20 anni di MDH

20 anni di prodotti, 20 anni di impegno al servizio degli *Abitanti*

PRESS KIT · SETTEMBRE 2026

LEROY MERLIN

Prefazione



Da 20 anni, ADEO progetta i propri marchi privati – **le Marques Des Habitants (MDH)** – con l'obiettivo di offrire a tutti soluzioni per il miglioramento della casa che siano utili e accessibili.

Con oltre **61.000 prodotti commercializzati** attraverso **15 marchi**, gli MDH coprono ogni ambito della casa, aiutando ogni anno milioni di clienti a realizzare i propri progetti.

Sviluppate in stretta collaborazione con i partner industriali, i team locali di tutto il mondo e gli stessi abitanti, gli MDH rappresentano il modello distintivo di ADEO: la capacità di adattare i propri marchi ai diversi mercati, offrendo un portafoglio prodotti **adattato all'80% alle esigenze locali**, per garantire soluzioni che rispondano con precisione alle necessità di ciascun Paese.



Carlos Malo Cantarino
Chief Offer & Industry Officer ADEO

Vent'anni fa abbiamo lanciato i marchi privati di ADEO con un'ambizione chiara: progettare prodotti utili, accessibili e durevoli, capaci di dare agli abitanti gli strumenti per realizzare i propri progetti.

Da allora, i nostri team hanno lavorato fianco a fianco con colleghi di tutto il mondo, clienti e partner per sviluppare soluzioni in grado di migliorare concretamente la vita quotidiana delle persone, affrontando al tempo stesso le grandi sfide del nostro tempo.

In ADEO crediamo che ogni prodotto debba rispondere in modo efficace ai bisogni e alle aspettative sia degli abitanti sia dei professionisti dell'abitare, senza mai scendere a compromessi in termini di accessibilità.

Rendiamo la casa un luogo positivo in cui vivere.

È questa convinzione a guidare ogni nostra decisione. Ci spinge a evolverci costantemente, valorizzando l'esperienza sul campo, i dati e l'intelligenza artificiale per comprendere meglio le esigenze degli utilizzatori, anticiparne le aspettative e rendere la nostra offerta sempre più pertinente.

MDH in *Sintesi*

15
marchi privati dedicati agli abitanti

61.000
prodotti commercializzati

8 miliardi di euro
di fatturato generato

35
Paesi dove i prodotti sono distribuiti attraverso i nostri punti vendita o distributori locali

51%
degli acquisti avviene in Europa

1.000
collaboratori impegnati ogni giorno nelle attività legate agli MDH

94%
dei prodotti classificati A, B o C secondo l'Home Index*

*maggiori informazioni a pagina 8

91%
di soddisfazione dei clienti per i prodotti valutati con almeno **4 stelle**

★★★★☆

15 MARCHI AL SERVIZIO DEGLI *Abitanti*





I **15 marchi** coprono tutte le esigenze legate al miglioramento e alla vita in casa e sono distribuiti attraverso i punti vendita **Leroy Merlin**, **Weldom**, **St. Maclou** e **Bricocenter** in numerosi Paesi in 3 continenti, tra cui figurano Brasile, Cipro, Grecia, Francia, Italia, Portogallo, Polonia, Romania, Sudafrica, Spagna e Ucraina.

Per ampliare ulteriormente la propria presenza internazionale, questi marchi sono disponibili anche al di fuori della rete distributiva tradizionale del Gruppo.

Grazie alla collaborazione con distributori esterni, ADEO adotta modelli su misura, pensati per rispondere alle specifiche caratteristiche di ciascun mercato locale.

Costruzione, ristrutturazione e prestazioni tecniche

Prodotti progettati per costruire, ristrutturare, mettere in sicurezza e attrezzare la casa: utensili, ferramenta, porte e finestre, materiale elettrico, sistemi di riscaldamento e ventilazione.

AXTON | DEXTER | STANDERS | Lexman | Isoxa | equation

Interior design, decorazione e organizzazione

Soluzioni dedicate a cucine, bagni, sistemi di contenimento, decorazione e rivestimenti.

Delinia | Sensea | Spaceo | Inspire | Artens | LUXENS

Progettazione degli spazi esterni, paesaggistica, giardinaggio e attrezzature motorizzate

Prodotti pensati per mantenere, valorizzare e vivere gli spazi esterni.

geolia | Naterial | STERWINS

Tappe FONDAMENTALI



1988

I PRIMI PASSI

Per la prima volta Leroy Merlin introduce i suoi primi prodotti a marchio privato: il tosaerba **STERLING** (che nel 2004 diventerà **STERWINS**) e il radiatore **EQUATION**. Nasce così un'offerta concepita per essere utile, accessibile e pensata per rispondere alle esigenze della vita quotidiana.



