

enquête • la maison verte

# Le bel avenir de la maison verte



**Avec à peine 5% du marché de la maison individuelle, la construction écologique n'en est encore qu'à ces balbutiements. Mais intérêt grandissant des particuliers oblige, de plus en plus d'entrepreneurs se lancent dans l'aventure.**

## Les français prêts à mettre la main à la pâte

Siils manquent encore d'information sur ce sujet, 8 Français sur 10 se disent prêts à investir dans les Énergies renouvelables siils devaient changer leur chauffage. Par ordre de préférence, ils citent l'Énergie solaire thermique, l'Énergie par l'air ou le sol et le bois. Leurs raisons : la protection de l'environnement (70%), les Économies Réalisées (65%) et les avantages fiscaux.

*Sondage Ipsos Observer "Le Moniteur" réalisé à l'occasion du salon Interclima+elec (5-8 février dernier).*

Le concept de maison verte ne date pas d'hier et pourtant, ce n'est que depuis l'entrée dans le XXI<sup>ème</sup> siècle qu'industriels et particuliers commencent à s'y intéresser réellement. Il faut dire que les enjeux écologiques qui menacent la planète interpellent enfin les pouvoirs publics bien décidés à encourager le développement d'un habitat plus sain, pour l'homme comme pour la Terre. Un fabuleux marché est en train de voir le jour : celui de l'eco-construction. Ce secteur extrêmement porteur représente l'avenir du bâtiment, de l'équipement et même de la décoration d'intérieur. De nombreux entrepreneurs ont déjà parié sur les énergies renouvelables ou les matériaux recyclables, et se sont heurtés aux réglementations, labels et autres certifications, mais rares sont ceux qui regrettent leur choix.



## De l'indifférence au critère d'achat

Avez-vous récemment acheté une machine à laver, un sèche-linge ou un réfrigérateur ? Si oui, vous avez sans doute remarqué les étiquettes indiquant la classe énergétique de l'appareil en question. Cette partie émergée de l'iceberg montre à quel point la consommation d'énergie est devenue un critère d'achat auprès des ménages français. Les plus cyniques diront que ce n'est pas le respect de la planète mais bien la perspective d'améliorer leur pouvoir d'achat qui motive les consommateurs. Et ce n'est pas un baril de pétrole qui flirte avec les 100 dollars qui viendra les contredire...

Mais d'autres facteurs ont encouragé le développement de ce marché de l'éco-construction, ou construction éco-responsable. Les pouvoirs publics, tout d'abord, qui à travers la loi de finances 2005, ont créé un crédit d'impôt dédié au développement durable et aux économies d'énergie. La France s'est en effet fixé pour objectif de réduire par 4 ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2050. Ce crédit qui oscille entre 12 et 50% selon le type d'installation concerne l'acquisition d'équipements de chauffage (chaudières basse température et à condensation), de matériaux d'isolation, d'appareils de régulation de chauffage, d'équipements utilisant les énergies renouvelables, de pompes à chaleur... Pour Gilles Walterspieler, responsable communication chez Viessmann (pompes à chaleur, chaudières à condensation...), l'effet a été immédiat : "Nos ventes ont grimpé depuis l'annonce de ce crédit d'impôt. S'il devait un jour s'arrêter, il est clair que le tout le marché en souffrirait".

Les campagnes d'information orchestrées par l'ADEME commencent aussi à porter leurs fruits. Cet établissement public à caractère industriel et commercial, placé sous la tutelle conjointe des ministères en charge de l'Ecologie, du Développement et de l'Aménagement durables et de l'Enseignement Supérieur et de la

## Une maison écolo pour 1.200 euros/m<sup>2</sup>

« N°1 de la construction de logements individuels en France, Géoxia s'engage depuis longtemps en faveur du développement durable comme nous le raconte Jacques Goudeau, directeur stratégie marketing et communication du groupe : "Géoxia a été le premier constructeur certifié NF Maison Individuelle démarche HQE en octobre 2006. Nous avons ensuite commercialisé des packs HQE en option sur toutes nos maisons. Ces derniers permettent de répondre à des normes strictes concernant la construction, la conception, l'implantation, la gestion du chantier, l'équipement..., mais aussi l'isolation et les équipements".

