

# 20 ans de



**20 ans de produits,**  
**20 ans d'engagement**  
**pour les *Habitants.***

DOSSIER DE PRESSE • JUIN 2026

*adeo*

---

# Edito

Depuis 20 ans, ADEO conçoit ses marques propres, les Marques Des Habitants (MDH), pour apporter des solutions d'amélioration de l'habitat utiles et accessibles à tous.

Avec plus de **61 000 produits commercialisés sous 15 marques**, elles couvrent l'ensemble des usages de l'habitat et accompagnent chaque année des millions de clients dans leurs projets.

Développées en co-construction avec les partenaires industriels, les équipes terrain du monde entier et les habitants eux-mêmes, **les MDH incarnent le modèle d'ADEO : une capacité à s'adapter sur ses propres marques, avec une offre locale à 80% qui répond précisément aux besoins de chaque territoire.**



*Il y a 20 ans, nous avons lancé nos marques propres ADEO avec une ambition claire : concevoir des produits utiles, accessibles et pensés pour durer, au service des habitants et de leurs projets. Depuis, nos équipes travaillent main dans la main avec nos collaborateurs dans le monde entier, nos clients, mais aussi nos partenaires pour imaginer des solutions qui améliorent concrètement le quotidien, tout en répondant aux grands défis de notre époque.*

*Chez ADEO, nous croyons que chaque produit doit répondre de manière utile aux besoins et aux attentes des habitants et des professionnels de l'habitat, tout en étant accessible.*

**We make home a positive place to live :**  
*Cette ambition guide nos choix. Elle nous engage à progresser en permanence, en nous appuyant sur l'expertise terrain, la donnée et l'intelligence artificielle pour mieux comprendre les usages, anticiper les attentes et renforcer la pertinence de nos offres.*

## Les MDH en quelques Chiffres

**15**  
marques  
propres  
dédiées aux  
habitants

**61 000**  
références  
commercialisées

**8Md€**  
de CA  
généré

**35** pays de  
commercialisation  
via nos enseignes ou  
des distributeurs locaux

**51%**  
des achats  
réalisés en  
Europe

**1000**  
collaborateurs  
ADEO  
opèrent au  
quotidien

**94%**  
des références  
notées **A, B ou C**  
au Home Index\*  
\*plus d'informations en page 8

**91%**  
de satisfaction  
client produits  
notés **4\*\*\*\* et +**  
★★★★☆



**Carlos Malo Cantarino**  
Chief Offer & Industry Officer ADEO

# 15 MARQUES AU SERVICE DES Habitants



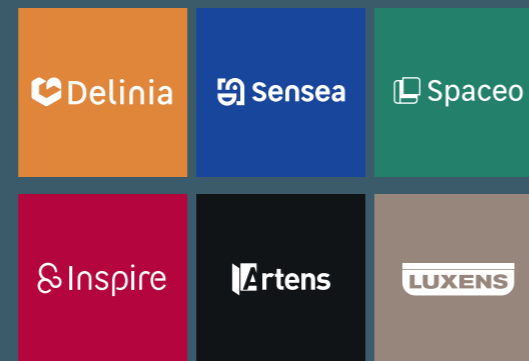
Les 15 marques couvrent l'ensemble des usages de l'habitat et sont distribuées dans les enseignes Leroy Merlin, Weldom, St Maclou et Bricocenter sur 3 continents (Afrique du Sud, Brésil, Chypre, Grèce, Espagne, France, Italie, Portugal, Pologne, Roumanie, Ukraine).

Elles sont également commercialisées au-delà des enseignes du Groupe, via des partenaires externes, s'appuyant sur des modèles de distribution dédiés pour s'adapter aux spécificités locales et élargir leur accessibilité à l'international.



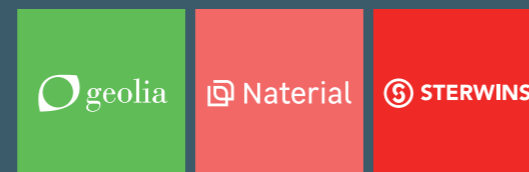
## Aménagement intérieur, décoration et organisation

Des solutions pour la cuisine, la salle de bain, le rangement, la décoration et les revêtements.



