



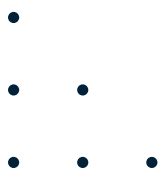
Le **baromètre** de la gestion d'entreprise Menuiserie, Store, Fermeture en **2026 !**

2^{ÈME} ÉDITION



Comment les fabricants et les installateurs - revendeurs gèrent-ils leur entreprise en 2026 ?

688 professionnels nous disent tout !



« Comment gérez-vous votre entreprise de Menuiserie, Store, Fermeture en 2026 ? »

C'est la question que nous avons posée aux entreprises de notre secteur, installateurs - revendeurs et fabricants.

Cette 2ème édition de notre baromètre s'ouvre aux fabricants et prend tout son sens dans un contexte politique et économique incertain, marqué par le neuf en crise pour la 3ème année consécutive et le décrochage de la rénovation, une première depuis 2020.

Comment les entreprises s'adaptent-elles ? De nouvelles pratiques émergent-elles ? Les attentes du particulier ont-elles changé ?

Pour y répondre, nos équipes en charge de la veille du marché ont pensé et analysé **une étude de 15 questions autour de 4 piliers :**

- » Les devis et les conversions
- » La gestion commerciale et la relation clients
- » La relation fournisseur - installateur
- » Les perspectives d'avenir

688 entreprises du secteur, utilisatrices ou non des solutions du Groupe ELCIA, y ont répondu anonymement en mars 2026.

Des données déclaratives pour décrypter les tendances du secteur, vous situer par rapport à vos confrères et identifier des leviers actionnables.

C'est avec grand plaisir que nous vous les partageons.



Bonne lecture.

Les équipes du Groupe **ELCIA**



Les résultats clés

L'entreprise Installateurs - Revendeurs type en 2026

- Moins de 3M€ de chiffre d'affaires
- Chiffre d'affaires stable en 2025
- Moins de devis réalisés qu'en 2025
- De plus en plus mise en concurrence par ses clients
- De 2 jours à 1 semaine pour envoyer un devis à un client
- Une seule relance suffit
- 33% de taux de transformation
- Ses prospects lui viennent par le bouche-à-oreille
- Informée et se prépare à la facturation électronique
- Utilise l'IA pour de l'assistantat au quotidien
- Attend de son fournisseur des produits de qualité, facilement chiffrables et une bonne relation commerciale / gestion des SAV
- Membre d'un Réseau de Menuiserie, Store, Fermeture
- Ses 3 indicateurs de pilotage prioritaires sont la marge, le carnet de commandes et le taux de transformation
- Ses 3 process à améliorer en priorité sont l'analyse commerciale, le suivi de son activité et la pose / le SAV
- Optimiste sur l'évolution de son activité en 2026

L'entreprise de fabrication type en 2026

- » Moins de 10M€ de chiffre d'affaires
- » Chiffre d'affaires stable en 2025
- » Elle réalise les devis pour ses clients via un service interne autre que ses commerciaux
- » De 1 à 2 jours pour envoyer ses devis à ses clients
- » 33% de taux de transformation
- » Utilise l'IA pour de l'assistanat au quotidien
- » Ses 3 process à améliorer en priorité sont ses process de vente, la réception et le traitement des commandes, la digitalisation de son activité
- » Selon elle, les principales attentes de ses revendeurs sont la qualité des produits, une bonne relation commerciale / gestion des SAV et les délais de livraison
- » Optimiste sur l'évolution de son activité en 2026