De part la taille et l'implantation nationale du groupe, Géoxia peut se vanter de proposer des tarifs défiant toute concurrence : "Nous négocions avec des industriels qui nous permettent d'avoir des prix particulièrement attractifs sur les équipements basse consommation. Par exemple, les chauffe-eau solaires (matériel et pose) sont chez nous à 3.200 euros TTC, soit 50% moins cher que le prix du marché. Et depuis le 1<sup>er</sup> février, 50% de nos maisons sont directement équipées d'un chauffe-eau solaire".

Poursuivant dans sa logique environnementale et anticipant sur les conclusions du Grenelle de l'environnement, Géoxia a mis au point un prototype de maison éco-respectueuse, sur une idée originelle de Yann Arthus-Bertrand. Jacques Goudeau ne tarit pas d'éloges sur ce concept : "Notre "Bonne Maison" affiche des niveaux de performance

comparables à ce qui sera imposé en 2012 ! Elle a aussi été la première maison certifiée Effinergie, un nouveau label qui va encore plus loin que le label HQE (soit moins de 50 kWh/m<sup>2</sup>/an)". De part son implantation, des ouvertures et ses équipements, la "Bonne Maison" permet ainsi d'économiser jusqu'à 80% d'énergie par rapport aux exigences de la Réglementation

Thermique.

Dès le moins d'avril, la "Bonne Maison" sera commercialisée sous une gamme nommée "La Maison du bon sens" :

"Notre enjeu n'était pas de faire une prouesse de R&D mais d'offrir au plus grand nombre une vraie

gamme de maisons, dans

toutes les régions de France, avec

des conditions économiques

accessibles. Si on regarde les prototypes de maisons

biclimatiques de nos confrères, ils sont souvent à plus de 2.000 euros/m<sup>2</sup>. Nous

afficherons un premier prix à 1.200 euros/m<sup>2</sup>". Si on tient

compte des performances énergétiques mais aussi de la

valorisation de la maison, chacun y trouve son compte. Et

quand on sait que 10.000 personnes se sont déjà

manifestées sur le site de Géoxia depuis l'annonce de la

création de la Bonne Maison, avant même la moindre

campagne publicitaire, le constructeur peut déjà se

frotter les mains...



Jacques Goudeau, directeur stratégie, marketing et communication du groupe Géoxia

Recherche, fait tout pour sensibiliser, conseiller et épauler particuliers et professionnels sur les questions environnementales. Appels à projets et formations pour les professionnels sont déjà pris d'assaut.