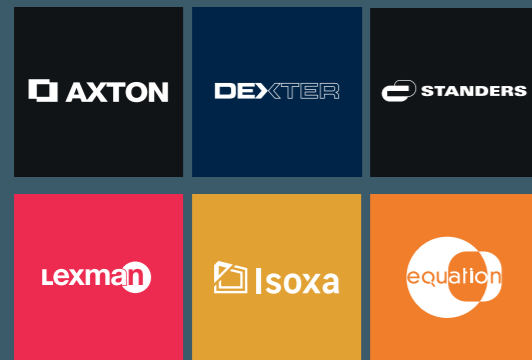
## Aménagement extérieur, jardin et équipements motorisés

Des produits pour entretenir, embellir et profiter des espaces extérieurs.



## Construction, rénovation et performance technique

Des produits pour construire, rénover, sécuriser et équiper la maison : outillage, quincaillerie, portes et fenêtres, équipements électriques, chauffage et ventilation.



1988



## PREMIÈRES INTENTIONS

Pour la première fois, des produits Leroy Merlin sont lancés en marques propres : la tondeuse **STERLING** (devenue **STERWINS** en 2004) et le radiateur **EQUATION**.

Les bases d'une offre utile, accessible et pensée pour les usages du quotidien sont posées.

2015 à 2020



## INTÉGRATION DE LA CONCEPTION PRODUIT

Des équipes de conception produit intègrent **ADEO** et les **MDH** renforcent leur capacité d'innovation.

Le **Hub System SPACEO** permet de créer des aménagements modulables sans outil, tandis qu'**Enki**, la solution domotique **ADEO** associée aux ampoules connectées **LEXMAN**, marque l'entrée des MDH dans la maison intelligente.

La multiprise **JAWS LEXMAN**, primée aux Observateurs du Design, illustre cette capacité à allier fonctionnalité, design et accessibilité.

# DATES Clés



2005 à 2006

## LANCEMENT DES MARQUES DES HABITANTS

Les marques se structurent et se déploient à grande échelle avec le dépôt des 12 principales marques : **STANDERS, DEXTER, LEXMAN, SENSEA, INSPIRE, LUXENS, SPACEO, DELINIA, AXTON, GEOLIA, NATERIAL ET ARTENS.**

Ces années marquent la construction d'un portefeuille cohérent à l'international et l'affirmation d'un modèle de conception centré sur l'optimisation des coûts, la qualité et l'usage.



Depuis 2020

## ECO CONCEPTION ET HOME INDEX

**ADEO** renforce l'intégration des enjeux environnementaux et sociaux dans la conception de ses produits, notamment avec la création du **Home Index\*** et le développement de solutions plus circulaires intégrant des matériaux recyclés.

\*plus d'informations en page 8

Vidéo 20 ans MDH



# De l'idée à la conception un processus en 5 étapes



1

## Comprendre les usages réels et cadrer l'ambition

Tout commence par une phase d'écoute et d'analyse. Avant de dessiner le moindre produit, les équipes étudient les usages réels, les succès passés et les attentes non satisfaites des clients. Cette étape de cadrage permet de définir une ambition précise et de s'assurer, grâce à une étude comparative des marchés mondiaux, que le futur produit apportera une réelle valeur ajoutée par rapport à ce qui existe déjà.

2



## Concevoir juste, dès le départ

Le produit est ensuite imaginé selon un double standard : l'usage et la technique. On définit d'abord ses fonctionnalités clés, puis ses caractéristiques techniques. Cette conception se fait main dans la main avec des partenaires industriels sélectionnés pour leur savoir-faire, garantissant ainsi des solutions robustes, compétitives et conformes aux normes les plus strictes.