2005 2006

NASCONO I MARCHI MDH

I marchi vengono strutturati e lanciati su larga scala con la registrazione dei 12 brand storici:

STANDERS, **DEXTER**, **LEXMAN**, **SENSEA**, **INSPIRE**, **LUXENS**, **SPACEO**, **DELINIA**, **AXTON**, **GEOLIA**, **NATERIAL** e **ARTENS**.

Questi anni segnano la nascita di un portafoglio internazionale coerente, fondato su un modello di sviluppo prodotto orientato all'ottimizzazione dei costi, alla qualità senza compromessi e all'attenzione verso le esigenze degli utilizzatori.



2015 2020

L'INTEGRAZIONE DEL DESIGN DI PRODOTTO

L'integrazione di team dedicati al design di prodotto all'interno di ADEO rafforza in modo significativo la capacità di innovazione dei marchi MDH, favorendo lo sviluppo di soluzioni più modulari, connesse e centrate sull'esperienza dell'utilizzatore.

Tra le principali innovazioni figurano:

- il **sistema modulare SPACEO Hub**, una soluzione di contenimento componibile che non richiede utensili per il montaggio;
- le **lampadine connesse LEXMAN**, perfettamente integrate nell'ecosistema per la casa intelligente Enki;
- la **presa multipla JAWS**, premiata al concorso **Observeur du Design**.



DAL 2020

ECO-DESIGN E HOME INDEX

ADEO ha integrato in modo sempre più profondo le dimensioni ambientali e sociali nella progettazione dei propri prodotti, in particolare attraverso il lancio dell'**Home Index*** e lo sviluppo di soluzioni circolari che prevedono l'utilizzo di materiali riciclati.

maggiori informazioni a pagina 8

Dall'idea alla progettazione del prodotto: processo in *5 fasi*



1

Comprendere gli utilizzi reali e definire l'ambizione

Prima ancora di avviare la progettazione di un prodotto, i team analizzano gli utilizzi nella vita quotidiana, i bisogni ancora insoddisfatti dei clienti e i benchmark dei mercati internazionali, per garantire che ogni nuovo prodotto offra un reale valore aggiunto.

2



Progettare nel modo giusto fin dall'inizio

I prodotti vengono sviluppati secondo un approccio a doppio standard, in collaborazione con partner industriali selezionati con grande rigore. Definendo innanzitutto le funzionalità essenziali e ottimizzando successivamente le specifiche tecniche (materiali, packaging e trasporto), garantiamo soluzioni robuste, competitive e conformi ai più elevati standard qualitativi.



3

Testare i prodotti in condizioni reali

Prima della commercializzazione, ogni prodotto è sottoposto a un rigoroso processo di validazione: test di laboratorio per verificarne la sicurezza, valutazioni dei prototipi per garantirne la conformità industriale e prove d'uso condotte da abitanti volontari. Questi tre passaggi fondamentali assicurano che il prodotto mantenga le promesse in termini di qualità.

4



Gestire la qualità in tempo reale

Il nostro impegno prosegue anche dopo il lancio sul mercato. Grazie a strumenti di rilevazione precoce e all'analisi continua dei feedback dei clienti, i team possono intervenire tempestivamente in presenza di eventuali difetti, alimentando un processo di miglioramento continuo a beneficio sia dei prodotti esistenti sia di quelli futuri.



5

Prolungare la vita dei prodotti

La responsabilità degli MDH va ben oltre il momento della vendita. Fin dalla fase di progettazione viene calcolato per ogni prodotto un **indice di riparabilità** e durabilità. La disponibilità di pezzi di ricambio, le istruzioni per la manutenzione e il supporto alle riparazioni fanno parte di un impegno concreto volto a ridurre l'impatto ambientale e a garantire un valore duraturo per i clienti.

DIETRO LE QUINTE DEI LABORATORI DI *Qualità*

Questi laboratori rappresentano un vero e proprio strumento di sviluppo del prodotto. Consentono ai nostri ingegneri di effettuare test in autonomia, senza ricorrere a laboratori esterni, durante l'intero ciclo di vita del prodotto.

Laboratori chimici e idraulici
Valutazione della durabilità, della tenuta all'acqua e delle prestazioni delle apparecchiature tecniche.

Laboratori di elettronica
Supportano lo sviluppo e la validazione dei prodotti connessi.