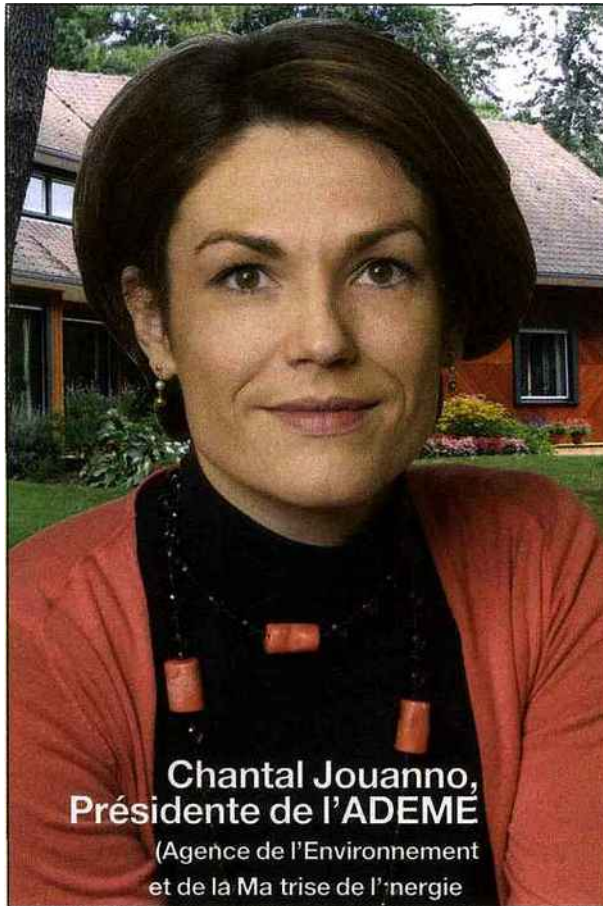
## Un marché en pleine croissance

Aujourd'hui, la majorité scénarios prospectifs, même modérés, annoncent une croissance progressive des énergies >>

## “La construction écologique est devenue un argument

► Hier encore marginale, la construction écologique est aujourd’hui un argument de vente. Comment expliquez-vous ce changement dans l’opinion publique ?

*Il faut se réjouir de ce constat. Si l’offre de construction écologique se développe, c’est qu’il existe une demande. La multiplication des rapports d’alerte, le Prix Nobel de la paix attribué au GIEC – Groupe Intergouvernemental d’experts du changement climatique - et au Vice-Président Al Gore, les campagnes de sensibilisation menées par l’ADEME et le Grenelle de l’environnement ont permis cette prise de conscience, malheureusement amplifiée par les événements climatiques majeurs. Le baromètre annuel créé par l’ADEME en 2000 montre clairement que les Français ont une meilleure connaissance des enjeux climatiques et notamment de la contribution du chauffage et de l’énergie utilisés dans les bâtiments. Or, il faut agir vite car les bâtiments représentent la moitié de la consommation énergétique et un quart des émissions de gaz à effet de serre, une part qui ne cesse de croître. Aussi, je me réjouis plutôt que la construction écologique soit un argument de vente. Et la priorité absolue est qu’elle le soit pour la rénovation des bâtiments existants.*



**Chantal Jouanno,**  
Présidente de l’ADEME  
(Agence de l’Environnement  
et de la Maîtrise de l’Énergie)

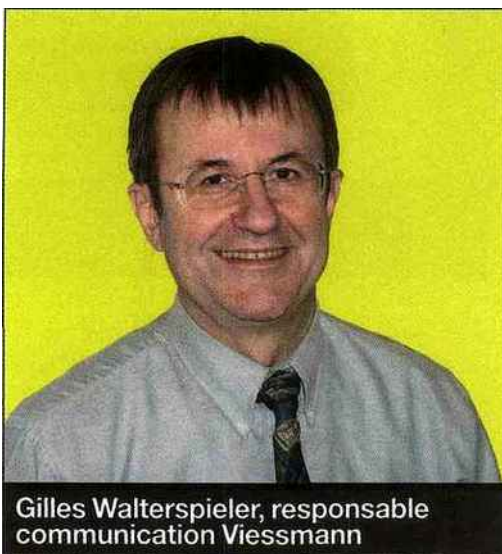
Comment aidez-vous les entrepreneurs qui souhaitent s’engager dans la construction ou

l’aménagement de logements plus écologiques ?  
*La priorité est, effectivement, que*

*l’offre puisse répondre aux ambitions du Grenelle de l’environnement - que les bâtiments neufs soient à énergie positive en 2020 et que le rythme de rénovation des logements anciens soit porté à 400.000 par an. L’ADEME intervient à deux niveaux : l’innovation et la formation des professionnels. Nous avons plusieurs programmes de recherche sur ces nouvelles technologies. Plus particulièrement, depuis 2007 dans le cadre du programme PREBAT, l’ADEME a lancé dans de nombreuses régions des appels à projets pour la réalisation de bâtiments neufs ou existants à très hautes performances énergétiques, ceci afin d’avoir des références exemplaires sur l’ensemble du territoire. Par ailleurs, nous proposons une amélioration de la formation des professionnels du bâtiment afin de les compléter par les techniques de performance énergétiques, d’intégration des énergies renouvelables et de qualité environnementale du bâti.*