3

## Tester en conditions réelles

Avant d'être commercialisé, chaque produit suit un protocole exigeant. Il est testé en laboratoire pour valider sa sécurité, puis fabriqué en petites séries pour vérifier sa conformité industrielle. Enfin, il est mis entre les mains d'habitants volontaires qui le testent en conditions réelles. Ces étapes de validation sont les verrous indispensables pour garantir la promesse de qualité.

4



## Piloter la qualité en temps réel

Une fois commercialisé, le produit reste sous haute surveillance. Grâce à des outils de détection précoce et à l'analyse des avis clients, les équipes peuvent réagir immédiatement au moindre signal de défaut. Cette boucle d'amélioration continue permet de faire évoluer les gammes en temps réel et de capitaliser sur l'expérience pour les futurs développements.



5

## Prolonger la durée d'usage

Notre engagement ne s'arrête pas à la vente du produit. Dès la conception, un "indice de réparabilité et de durabilité" est calculé pour chaque produit. Tout est mis en œuvre pour prolonger la durée d'usage : disponibilité des pièces détachées, conseils d'entretien et accompagnement pour faciliter la réparation. C'est un engagement concret pour réduire l'empreinte environnementale et garantir un investissement durable aux clients.

# LES COULISSES DU LABORATOIRE Qualité



Ces laboratoires sont de véritables outils d'aide à la conception : ils permettent à nos ingénieurs de tester en autonomie, sans dépendre de laboratoires externes, sur l'ensemble du cycle produit.



### Tests chimiques et hydrauliques

Résistance, étanchéité et performance des équipements techniques



### Espaces électronique

Accompagnement du développement des produits connectés



### DesignLab & Labo Proto

Exploration des matériaux, des finitions et prototypage rapide dès les premières phases de conception



### Laboratoires Photo & Packaging

Contenus pédagogiques pour l'expérience client et robustesse des emballages, avec intégration des exigences environnementales



### Labo Perf

Simulation de conditions d'usage intensif pour identifier les axes d'amélioration et assurer la durabilité dans le temps

Ces laboratoires ne se substituent pas aux organismes de certification externes, mais constituent un levier clé pour fiabiliser, optimiser et améliorer les produits dès leur conception.

Notre objectif est simple : garantir que chaque produit soit testé dans des conditions proches de la réalité d'usage avant d'arriver chez les habitants. Cela veut dire anticiper les usages, les contraintes du quotidien et les exigences de performance dès la conception.

Gislain Ménard,  
Leader Qualité  
Internationale et Corporate



# MESURER ET *Progresser*

La conception des produits repose sur **une démarche structurée autour de huit piliers**, couvrant l'ensemble du cycle de vie, de la matière première à la fin d'usage : **choix des matériaux, maîtrise des impacts transport, conformité environnementale, réparabilité et recyclage, en combinant exigences réglementaires et engagements volontaires.**

Cette approche mobilise l'ensemble de l'écosystème (fournisseurs et partenaires) **pour faire progresser de manière mesurable la performance environnementale et sociale des produits**, et se traduit concrètement par **des solutions agissant sur les usages et consommations des habitants** : isolation, menuiseries, chauffage, climatisation et production d'énergie.



## Home Index

Pour mesurer ces impacts, **ADEO a créé Home Index, un indicateur qui évalue chaque produit de A à E sur la base de 30 critères environnementaux et sociaux** couvrant l'ensemble de son cycle de vie. Cette notation, spécifique à chaque famille de produits, permet de comparer et aider les consommateurs à faire un choix éclairé et engagé, en toute confiance.



*Home Index permet de rendre visible l'invisible. En étant transparent, nous donnons aux habitants les moyens de choisir un produit non seulement pour son usage, mais aussi pour son impact. Cet outil pousse aussi nos équipes et nos fournisseurs à progresser constamment et à élever nos exigences.*

Clara Lorinquer,  
Chief Sustainability Officer

## Décryptage d'une optimisation produit : le stratifié Malte ARTENS

Le sol stratifié **Malte ARTENS** illustre la capacité d'ADEO à améliorer en continu ses produits tout en les rendant plus accessibles. **Fabriqué à 35 km de Lille, il est aujourd'hui un best-seller à la fois local et international, commercialisé dans 290 magasins dans le monde.**