Au sommaire du **Baromètre**

Partie 1

Page 6

Un secteur sous pression, des professionnels qui s'adaptent et résistent

Partie 2

Page 12

Gestion commerciale et relation clients : capitaliser et optimiser l'existant

Partie 3

Page 17

Relation fournisseur - installateur : alignés sur les attentes

Partie 4

Page 19

Perspectives d'avenir : prudents mais loin d'être défaitistes



PARTIE 1

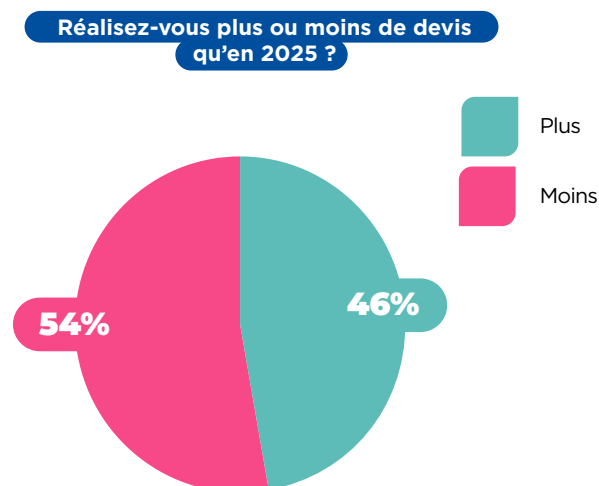
**Un secteur sous
pression, des
professionnels
qui s'adaptent
et résistent**



Du côté des installateurs - revendeurs

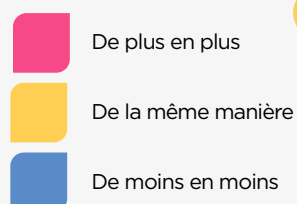
Un nombre de devis en baisse pour plus de la moitié des installateurs - revendeurs

Les chiffres de 2026 valident les inquiétudes de 2025 : **54% des installateurs - revendeurs déclarent avoir réalisé moins de devis que l'année dernière.** Les raisons sont directement liées au contexte : baisse globale de l'activité, incertitude politique et économique, morosité des particuliers, réduction des aides à la rénovation. Les 46% qui déclarent faire plus de devis nuancent eux-mêmes ce résultat : si les demandes augmentent, le panier moyen baisse. Plus de sollicitations, mais pour des projets plus petits.



De plus en plus de concurrence

Avez-vous l'impression d'être plus ou moins mis en concurrence par vos clients ?

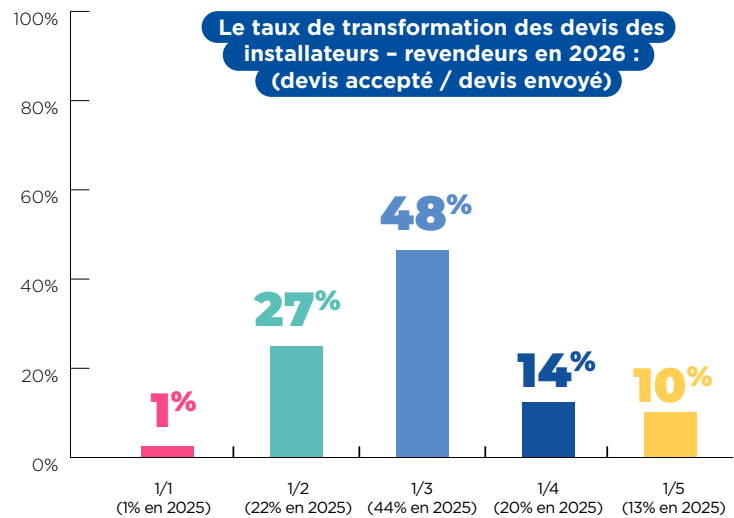


62% des installateurs - revendeurs déclarent être davantage mis en concurrence par leurs clients.

