

100%

DE GRANDES COMPÉTENCES
POUR AMÉNAGER DE PETITS ESPACES

PARTICULIERS



Avec un budget moyen de 6 000 euros, les chantiers d'aménagement chez les particuliers permettent de diversifier son activité facilement.



L'agence Sols s'efforce de mettre à profit des clients leurs connaissances pour déterminer le revêtement qui sera le plus adapté à l'usage.

DOSSIER

LE MARCHÉ DES PARTICULIERS : UNE PLANCHE DE SALUT POUR LES ENTREPRISES ?

De plus en plus d'entreprises, historiquement ancrées dans les travaux publics, développent le marché de l'aménagement extérieur pour capter une clientèle de particuliers et compenser l'atrophie de la commande publique. Des professionnels témoignent de cette reconversion parfois forcée.

À l'heure actuelle, le constat est le même pour tous, les travaux publics s'essouffent par manque d'investissement et de moyens des collectivités, les mises en chantier diminuent ou sont ajournées, voire carrément annulées, les carnets de commande se vident et la visibilité des entreprises est quasi nulle. Alors plus qu'une issue pour un petit nombre mais bien une tendance générale, tous ces professionnels ont choisi de développer le marché des particuliers. Ne nécessitant pas de lourds investissements, ni de compétences supplémentaires si ce n'est les finitions, ces chantiers, certes, plus modestes,

représentent un vrai salut pour ceux dont l'activité est plus menacée.

La commande publique au plus mal

Alors que 70 % de l'activité du secteur des travaux publics dépend de la commande publique et que l'investissement est au point mort, pour certaines entreprises, développer le marché des particuliers est surtout une question de survie. C'est le cas de l'entreprise Bézier (voir article p.16), pour laquelle l'aménagement paysager chez les particuliers a été une planche de salut. Spécialisée,

à l'origine, dans les travaux agricoles, elle s'est ensuite entièrement consacrée aux travaux publics avant de créer, dans les années quatre-vingt-dix, une division dédiée aux travaux chez les particuliers. Et celui qui en est à l'origine, et qui désormais l'actuel dirigeant, Jean-Christophe Bézier, peut s'en féliciter puisqu'aujourd'hui, l'aménagement urbain ne représente plus que 25 % de son chiffre d'affaires.

Avec deux millions d'euros de chiffre d'affaires en 2013, l'entreprise Oise Environnement, quant à elle, reste prudente en privilégiant les réalisations qualitatives. Le marché des particuliers, avec

des réalisations clé en main, ne représente que 30 % de son activité, contre 70 % pour les marchés publics mais essentiellement en sous-traitance pour des majors des TP comme Eiffage et Colas. Une sorte de filet de sécurité pour la jeune entreprise picarde.

Une prise de conscience plus tardive

D'autres ont engagé la reconversion que plus tardivement, comme l'agence Sols Confluence qui travaille essentiellement avec le marché public, contrairement aux agences du groupe drômois implantées plus au sud qui interviennent davantage auprès des particuliers.

Julien Roche, chargé d'affaires Sols Confluence confirme : « Plus faible, ce marché doit être développé en région lyonnaise, par le biais des marchés publics et d'une campagne de communication locale. Effectivement, les particuliers, en voyant nos camions sur les chantiers publics, doivent penser à nous quand ils cherchent un professionnel pour réaliser leurs travaux d'aménagement extérieur ». À l'heure actuelle, ce marché représente, en volume de travail, la mobilisation d'une équipe, une semaine par mois. C'est encore peu. Le budget moyen d'un chantier est de 5 000 à 6 000 euros mais cela peut monter jusqu'à 15 000 ou 20 000 euros. L'agence peut aussi bien intervenir sur l'application d'un béton, sans terrassement, que sur une prestation clé en main, terrassement compris. « Nous maintenons un fort niveau d'exigence sur nos

équipes et nos réalisations. Habitée à des cadences de travail soutenues dans l'aménagement public, chez les particuliers, nous devons travailler avec précision et sens du détail, affirme le chargé d'affaires. Souvent, les particuliers nous demandent de reproduire chez eux ce qu'ils ont vu ailleurs. Ce sont des formules et des finitions maîtrisées ». Mais, parfois, les clients demandent d'apporter des solutions techniques, de mettre au point des formulations de béton (taille d'agrégat, coloris, implantation), c'est là que le savoir-faire entre en jeu. « Nous nous adaptons aux attentes des clients

l'info en +

65 % des Français interrogés souhaitent pouvoir estimer seuls et en ligne leurs projets de travaux, 47 % n'envisagent pas de faire appel à un professionnel, dont 21 % pour une question de coût. Aussi, pour ceux qui sollicitent un artisan, 86 % feront leur choix en se fiant au bouche-à-oreille, 17 % à Internet et aux sites spécialisés et 15 % aux articles dans la presse spécialisée. D'après une enquête sur les envies des Français en matière d'aménagements et de travaux réalisée en avril 2014, par maisonapart.com, à l'occasion de la Foire de Paris, auprès d'un échantillon de 1 050 personnes.