Design Lab e Proto Lab
Spazi dedicati all'esplorazione di materiali e finiture e alla prototipazione rapida fin dalle prime fasi dello sviluppo.

Laboratori fotografici e packaging
Realizzano contenuti didattici per migliorare l'esperienza del cliente e testano la resistenza degli imballaggi, integrando al contempo i requisiti ambientali.

Performance Lab
Simula condizioni di utilizzo intensivo per individuare opportunità di miglioramento e garantire la durabilità dei prodotti nel tempo.

Questi laboratori non sostituiscono gli organismi di certificazione esterni, ma costituiscono uno **strumento fondamentale per migliorare l'affidabilità dei prodotti**, ottimizzarne le prestazioni e promuovere il miglioramento continuo fin dalle prime fasi della progettazione.

> ***Il nostro obiettivo è semplice: garantire che ogni prodotto venga testato in condizioni il più possibile vicine all'utilizzo reale prima di arrivare nelle case degli abitanti. Ciò significa anticipare fin dall'inizio del processo di progettazione le modalità d'uso, i vincoli della vita quotidiana e i requisiti prestazionali.***
>
> **Gislain Ménard,**
> ADEO Quality Director



MISURARE E GUIDARE IL *Miglioramento* CONTINUO

La progettazione dei nostri prodotti si basa su un approccio strutturato e completo articolato in **otto pilastri**, che coprono l'intero ciclo di vita del prodotto, dalle materie prime fino al fine vita.

Combinando requisiti normativi e impegni volontari, questi pilastri comprendono la scelta dei materiali, l'impatto della logistica e dei trasporti, la conformità ambientale, la riparabilità e la riciclabilità. L'approccio coinvolge l'intero ecosistema di ADEO, inclusi fornitori e partner, con l'obiettivo di migliorare in modo misurabile le prestazioni ambientali e sociali dei prodotti.

In concreto, ciò si traduce in **soluzioni che aiutano gli abitanti a rendere le proprie case più efficienti e sostenibili**, in particolare nei settori dell'isolamento, dei serramenti, del riscaldamento, della climatizzazione e della produzione di energia.



Home Index

Per valutare questi impatti, ADEO ha sviluppato l'**Home Index**, un sistema di valutazione che classifica ogni prodotto **dalla A alla E** sulla base di **30 criteri ambientali e sociali** che ne analizzano l'intero ciclo di vita.
Personalizzato per ogni categoria di prodotto, questo indicatore consente ai consumatori di confrontare facilmente le diverse soluzioni e di effettuare acquisti più consapevoli e responsabili.



L'Home Index rende visibile ciò che normalmente non lo è. Grazie alla massima trasparenza, permettiamo agli abitanti di scegliere un prodotto non solo in base al bisogno che soddisfa, ma anche all'impatto che genera. Questo strumento spinge inoltre i nostri team e i nostri fornitori ad alzare costantemente gli standard e a perseguire un miglioramento continuo.

Clara Lorinquer,
Chief Sustainability Officer



Pavimento laminato ARTENS Malte: miglioramento continuo al servizio di prestazioni e accessibilità

Il pavimento laminato **ARTENS Malte** dimostra la capacità di ADEO di migliorare costantemente i propri prodotti rendendoli al tempo stesso più accessibili.
Prodotto a soli **35 km da Lille**, in Francia, questo bestseller distribuito in **290 negozi nel mondo** è il risultato di un'importante ottimizzazione industriale.

La sua evoluzione è il risultato di un'estesa ottimizzazione industriale.

Originariamente progettato con uno spessore di **12 mm**, è stato ripensato in una versione da **10 mm**, mantenendo inalterati qualità, durata e robustezza percepita.

- La riduzione del volume di materie prime impiegate ha consentito di diminuire del **10% le emissioni di CO_2** legate alla produzione.

- Il pavimento offre inoltre una **resistenza all'acqua fino a 24 ore**, risultando perfettamente adatto all'utilizzo quotidiano.

Oltre al singolo prodotto, questa logica è stata estesa all'intera gamma:

- il design Malte è stato declinato anche su pavimenti in laminato, piastrelle in ceramica e doghe in PVC, consentendo al Gruppo di aumentare i volumi produttivi e ottimizzare i costi.

Questa strategia permette ad ADEO di offrire soluzioni coordinate per diversi utilizzi, mantenendo prezzi altamente accessibili.



Innovazioni DI PRODOTTO

INSPIRE Ventilatore da soffitto Cadix con illuminazione integrata

Il ventilatore Cadix combina estetica e tecnologia grazie alle pale retrattili e al doppio sistema di illuminazione integrato.