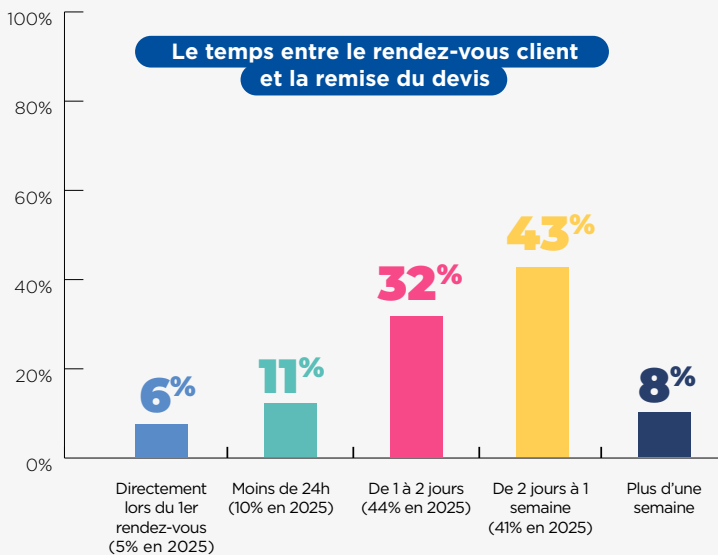
Impacté lui-aussi par un contexte économique compliqué, le particulier se renseigne, compare, négocie, challenge. D'où l'importance de se démarquer, soigner sa relation clients et relancer.

Un taux de transformation qui résiste malgré tout

Moins de devis, plus de concurrence, mais bonne nouvelle : le taux de transformation des devis reste stable par rapport à 2025. Comme l'année dernière, **il est de 33%, soit 1 devis accepté sur 3 envoyés**. La concurrence et la baisse d'activité n'ont pas (encore ?) affecté le taux de transformation.



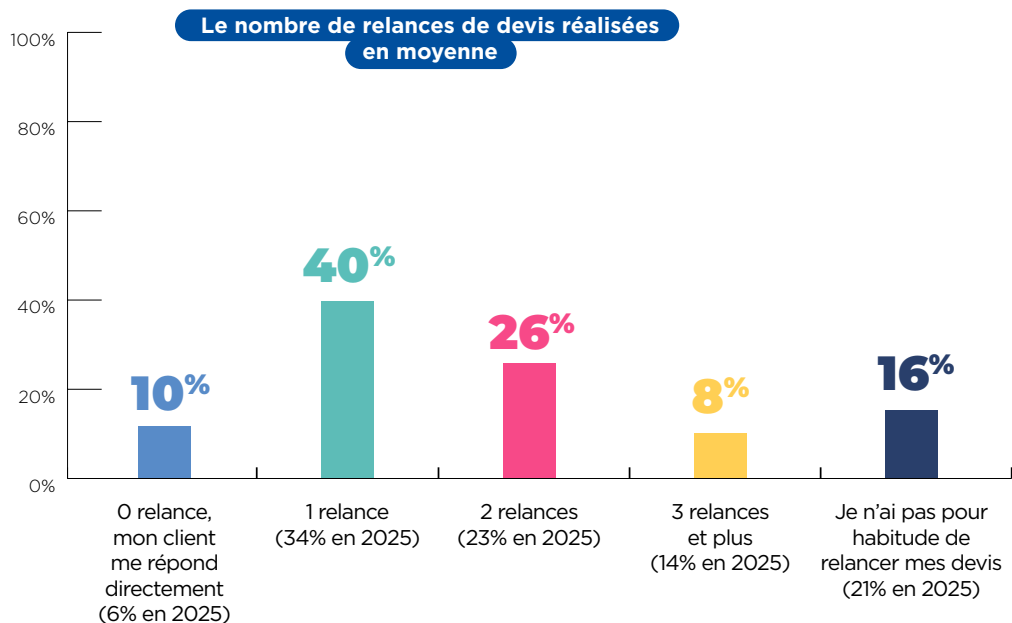
La réactivité, un signal de confiance



La rapidité d'envoi du devis recule légèrement par rapport à 2025 (32% des installateurs envoient leurs devis sous 1 à 2 jours en 2026, contre 44% en 2025). Pourtant, **92% des installateurs - revendeurs déclarent envoyer leurs devis en moins d'une semaine**. Un effort à maintenir : pour un particulier qui compare, un devis reçu rapidement est un signal de sérieux et de fiabilité qui peut peser dans la prise de décision.