**Quel type d’énergie renouvelable connaît la plus forte progression ?**  
*Dans le domaine du bâtiment, on constate une demande extrêmement forte de chauffe-eau solaire et de toits photovoltaïques, équipements simples et rentables pour les particuliers qui sont aidés par le crédit d’impôt et le*

## Le milliardaire allemand du chauffage écolo



**Gilles Walterspieler,** responsable communication Viessmann

Depuis longtemps convaincu et engagé dans une stratégie de respect de l’environnement, le Groupe Viessmann (8.100 personnes – CA 2007 : 1,4 milliards d’euros) fabrique et commercialise des chaudières à condensation, des pompes à chaleur, des capteurs solaires et photovoltaïques ou encore des climatiseurs. Pour le responsable communication du groupe, Gilles Walterspieler, les raisons du succès de ces équipements sont claires : “Le crédit d’impôt accordé par l’état a été un formidable élément déclencheur. L’augmentation du coût des énergies fossiles a aussi été un facteur “aggravant” dans le bon sens du terme pour les énergies renouvelables”. La société est donc prospère et ne craint pas les futures exigences européennes : “Notre maison mère est en Allemagne, un pays très en

*avance sur la performance énergétique et écologique des matériels. Nous bénéficions des efforts de recherche du groupe outre Rhin. Nous répondons aux normes les plus sévères, souvent bien en amont de la réglementation européenne”.* Conscient des limites de stockage et de disponibilité des énergies renouvelables, Viessmann oriente désormais ses recherches sur la combinaison des énergies : “Nous concevons des appareils capables de fonctionner aussi bien à une énergie traditionnelle comme le gaz, qu’au solaire par exemple. Sur les technologies actuelles, il n’y aura plus tellement d’évolution. Il va falloir attendre un saut technologique type pile à combustible ou générateur à hydrogène, mais il ne s’agit encore que de prospective”. De nouveaux défis pour l’avenir.

## de vente”

*tarif de rachat d'électricité actuellement en vigueur. Par exemple, en 2007, la puissance installée photovoltaïque était de plus de 30 MW, soit plus de 100% de croissance par rapport à 2006. Le marché français du solaire thermique est un des premiers marchés européen avec plus de 35.000 chauffe-eau solaires et 5.000 systèmes solaires combinés vendus en 2006. On assiste également à une forte demande en matière de chaudière à bois.*

### Quelle échéance pour la démocratisation des maisons à faible consommation d'énergie ?

*D'ici très peu d'années, les maisons et bâtiments à basse consommation énergétique, classés A sur l'étiquette énergie (dont la consommation énergétique est inférieure à 50 kWh/m<sup>2</sup>) et les bâtiments à énergie positive (qui se situeront dans une future classe A+) devraient se multiplier. Nous sommes surpris de l'accélération des innovations et la réduction de leurs coûts. Les objectifs de l'ADEME sont ceux affichés par l'Etat à l'issue du Grenelle de l'Environnement, des objectifs ambitieux mais impératifs. Notre rôle est de proposer les mesures et actions pour y parvenir. Enfin il me semble important de rappeler que les bâtiments existants constituent une priorité absolue, en termes d'amélioration de leur efficacité énergétique, en particulier ceux précédant la première réglementation thermique de 1975.*

>> vertes. Une volonté clairement affichée par la Commission européenne dont le paquet "énergie-climat", en vigueur dès 2009, vise les 23% d'énergies renouvelables dans la consommation totale de la France d'ici 2020.

