olivier Charlemagne. On a au départ un pot avec un poids en kg. A la collecte, on va le retrouver vide, avec ou sans couvercle, et contenant des restes de peinture plus ou moins épais ».

EcoDDS regroupe 48 actionnaires : trente et un fabricants et dix-sept distributeurs. Parmi les fabricants, plus de la moitié (dix-sept en tout) font partie soit du secteur de la peinture et des produits de traitement de surfaces, soit des enduits et produits de préparation de surface et parfois les deux. Il s'agit de : AkzoNobel, Allios, BB Fabrications (Renaulac), Beissier, Blanchon, Dyrup, Duralux Peintures, Materis Peintures, Oleron STP, Onip, Peintures Maestria, PPG AC France, Recla, STO, Theolux Peintures, Toutpret, V33. Côté distributeurs, tous vendent de la peinture GP, sauf Mobivia qui est dans le secteur de l'entretien et de l'équipement des véhicules. Il y a six GSB : BricoDépot, Bricoman, Bricorama, Castorama, Leroy Merlin, MrBricolage, six GSA : Auchan, Casino, Carrefour, Cora, Les Mousquetaires et Systeme U et quatre négoces : Espace Revêtements, Socoda, UGD (Union Générale de Distribution) et Weldom.

Une vraie motivation

« Les actionnaires « peintures » représentent un peu plus de 60 % du marché en France, mais tous les fabricants et distributeurs du secteur sont concernés, remarque Pierre Olivier Charlemagne, Directeur Général d'EcoDDS. En devenant adhérents d'EcoDDS dès son démarrage en avril 2013, ils pourront répondre à leurs obligations légales et éviter de lourdes amendes administratives tout en réduisant leur empreinte écologique ». L'agrément d'EcoDDS devrait paraître au Journal officiel en avril. « Les négociations avec les représentants des collectivités ont pris plus de temps que nous le souhaitions, constate Pierre Olivier Charlemagne. Cela dit, si on tient cette date, entre la création de la société et l'agrément, il se sera écoulé un an, ce qui est un processus habituel. 2013 est une année de transition avec un barème transitoire pour les collectivités, pour compenser les coûts opérateurs que nous prendrons directement en charge à partir de 2014. Le démarrage d'EcoDDS avec les opérateurs de collecte et traitement de déchets retenus devrait être effectif en 2014 ».

de vente et un moyen pour nous positionner en haut de gamme ».

Le multimédia séduit

Le rôle de l'Internet et des nouvelles technologies s'amplifie. « Si les français utilisent moins l'Internet comme source d'inspiration que les autres pays d'Europe, ils comparent les prix (67 %), recherchent des produits (64 %) et collectent des informations sur les différentes façons d'améliorer l'habitat (51 %) », selon l'étude Kingfisher. Dulux Valen-

tine lance, au deuxième trimestre 2013, un blog « qui sera la clef d'entrée de la couleur », explique Henri Alandou d'Arboussier, Chef de Produit Dulux Valentine Service & Digital. Ouvert en mars 2013, le site www.fipec.org/sipev. « a pour objectif de présenter la peinture sous tous ses aspects, de valoriser les métiers de la peinture et d'effacer l'image parfois négative que le grand public peut en avoir, notamment au niveau de la pollution », souligne Pascal Hoareau. Pionnier en 2005, V33 a lancé sur son site le premier décorateur virtuel per-

mettant de visualiser la couleur de son choix dans une pièce. Support publicitaire et outil marketing pour fidéliser le client, les applications pour smartphone, modèle le plus vendu actuellement, visent une clientèle mobile et branchée. Le logo de l'application étant visible sur l'écran du mobile, l'utilisateur mémorise la marque. Depuis novembre 2011, Ripolin propose une application iPhone sur Apple Store pour choisir des couleurs en cinq étapes. Deux applications sont disponibles sur le site de Tollens dont une, Color Design, gratuite, aide le particulier à trouver une couleur. A partir d'une photo stockée dans un téléphone mobile ou du nuancier Tollens, il visualise cinq harmonies suggérées, choisit une couleur et l'enregistre. « C'est très important de proposer des applications en ligne, car cette démarche devient populaire, remarque Agnès Peignen, Directrice Web Marketing de Tollens. Dans Color Design, il y a une vraie notion de service. Le consommateur liste les couleurs et le nombre de pots nécessaire et se rend ensuite dans un magasin ». Innovation, capture de la nouvelle cible constituée des bricoleurs occasionnels, accompagnement du client dans sa démarche de choix, simplification de l'offre et multiplication des moyens de communications multimédias sont autant d'axes de développement privilégiés en 2013. L'étude de Kingfisher démontre que les français ont été les champions de l'amélioration de l'habitat en Europe l'année dernière, dépensant un montant 1,2 fois supérieur à celui de la moyenne européenne et que plus de la moitié (52 %) des propriétaires prévoient d'habiter dans leur logement pendant au moins dix ans, confirmant clairement la tendance visant à améliorer plutôt que déménager. Une cible potentielle pour les GSB et les fabricants de peinture.

Valérie Clément

(1) sondage réalisé auprès de 15 000 propriétaires dans 8 pays d'Europe sur les comportements et tendances de consommation en matière d'aménagement de la maison. Etude online réalisée par Nielsen en octobre 2012 avec 10 000 répondants représentatifs (www.produitsdel'annee.com).