La relance reste incontournable

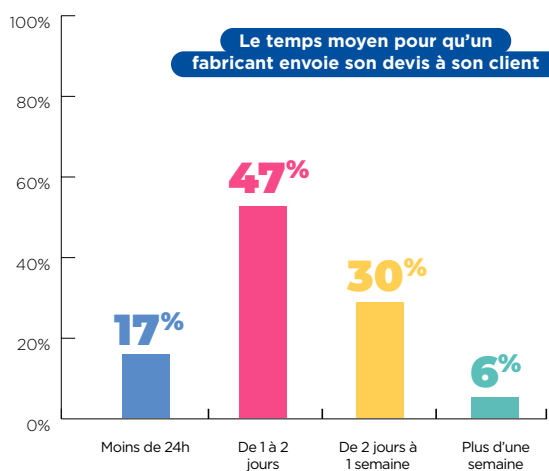
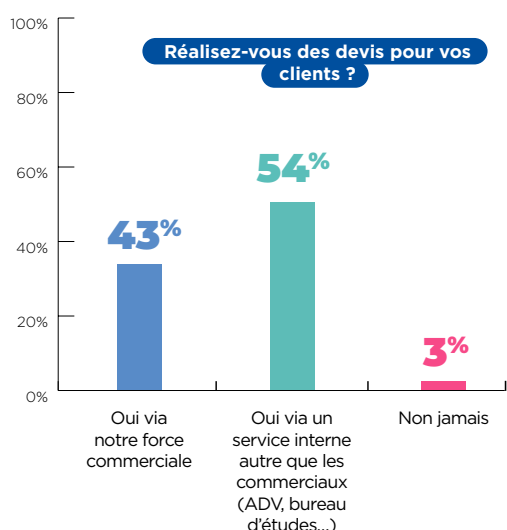
Face à un particulier qui multiplie les devis auprès de plusieurs professionnels, **la relance prend tout son sens**. Ne pas relancer, c'est laisser le champ libre à la concurrence.



Du côté des fabricants

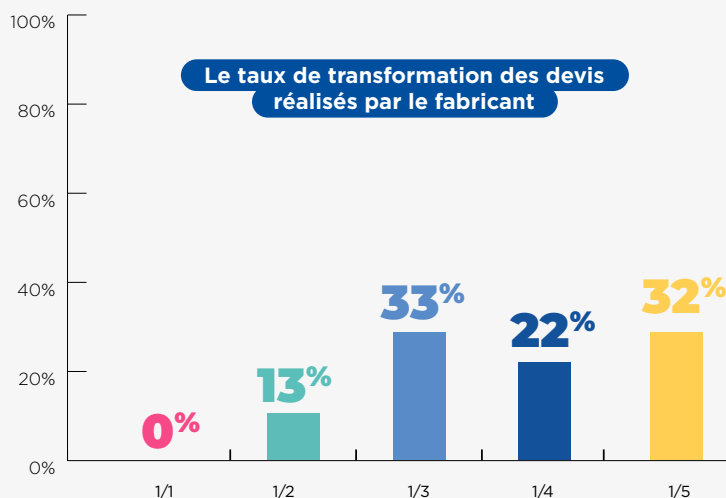
Une réactivité exemplaire et indispensable

97% des fabricants réalisent des devis pour leurs clients installateurs-revendeurs (dont plus d'1 / 2 via un service interne autre que les commerciaux). Et ils le font vite : **le délai moyen d'envoi du devis est de 1 à 2 jours**, 17% répondent même dans les 24h. Une réactivité supérieure à celle des installateurs qui n'est pas un hasard : le fabricant est un maillon intermédiaire. Il doit aller vite, sous peine de pénaliser son client. Face à une concurrence qui s'intensifie, cette réactivité dans la réponse n'est pas qu'un service, c'est un avantage concurrentiel.