Pour les piscines, Julien Roche recommande un béton sablé ou un béton imprimé.





Le budget moyen d'un chantier est de 5 000 à 6 000 euros mais cela peut monter jusqu'à 15 000 ou 20 000 euros.

et mettons nos compétences à profit pour parvenir à y répondre », affirme Julien Roche. Chez Sols, ils peuvent faire leur choix parmi une quarantaine de matrices. « En entrée de gamme, nous proposons le béton désactivé. Pour un résultat plus esthétique, nous avons le béton sablé moins grenu que le désactivé. Existe aussi le béton bouchardé pour un aspect proche de la pierre naturelle. Enfin, le béton imprimé avec sa surface finement texturée, idéal pour les terrasses. Pour les piscines et abords, nous conseillerons soit un béton sablé avec un agrégat travaillé pour moins de glissance ou un béton imprimé, plus lisse et plus agréable pour un toucher pied nu. Il faudra là aussi travailler la finition

pour produire plus d'adhérence. Enfin, pour les voies d'accès, nous prenons en compte l'intensité de la circulation pour déterminer l'épaisseur du revêtement. Il faut compter 12 cm pour une circulation piétonne ». Adaptabilité, réactivité, soin... le chargé d'affaires en est convaincu, il faudra miser sur ces arguments pour faire la différence avec les nombreuses entreprises concurrentes qui se sont engouffrées sur ce marché.

Même constat pour les fournisseurs

Comme en témoigne Gregory Lansaque, de la société Hexastone, fournisseur de produits destinés à l'aménagement urbain et paysagé : « Le marché public n'est pas au beau fixe, c'est le moins que l'on puisse dire ». C'est pourquoi, Hexastone a décidé, il y a quelques temps, de créer une division entièrement dédiée à l'aménagement décoratif extérieur-intérieur qui s'adresse donc à une clientèle de particuliers. En ce sens, un show-room a été ouvert à Chambéry (73), il y a plus d'un mois. « Pour le moment, le marché des particuliers ne représente que 10 % de l'activité, soit 20 000 euros, sur les 200 000 euros de chiffre d'affaires par mois », observe le responsable. Pavé ou dallage, pour les allées de garage ou les abords de piscine, le fournisseur propose une gamme de produits

manufacturés ou en pierre naturelle de tous formats, issus directement des carrières du monde entier : France, Espagne, Portugal, Italie, Belgique, Croatie, Brésil, Inde, Chine, Turquie, ou encore du Liban. « Nous travaillons sans intermédiaire avec les sites d'extractions pour des délais d'approvisionnement réduits et des produits sur-mesure. Dans un milieu que l'on peut qualifier haut de gamme, il y a très peu de limites, et seule la qualité de service compte », assure Gregory Lansaque.

L'aubaine ne paraît pas si belle pour tous

« Les anciens ont l'habitude de dire que les années d'élections, qui plus est municipales, sont mauvaises pour les affaires, je suis assez d'accord avec eux », affirme David Laporte, dirigeant de Laporte Travaux Publics Archignac. Cet entrepreneur de Dordogne n'est pas convaincu que le marché des particuliers soit une si belle aubaine : « Lui aussi est en constante baisse, ce n'est pas grâce à ça que nous allons compenser le manque à gagner sur 2014 ». Même constat pour Michel Fontenat, du groupe du même nom implanté dans l'Ain : la commande publique représentant 50 % de l'activité, « afin d'assurer l'avenir du groupe, nous nous détournons des particuliers pour nous employer à renforcer encore davantage notre présence sur le marché industriel ». ☒

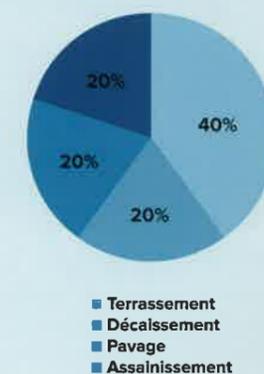


Si la plupart des produits sont visibles en show-room, les clients optent pour des choses qu'ils ont déjà vu ailleurs.



Les accès de cette villa en pavés distribués par Hexastone ont été réalisés par l'entreprise d'espaces verts Claude Darcay.

SONDAGE
QUELS SONT LES TRAVAUX LES PLUS SOUVENT EFFECTUÉS CHEZ LES PARTICULIERS ?



Le terrassement : le premier marché chez les particuliers

D'après un sondage que nous avons réalisé en juin, sur les travaux chez les particuliers, 40 % des professionnels de l'aménagement extérieur interrogés réalisent plus fréquemment des travaux de terrassement et 20 % se voient effectuer des travaux de décaissement, de pavage et d'assainissement en général.

© Claude Darcay