Au cœur de ce marché en pleine croissance, différents acteurs tirent leur épingle du jeu, à commencer par les fabricants de poêles à bois qui ont vu leurs ventes augmenter de 250% en 10 ans ! Un crédit d'impôt passé de 15 à 40%, l'augmentation du prix du fioul et la création d'un label Flamme Verte ont dopé le marché du chauffage au bois. Parallèlement, les chaudières à condensation ont séduit de plus en plus les ménages à la recherche d'un appareil de chauffage économique et

## Cidelec fait ses profits grâce à l'ampoule basse tension

↳ Lorsque Lionel Hirsch, ancien PDG de Laurie Lumière, arrive à la tête de CIDELEC en 2002, le chiffre d'affaire de la société culmine à 2 Millions d'euros. En devenant agent exclusif en France de Megaman (marque d'ampoules à basse consommation et recyclables à 99%), l'entrepreneur a eu du flair puisque l'entreprise annonce un CA prévisionnel de 30 Millions d'euros pour 2008 ! Ses ampoules "écologiques" sont en effet leader dans les linéaires des GSB (Leroy Merlin...), GSA (Casino, Cora...) et Grands Magasins (BHV...). Lionel Hirsch raconte : *"En sortant de Laurie Lumière, j'ai senti qu'il y avait quelque chose à faire avec les économies d'énergie. Et parce que je suis un peu fou, j'ai parié sur les ampoules Megaman. Aujourd'hui, la marque représente 60% du chiffre d'affaire de CIDELEC"*.

Face à la concurrence, Lionel Hirsch reste humble mais ne tremble pas devant les OSRAM, Philips et autres General Electrics. Il croit en son produit qui le lui rend bien : *"Nous sommes aujourd'hui les seuls spécialistes de l'ampoule basse consommation qui éclaire vraiment, c'est-à-dire les fluocompactes. Nous surveillons bien entendu les LED mais ce n'est pas notre cœur d'activité L'année dernière, nous sommes sortis leaders en GSB sur les lampes fluocompactes, un*



Lionel Hirsch, président de CIDELEC

*secteur dans lequel nous avons beaucoup investi*.

En tant que président du GIC (Groupe Interprofessionnel du Luminaire), Lionel Hirsch participe aux actions de lobbying auprès des pouvoirs publics. Parmi les questions soulevées par la commission européenne : quand arrêter l'incandescence ? *"Le problème, c'est qu'il n'y a pas assez de sociétés de production*

*dans le monde pour remplacer les ampoules à incandescence par des fluocompactes. Ce qui est sûr, c'est qu'en 2015 au plus tard, les ampoules classiques de 60, 75 et 100 watts auront progressivement disparu. On pourra les montrer à nos petits-enfants comme des objets de collection"* Un virage dans l'histoire de l'éclairage que CIDELEC n'est pas prêt de manquer.

plus respectueux de l'environnement. De 2% des ventes de chaudières en 2003, la proportion dépasse aujourd'hui les 20%. Côté géothermie, la vente de pompes à chaleur a augmenté de 48% entre 2006 et 2007. Le groupe France

Géothermie (CA de 27,3 M en 2007 soit 4 fois plus qu'il y a 4 ans) vendait par exemple 1.700 PAC en 1997 et prévoit d'en écouler 500.000 en 2010 ! Grâce à de nombreuses subventions départementales et régionales >>

## Dans le secteur de l'éco-construction, les entrepreneurs se heurtent encore aux réglementations, labels et certifications.



Guillaume  
Leymonerie,  
PDG H2O

## L'entrepreneur quadra de H2O explose en vente directe avec ses détergents écolo

Ancien cadre export dans les produits de traitement de surface pour les usines automobiles, Guillaume Leymonerie découvre la microfibre en 1997. Alors âgé de 30 ans, il saisit le potentiel de ce procédé innovant qui permet de nettoyer les surfaces en utilisant l'eau comme seul détergent. "J'ai toujours aimé découvrir des produits. Ayant grandi à la campagne, je suis également très attaché au respect de l'environnement. En réalisant que je pouvais concilier ces deux passions, j'ai monté ma propre société de production et de commercialisation de produits d'entretien écologiques".