Taux de transformation : un indicateur plus difficile à lire

Si le taux de transformation déclaré par les fabricants est plus faible que celui des installateurs (**entre 1/3 et 1/5 selon les cas**), ce chiffre est à manier avec précaution. Sur ce point, le fabricant reste un intermédiaire de l'installateur. Une fois son devis envoyé, il n'a pas forcément une visibilité directe sur la signature. Une partie de la conversion de l'installateur se fait hors de ses radars. Pour connaître son taux de transformation, son indicateur va plutôt être la réception de commande.



Et le particulier ?

Ce que veut le particulier : du prix, du délai et être rassuré

On l'a vu, le contexte économique pousse le particulier à comparer de plus en plus les devis de plusieurs professionnels. Mais que recherche-t-il ?

Sans surprise, **le prix reste son critère N°1** selon les installateurs – revendeurs. Le particulier subit lui aussi le contexte économique (peut-être même plus que les entreprises) et changer ses fenêtres, son portail ou sa porte reste un investissement conséquent qu'il ne prend pas à la légère. D'autant plus que l'année 2025 a été marquée par les nombreux changements de MaPrimeRenov', la principale aide pour la rénovation de l'habitat.

Le délai de réalisation des travaux monte aussi en puissance et devient le 2ème critère de sélection en 2026 (3ème l'année dernière).

3ème tendance : **il a besoin d'être rassuré**. Informations sur son produit, garantie et marque du fabricant sont autant de points qui comptent. Le particulier s'informe de lui-même avant de contacter un installateur – revendeur (via son entourage, les réseaux sociaux, les avis Google...). Il veut comprendre ce qu'il achète, pas question d'investir à l'aveugle.

Le message est clair : **un bon devis ne se résume pas seulement au prix**. Il doit expliquer, rassurer, convaincre. Une affaire se remporte avant la prise de contact, d'où l'importance d'être visible et d'avoir bonne réputation, aussi bien en physique que sur le web.

Les 5 critères les plus importants sur la prise de décision du client particulier



Aussi cités : la notoriété du fabricant, la provenance des produits, la présentation globale du devis (couleurs, logo, visuels...)



PARTIE 2

Gestion commerciale et relation clients : capitaliser et optimiser l'existant



Du côté des installateurs - revendeurs

Bouche-à-oreille, présence sur le web et visibilité locale : le trio gagnant pour trouver de nouveaux clients

Même constat qu'en 2025 : **le bouche-à-oreille reste de très loin le canal d'acquisition N°1 pour 96% des répondants**. Recommandations de clients satisfaits, parrainages, regroupements d'artisans, réseaux d'agences ou professionnels, contacts transmis par les fabricants : dans un marché où le particulier se renseigne et compare toujours plus, le travail bien fait, la réputation et le relationnel restent la meilleure des publicités.

Derrière, le site internet et les réseaux sociaux complètent le podium. Même s'il ne détrône pas l'humain, le digital reste prépondérant et déterminant : il est une source d'informations précieuse et de confiance pour le particulier.

A noter que la publicité locale et les panneaux de chantier manquent le podium de peu. Preuve que la visibilité physique fonctionne toujours.

Pour les professionnels, le message semble clair : **soigner sa relation client, c'est aussi soigner son acquisition de prospects**. Un client satisfait est un prescripteur, un client déçu, un détracteur.