Compatibile con l'applicazione domotica **Enki**, consente un controllo intuitivo, il monitoraggio dei consumi energetici in tempo reale e la programmazione personalizzata.

Ha ricevuto il prestigioso iF Design Award nella categoria Building Technology.



LUXENS Gamma di pitture bianche



Sostituendo parte dei componenti di origine petrolchimica con alternative di origine biologica, il marchio riduce fino al **25% l'impronta di carbonio** dei propri prodotti contribuendo al tempo stesso a preservare la qualità dell'aria interna.

SENSEA Soffione doccia EcoSoft con indicatore dei consumi

Dotato di un display che visualizza in tempo reale il consumo d'acqua, il soffione EcoSoft aiuta gli utenti a monitorare i propri consumi e ad adottare abitudini più sostenibili.

Facile da installare, funziona senza batterie né elettricità grazie a un ingegnoso sistema a dinamo idraulica.

> ***Con il soffione Sensea EcoSoft rendiamo visibile un gesto quotidiano: il consumo d'acqua. Facile da installare e completamente autonomo dal punto di vista energetico, aiuta tutti ad adottare comportamenti più virtuosi. Questo progetto rappresenta perfettamente ciò che amo del mio lavoro: dimostrare che l'innovazione non deve essere necessariamente complessa, ma può trasformare i gesti di ogni giorno.***
>
> **Clément Ollivier,**
> Category Leader, SENSEA





Progettare l'avvitatore con batteria al sodio ha significato affrontare la sfida di coniugare elevate prestazioni e ridotto impatto ambientale. Oggi offriamo agli abitanti uno strumento innovativo, affidabile ed efficiente che integra una nuova generazione di tecnologia per le batterie.

Amandine Dourlou,
Project Manager, DEXTER



DEXTER Avvitatore con batteria al sodio

La batteria al sodio, realizzata con risorse naturali abbondanti, offre tempi di ricarica estremamente rapidi.

Grazie a questa tecnologia più sostenibile, il prodotto ha ottenuto il prestigioso Solar Impulse Efficient Solution Label.

che fanno la Differenza





NATERIAL Pergole bioclimatiche

Dotate di lamelle orientabili, si adattano alle condizioni climatiche offrendo comfort personalizzato, protezione da sole e pioggia e ventilazione naturale.

Uniscono design e funzionalità per migliorare il benessere negli spazi esterni.

DELINIA Ante cucina ReAdapt

Le ante **ReAdapt** permettono di rinnovare la cucina senza sostituire i mobili esistenti.

Compatibili con numerose configurazioni e con cucine di marchi diversi, consentono di modernizzare l'ambiente riducendo lavori, costi e impatto ambientale.



ÉQUATION Addolcitore EquaSofter Compact+

Grazie a un sistema idraulico brevettato, funziona senza elettricità.

La tecnologia intelligente adatta il ciclo di rigenerazione ai consumi effettivi della famiglia in appena 15 minuti, consentendo di utilizzare fino a **tre volte meno acqua e sale** rispetto a un addolcitore tradizionale.



IL MODELLO DI PRODUZIONE *Circolare* Di Adeo con FINSA

Da oltre 25 anni **ADEO collabora con FINSA, azienda familiare spagnola specializzata nella produzione di pannelli in legno riciclato**.

Questa partnership ha portato alla realizzazione di uno **stabilimento di 37.000 m²** a Teruel, in Spagna, dedicato alla produzione di componenti per i mobili da cucina **Delinia** e per le soluzioni di contenimento **Spaceo**.
Il progetto si basa su un modello industriale circolare che utilizza prevalentemente legno riciclato proveniente da filiere locali.
Riutilizzando materiali esistenti e limitando il ricorso a materie prime vergini, l'iniziativa promuove un modello produttivo più responsabile e contribuisce a rafforzare la sicurezza della catena di approvvigionamento.

> ***Questo progetto con FINSA riflette la nostra ambizione di integrare i principi dell'economia circolare fin dalle prime fasi della progettazione. Grazie a una partnership di lungo periodo sviluppiamo insieme soluzioni industriali sostenibili che rispondono concretamente ai bisogni degli abitanti.***
>
> **Jean-François Altet,**
> Market Senior Director



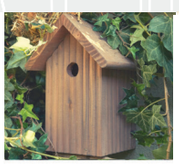
DESIGN *Accessibile*

Il design rappresenta uno degli elementi strategici nello sviluppo dei marchi propri ADEO. Accanto a funzionalità, qualità e accessibilità, contribuisce a definire l'identità distintiva delle insegne del Gruppo.

