

Loiret

Dans le Loiret une entreprise du bâtiment propose une « pièce en plus » en kit

C'est une idée née pendant le Covid... Le groupe Thévenin a inventé un nouveau produit, une pièce supplémentaire qu'on pose dans son jardin, pour agrandir son espace habitable. Prix minimum: 55 000 euros.



Cette pièce en plus, imaginée par l'entreprise Thévenin, est conçue pour répondre à de multiples usages, chambre, bureau, atelier, salle de sport... LP/Christine Berkovicus

Par Christine Berkovicus

Le 30 novembre 2021 à 10h22

De loin, on dirait un grand abri de jardin. Mais lorsqu'on le regarde de plus près, le Lobj, conçu par l'entreprise Thévenin à Saint-Cyr-en-Val, dans l'agglomération d'Orléans (Loiret), est bien plus qu'une banale cabane. Il s'agit d'une vraie pièce de vie, une « pièce en plus », isolée et raccordée aux réseaux d'eau et d'électricité, que l'on pose dans son jardin pour répondre à divers usages, bureau, atelier, chambre d'amis, salle de sport ou encore logement étudiant...

L'idée a germé durant le confinement dans l'esprit des dirigeants de cette société de 460 personnes, créée en 1974 et spécialisée dans la rénovation des maisons individuelles. « Avec le télétravail, les gens passent plus de temps chez eux. Nous avons réfléchi autour de ces sujets en cherchant comment nous différencier de la concurrence », explique Nicolas Soucier, directeur général.

[À lire aussi](#) Immobilier : moins d'acheteurs dans les grandes villes

Le Lobj, dont les éléments sont fabriqués en France, est composé d'une structure en ossature bois, le bardage est lui aussi en bois, tout comme sa terrasse. D'une surface de 20 m², il est arrimé sur des pieux enfoncés dans le sol, sans chape de ciment, et se monte en trois semaines maximum. Isolé comme une vraie maison, il est vendu assemblé clé en main, décoration comprise, à partir de 55 000 euros.



L'entreprise, qui propose pour la première fois un produit qu'elle a elle-même imaginé et dessiné, va lancer son Lobj sur le marché en janvier. Elle espère en commercialiser une trentaine par mois. Et si la « pièce en plus » trouve son public, l'entreprise imagine de la décliner en d'autres versions, pour coller aux nouveaux modes de vie.

Dans la rubrique Loiret

- Recrutement: opération séduction de la filière cosmétique
- Le canal d'Orléans, un nouvel atout touristique pour le Loiret
- Abonnés** McDo vise le zéro carbone avec une ferme-pilote dans le Loiret

[VOIR LES COMMENTAIRES](#)