Le Top3 des canaux d'acquisition en 2026

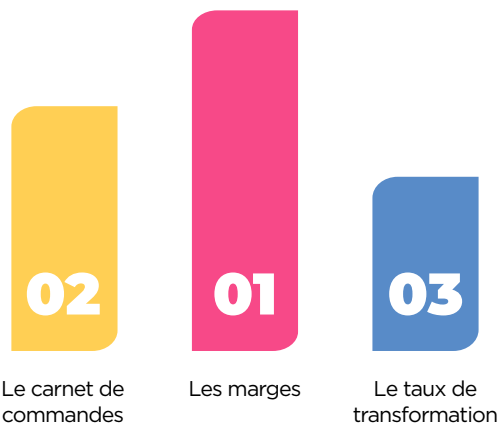


Aussi cités : les contacts transmis par le fabricant, l'événementiel local (salons, foires, marchés...), la prospection physique et boîte aux lettres

Indicateurs à suivre, process à améliorer : en période mouvementée, retour à des bases solides

Le Top3 des indicateurs à suivre en priorité Pour les installateurs – revendeurs :

Les indicateurs à suivre en priorité pour les installateurs – revendeurs en 2026 sont identiques à ceux de 2025. Quand le marché se tend, les professionnels ne cherchent pas à révolutionner leurs pratiques, ils optimisent ce qui existe déjà dans leur entreprise. Rien de surprenant que **l'aspect commercial occupe les 3 marches du podium** : on suit ses marges, on se rassure sur son carnet de commandes et on surveille son taux de transformation.



Aussi cités : la charge des équipes de pose, les devis en cours de négociation, le temps dédié au SAV, le panier moyen

Top 3 des process à améliorer



La partie commerciale prend aussi largement le pouvoir sur les process de l'entreprise à améliorer, devant l'analyse de l'activité qui occupait la 1ère place en 2025. Le signe que la pression commerciale s'intensifie et que les gérants d'entreprise gardent un œil sur leurs ventes et leur efficacité commerciale. En 3ème position, le SAV et le suivi de chantier arrivent au coude-à-coude. Le recrutement lui, reste hors des priorités comme l'année dernière.

Aussi cités : la pose, le suivi des commandes, la réalisation des devis, le recrutement et la gestion du personnel.

Facturation électronique : les installateurs - revendeurs se préparent

Le grand sujet réglementaire de 2026 ne semble pas être pris à la légère. **60% des installateurs – revendeurs sont au courant de la réforme et s’y préparent déjà**. 18% se disent même déjà prêts. Seuls 12% se sentent perdus ou insuffisamment accompagnés. Des chiffres rassurants à l’approche des échéances de septembre 2026 pour la réception de factures électroniques et de septembre 2027 pour l’envoi.

Pour aller plus loin

Facturation électronique :
ce qui change en 2026
pour les entreprises
de Menuiserie, Store,
Fermeture



Du côté des fabricants

Ventes, commandes, digitalisation : optimiser les process en place

Capitaliser sur l’existant en temps de marché tendu semble aussi être un réflexe du côté des fabricants. **Les process de vente arrivent en tête des priorités**, cohérent avec la pression commerciale que l’ensemble de la filière peut ressentir.

En 2ème position, la réception et le traitement des commandes restent un enjeu opérationnel, au cœur de la réactivité de leurs clients installateurs. La digitalisation de leur activité complète le podium, le signe que la transformation numérique reste un chantier ouvert pour les fabricants et est perçue comme un levier de compétitivité à part entière.



Aussi cités : Logistique et SAV (transport, livraison...), pilotage de la production, optimisation des ressources humaines, capacité d’innovation, amélioration de la qualité produit, achats et approvisionnements

L'IA : adoptée pour l'efficacité, pas encore pour le métier

Près de 70% des installateurs - revendeurs et 80% des fabricants interrogés utilisent l'IA dans leur entreprise. Un usage majoritairement orienté vers l'assistantat opérationnel : rédaction d'e-mails, comptes-rendus de réunions, gestion des réseaux sociaux et du site web, réponses aux avis... Même si l'IA peut être utilisée pour la simulation de projets, son usage appliqué au cœur de métier (ex : chiffrage, traitement de commandes, support technique) reste encore faible. Sujet à suivre : de premières expérimentations émergent et certains se déclarent en réflexion.