Le jeune entrepreneur a eu raison d'y croire puisque 11 ans plus tard, sa petite société basée dans le Pas-de-Calais réalise un CA de 6 M€, soit 25% de croissance annuelle et un CA prévisionnel de 9 M€ pour 2009. Étonnant lorsque l'on sait que les lingettes en microfibre et la gamme de produits d'entretien ne sont commercialisés qu'à travers la vente directe à domicile. Un

choix que nous explique Guillaume Leymonerie : "Je base tout sur mes conseillères ! Grâce à notre gamme, on économise clairement 90% de produits chimiques à la maison. La méthode H2O, c'est 5,5 litres maximum de produits par an, contre 50 litres avec une méthode classique. Pour désinfecter correctement, la norme Française et européenne impose un produit dilué à 0,20%. Or certaines marques de désinfectant en grande distribution sont diluées à 16% !" Pour expliquer cela, il faut des conseillères qui connaissent bien le produit et savent le présenter au consommateur, d'où le choix de la vente à domicile.

Avec deux employés à plein temps sur les 16 salariés de la société, H2O investit aussi énormément en R&D : "L'innovation est primordiale. Ce qui est difficile quand on se lance dans le bio et/ou l'écolo, c'est d'y voir clair dans tous les labels ! En tant qu'industriel, nous pensons qu'il est important de bien connaître les différentes réglementations, nos produits bien sûr mais aussi d'être proches de nos clients". Une volonté qui s'illustre par la création d'un site de vente en ligne et le lancement d'un club H2O. Mais Guillaume Leymonerie ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. Il vient d'être approché par le géant des services à domicile intéressé par ses balais écologiques.

## Le crédit d'impôt dédié aux économies d'énergie bouscule les ventes.

>> (en plus du crédit d'impôt), les ventes de chauffe-eau solaire ont été multipliées par 10 entre 2002 et 2006. Quant aux panneaux photovoltaïques, un arrêté de 2006 fixant le tarif d'achat du kWh à 0,55 euros contre 0,30 euros auparavant, tout en maintenant l'obligation d'achat par EDF, a convaincu un grand nombre de particuliers désireux de produire leur propre électricité.

### Anticiper ou disparaître

Conscient que les industriels français ne pourront continuer à consommer, polluer et gaspiller, l'État leur impose de plus en plus de normes, pas toujours faciles à respecter comme le souligne Jacques Goudeau, responsable de

la communication du Groupe Géoxia (maisons Phénix) : "La norme RT 2005 n'est appliquée que par un tiers des constructeurs en raison du surcoût qu'elle entraîne. Chez Géoxia au contraire, nous sommes déjà prêts pour appliquer la norme RT 2012". En effet, suite au Grenelle de l'environnement, de nouvelles normes de construction haute performance énergétique sont en cours d'adoption pour 2010 et 2012. La RT 2012 réglementera ainsi les bâtiments consommant au minimum 50 kWh/m<sup>2</sup>/an contre 80 à 130 kWh/m<sup>2</sup>/an avec la RT 2005. Un défi que les constructeurs seront bien obligés de relever sous peine d'être dépassés.

Il faut donc non seulement proposer des produits de qualité, respec-

tueux de l'environnement et abordables, mais également anticiper l'évolution des réglementations et du marché. A ce titre, le département R&D des entreprises éco-responsables porte sur ses épaules le poids d'une lourde responsabilité. Il a pour mission de maîtriser tous les labels afin de reconnaître le plus qualitatif, d'être à la pointe de l'innovation et de savoir s'adapter aux normes en vigueur.

Mais on ne s'improvise pas constructeur de maisons bioclimatiques ou spécialiste du revêtement synthétique. Qui aurait cru que la lampe fluocompacte remplacerait l'ampoule à incandescence avant 2015, que le label Flamme Verte influencerait l'achat d'une cheminée ou que les pompes à chaleur connaîtraient un tel succès ? Réponse : des entrepreneurs ayant du flair, une bonne dose de courage et surtout une vraie confiance dans l'avenir. ●