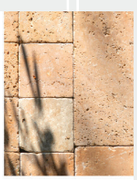
L'obiettivo non è solo estetico: si tratta di rendere il **design comprensibile e accessibile**, creando prodotti coordinati che aiutino le persone a realizzare ambienti armoniosi, belli e alla portata del maggior numero possibile di abitanti.

Dal 2002 ADEO sviluppa una filosofia progettuale basata sull'analisi delle tendenze internazionali e delle aspettative dei clienti. Dal 2017 questo approccio è stato esteso a livello globale attraverso linguaggi stilistici condivisi tra i diversi marchi del Gruppo.

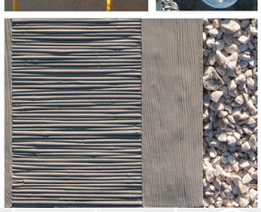











Un nuovo *Capitolo*

Dai dati alla pratica: le applicazioni concrete dell'intelligenza artificiale

L'intelligenza artificiale è diventata uno strumento fondamentale per comprendere meglio il modo in cui le persone vivono la propria casa e anticiparne l'evoluzione delle esigenze. ADEO la integra in modo concreto in tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto.

L'IA consente di analizzare automaticamente le recensioni dei clienti per individuare punti di forza e criticità, ottimizzare i contenuti digitali, rivedere gli assortimenti sulla base delle performance di vendita e migliorare il posizionamento dei prodotti sui marketplace.

In prospettiva, diventerà uno strumento essenziale per prevedere i cambiamenti nei comportamenti dei consumatori, orientare lo sviluppo dei prodotti e personalizzare l'esperienza cliente.

Per ADEO l'intelligenza artificiale non rappresenta soltanto un fattore di efficienza operativa, ma anche un motore di innovazione, capace di contribuire alla progettazione di prodotti sempre più pratici, accessibili e rispondenti ai bisogni reali degli abitanti.





Da vent'anni i marchi propri di ADEO incarnano una convinzione semplice: **il prodotto è uno strumento fondamentale per rendere il miglioramento della casa più accessibile. Oggi questa ambizione accelera ulteriormente.**

Grazie al proprio know-how industriale, alla progettazione condivisa con partner e abitanti, all'utilizzo dei dati e dell'intelligenza artificiale, ADEO sviluppa soluzioni affidabili, performanti e progettate in modo responsabile per accompagnare i progetti di casa di oggi e di domani.

Rendiamo la casa un luogo positivo in cui vivere.



Conosciamo *Adeo*

ADEO riunisce un ecosistema di aziende dedicate al miglioramento della casa, tra cui **Leroy Merlin**, **Weldom**, **Kbane**, **St Maclou**, **Bricocenter** e **M Retail** per i professionisti. È il leader europeo e il **terzo operatore mondiale** nel mercato del bricolage e dell'home improvement, con un fatturato di **32,7 miliardi di euro (IVA inclusa) nel 2025**.

Grazie a una rete di **1.300 punti vendita**, marketplace e partner, ADEO distribuisce le proprie soluzioni per un'abitazione sostenibile in **quattro continenti**, distinguendosi come l'unico operatore del settore con una presenza internazionale così estesa.

Ogni giorno **115.000 collaboratori** offrono prodotti e servizi, sia nei negozi sia online, per accompagnare i progetti degli abitanti e dei professionisti.

Vivere in una casa sana, confortevole ed efficiente è essenziale per il benessere delle persone in ogni fase della vita. Per questo motivo, pur condividendo una visione comune, ciascuna azienda del Gruppo ADEO è responsabile delle proprie scelte sociali, economiche e ambientali nel rispetto delle specificità e delle culture locali.

Leroy Merlin in breve

Leroy Merlin Italia è un'**azienda multispecialista** che offre la possibilità di migliorare la propria casa grazie all'offerta di soluzioni complete di prodotti e servizi. Arrivata in Italia nel 1996, Leroy Merlin è presente sul territorio nazionale con **52 punti vendita** in 15 regioni per un fatturato di **2 miliardi di euro**. Offre lavoro a oltre 7800 collaboratori, per l'87% azionisti del Gruppo stesso.

La strategia aziendale "We make home a positive place to live", che si inserisce nel contesto globale del Gruppo Adeo, parte dall'idea condivisa di aiutare chiunque a dare vita ai propri progetti di casa e di vita, con soluzioni utili e di impatto positivo.



www.adeo.com
www.leroymerlin.it/