### Son évolution repose sur un travail d'optimisation industrielle :

Initialement conçu avec une épaisseur de 12 mm, il est **désormais proposé en 10 mm, tout en conservant le même niveau de qualité, de résistance et de durabilité perçue.**



Ce changement a permis **une réduction de 10 % des émissions de CO<sub>2</sub> liées à sa fabrication**, grâce à une diminution de la quantité de matière utilisée, sans compromis sur la performance produit, **avec un passage de B à A de sa note Home Index.**



Il se distingue également par sa **résistance à l'eau pendant 24 heures**, adaptée aux usages du quotidien.



Le décor Malte est **aujourd'hui décliné sur plusieurs supports - stratifié, carrelage et lames PVC** - permettant de massifier les volumes de production et d'optimiser les coûts.

**Cette approche rend possible la proposition de produits coordonnés, adaptés à différents usages, tout en restant à des prix plus accessibles pour les habitants.**



### Ventilateur de plafond avec éclairage Cadix **INSPIRE**

Cadix allie esthétique et technologie grâce à ses pales rétractables et son double éclairage intégré. **Connectable à l'application de domotique ENKI, il garantit un contrôle simple, une programmation sur-mesure et un suivi précis de la consommation électrique.** Le ventilateur CADIX a remporté le prestigieux iF Design Award dans la catégorie "Building Technology".



### Gamme Peintures Blanches **LUXENS**

Le choix des résines biosourcées et des formules décarbonées. LUXENS fait évoluer sa gamme de peintures blanches avec une formulation plus respectueuse sur sa catégorie la plus vendue. **En remplaçant une partie des composants issus du pétrole, la marque réduit jusqu'à 25% l'empreinte carbone de ses produits tout en contribuant à préserver la qualité de l'air intérieur.** **LUXENS a été élue meilleure marque de peinture de l'année 2026, pour la troisième année consécutive.**

## LES DERNIÈRES innovations

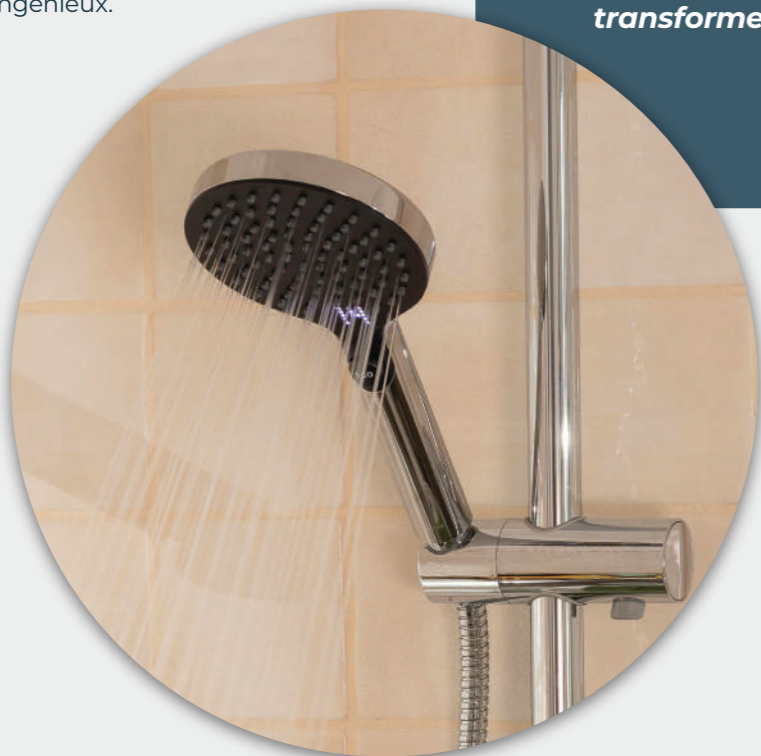
### Pommeau EcoSoft avec indicateur de consommation **SENSEA**

Équipé d'un écran qui affiche en temps réel la consommation d'eau **permettant à chacun de prendre conscience de ses usages et d'adopter de meilleurs réflexes au quotidien.**

Facile à installer, il ne nécessite ni pile ni électricité grâce à son alimentation par un système dynamo hydraulique ingénieux.

*Avec le pommeau de douche Sensea EcoSoft, nous rendons visible un geste quotidien : la consommation d'eau. Facile à installer et sans électricité, elle aide chacun à adopter de nouvelles habitudes économes. Ce projet incarne ce que j'aime le plus dans mon métier : montrer que l'innovation n'est pas forcément complexe, mais qu'elle peut transformer les petits gestes du quotidien.*

Clément Ollivier,  
Category Leader, SENSEA



### Adoucisseur EquaSofter Compact+ **ÉQUATION**

Doté d'un système hydraulique breveté, il fonctionne sans électricité. Intelligent, il adapte sa régénération à votre consommation réelle en seulement 15 minutes. Une efficacité redoutable qui **permet de consommer jusqu'à 3 fois moins d'eau et de sel qu'un modèle classique.**



### Tournevis à batterie sodium **DEXTER**

Sa batterie au sodium, issue de ressources naturelles, garantit une **recharge ultra-rapide.** Grâce à cette technologie plus durable, **l'innovation a été récompensée par le prestigieux label "Solar Impulse".**

*Concevoir la perceuse à batterie sodium, c'était le défi de combiner performance et impact environnemental réduit. Aujourd'hui, nous proposons aux habitants un outil innovant, fiable et efficace, intégrant une nouvelle technologie de batterie."*

Amandine Dourlou,  
Cheffe de Projet, DEXTER



### Pergolas bioclimatiques **MATERIAL**

Équipées de lames orientables, elles s'adaptent aux conditions climatiques pour offrir un confort sur mesure. **Cette innovation permet de se protéger du soleil ou de la pluie tout en favorisant une ventilation naturelle.** Les pergolas bioclimatiques allient design au bien-être extérieur.

### Façades de cuisine **ReAdapt DELINIA**

Permettent de rénover sa cuisine facilement sans remplacer l'ensemble des meubles. **Compatibles avec de nombreuses configurations existantes, quelle que soit la marque de cuisine,** elles offrent une solution rapide pour moderniser l'esthétique de sa cuisine tout en limitant les travaux, les coûts et son empreinte environnementale.

Pour d'autres produits écoutez nos podcasts MDH





# Décryptage d'une optimisation *Circulaire* avec FINSA



Depuis plus de 25 ans, **ADEO collabore avec FINSA, une entreprise familiale espagnole centenaire, experte en panneaux de bois recyclé.**

Dans la continuité de ce partenariat, ADEO et FINSA ont concrétisé un projet industriel majeur avec la **création d'un site de production de 37 000 m<sup>2</sup> à Teruel, en Espagne**, dédié à la fabrication de composants pour les meubles de cuisine et de rangement des marques DELINIA et SPACEO.

Ce projet repose sur un **modèle industriel circulaire, fondé sur l'utilisation de bois recyclé principalement issu de filières locales**, permettant de valoriser les matières existantes et de limiter le recours aux ressources vierges. Il s'inscrit dans une **logique de production plus responsable**, avec une attention particulière portée à l'optimisation des ressources.

Il répond également à un **enjeu stratégique pour ADEO** : sécuriser ses approvisionnements, dans un marché marqué par la tension sur certaines matières premières et la croissance de la demande en meubles.

*Ce projet avec FINSA traduit notre volonté d'aller plus loin dans la manière dont nous concevons nos produits, en intégrant pleinement les enjeux de circularité dès l'amont. Il s'appuie sur une relation de long terme et nous permet de développer, ensemble, des solutions industrielles plus durables et adaptées à nos besoins.*

Jean-François Altet,  
Leader Marchés Projets

# LE STYLE *Accessible*

Le style constitue un levier stratégique dans la conception de gammes de produits MDH. Il participe à la singularité de l'offre des enseignes ADEO, au même titre que l'usage, le prix et la qualité. L'enjeu n'est pas uniquement esthétique : **il s'agit de rendre le design lisible, avec des produits pensés pour s'associer et créer des intérieurs harmonieux et accessibles au plus grand nombre.**

Depuis 2002, ADEO structure une approche du **style fondée sur l'analyse des tendances internationales et des attentes clients**. En 2017, cette démarche prend une dimension internationale avec la définition de styles transversaux partagés par plusieurs Entreprises du groupe. **Une équipe dédiée de designers produits, stylistes et experts couleur développe des outils permettant d'assurer la cohérence des gammes, leur coordonnabilité par pièce et leur déploiement omnicanal, en magasin comme en ligne.**

Chaque année, le style se réinvente pour raconter une nouvelle histoire, moderniser les collections et inspirer les habitants.



# Un nouveau Chapitre

## De la data à l'usage : les applications concrètes de l'intelligence artificielle

L'intelligence artificielle est aujourd'hui un levier central pour mieux comprendre les usages des habitants et anticiper leurs attentes. **Face à la disruption technologique que représente l'IA, ADEO l'intègre de manière concrète à chaque étape du cycle produit.**

Elle permet d'analyser automatiquement les avis clients pour identifier les points forts et les irritants, d'optimiser la publication des contenus web et digitaux.

L'IA sert également à réviser les gammes en fonction des ventes réelles et à s'assurer que les produits sont correctement positionnés sur les marketplaces, dans les bonnes catégories, pour maximiser la visibilité et la pertinence.

**Pour demain, l'IA sera un outil clé pour anticiper l'évolution des comportements d'achat, guider le développement des produits et renforcer la personnalisation de l'expérience client.**

Dans un contexte où les usages et les attentes évoluent rapidement, ADEO considère l'IA non seulement comme **un levier d'efficacité opérationnelle, mais aussi comme un moteur d'innovation** au service de produits plus utiles, plus accessibles et mieux adaptés aux besoins réels des habitants.



Depuis 20 ans, les marques propres ADEO illustrent **une conviction simple : les produits sont un levier pour rendre l'habitat plus accessible.**

Aujourd'hui, cette ambition s'accélère. En s'appuyant sur son expertise industrielle, la co-conception avec ses partenaires et les habitants, mais aussi la donnée et l'intelligence artificielle, **ADEO développe des solutions fiables, performantes et à impact maîtrisé, pour accompagner concrètement les projets d'habitat d'aujourd'hui et de demain.**

**We make home a positive place to live.**



# À propos d'ADEO

ADEO rassemble un écosystème d'entreprises (Leroy Merlin, Weldom, Kbane, St Maclou, Bricocenter, et les enseignes des pros "M") au service de l'amélioration de l'habitat. **ADEO est le leader en Europe et le 3ème acteur mondial du marché de l'aménagement et du bricolage, avec un volume d'affaires de 32,7 milliards d'€ TTC en 2025.**

Grâce à son réseau de 1 300 magasins, marketplaces et partenaires, **ADEO distribue ses solutions pour un habitat positif sur 4 continents** et est le seul acteur de son marché à avoir une telle présence internationale.

Chaque jour, **les 115 000 collaborateurs de nos entreprises proposent des produits et solutions en magasin ou en ligne, pour soutenir les projets des habitants et des professionnels.** Vivre dans un environnement sain, économique et confortable est essentiel au bien-être des populations du monde entier, tout au long de la vie.

L'habitat est avant tout un enjeu local, c'est pourquoi **chaque Entreprise ADEO est responsable de ses choix sociaux, économiques et environnementaux dans chaque pays**, dans le respect des cultures locales, et avec la puissance de nos actifs communs.



## Besoin d'un contact ?

Véronique Rétaux • [vretaux@presse-cie.com](mailto:vretaux@presse-cie.com)

Marion Champigny • [marion.champigny@adeo.com](mailto:marion.champigny@adeo.com)

[www.adeo.com](http://www.adeo.com)