PARTIE 3

Relation fournisseur - installateur : alignés sur les attentes



Qualité, rapidité et bonne relation avant tout

Les installateurs – revendeurs et les fabricants sont globalement alignés sur ce qui fait une bonne relation fournisseur – client. Les installateurs ont des attentes fortes vis-à-vis de leurs fournisseurs et ces derniers ont l'air de les avoir bien en tête !

La qualité des produits arrive en tête des deux côtés. Suivi par le gain de temps (via le chiffrage pour les installateurs et via les délais de livraison pour les fabricants). La relation commerciale / SAV complète le podium. Un rappel que l'humain, la confiance et la disponibilité restent déterminants même dans des relations B2B.

Au pied du podium des deux côtés, la fiabilité du transport et de la livraison semble être un enjeu fort, pouvant impacter l'activité de l'installateur et dégrader la relation avec son fournisseur. Un axe différenciant pour les fournisseurs sachant le maîtriser ?

Petite surprise : le prix n'arrive qu'en 6ème position, aussi bien chez les installateurs que les fabricants. Même s'il reste le levier N°1 pour le particulier, c'est loin d'être le cas pour des professionnels qui recherchent la qualité des produits avant tout.

Les attentes des Installateurs – Revendeurs vis-à-vis de leur fournisseur

Selon les Installateurs – Revendeurs :

#1

La qualité des produits

#2

La facilité de chiffrage des produits

#3

La relation commerciale / le SAV

#4

La fiabilité du transport et de la livraison

#5

Le traitement de la commande

Aussi cités : prix attractif, innovation / proposition de nouveaux produits, sa dynamique commerciale et marketing, sa capacité à leur apporter de nouveaux clients, délai de livraison

Selon les fournisseurs :

#1

La qualité des produits

#2

La relation commerciale / le SAV

#3

Les délais de livraison

#4

La fiabilité du transport et de la livraison

#5

Le traitement de la commande

Aussi cités : prix attractif, facilité de chiffrage des produits, des arguments pour se différencier de la concurrence, innovation / proposition de nouveaux produits, sa capacité à vous apporter de nouveaux clients.



PARTIE 4

Perspectives d'avenir : prudents mais loin d'être défaitistes

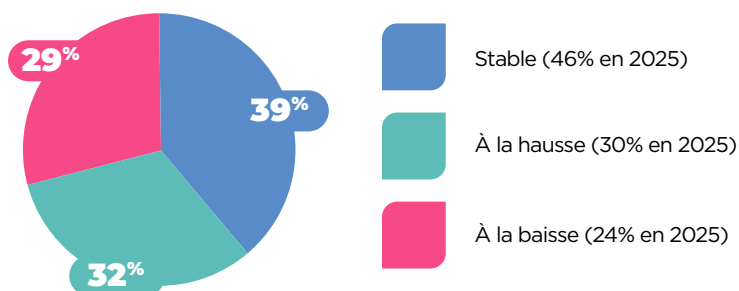


Des chiffres d'affaires qui résistent

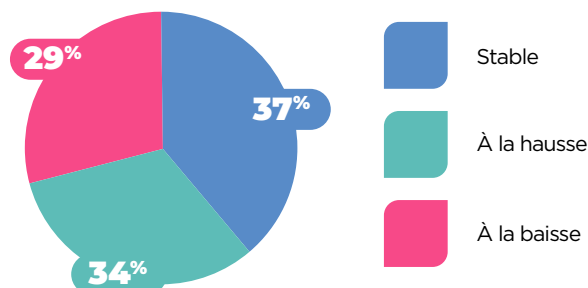
Malgré ce contexte agité, les professionnels du secteur font preuve d'une certaine solidité. **Les chiffres d'affaires 2025 restent majoritairement stables** (voire même en hausse) aussi bien côté installateurs - revendeurs que fabricants. Dans un marché qui ne connaît pas ses plus belles années, c'est un signal positif loin d'être anodin.

Comment a évolué votre chiffre d'affaires en 2025 ?

Côté Installateurs - Revendeurs



Côté Fabricants

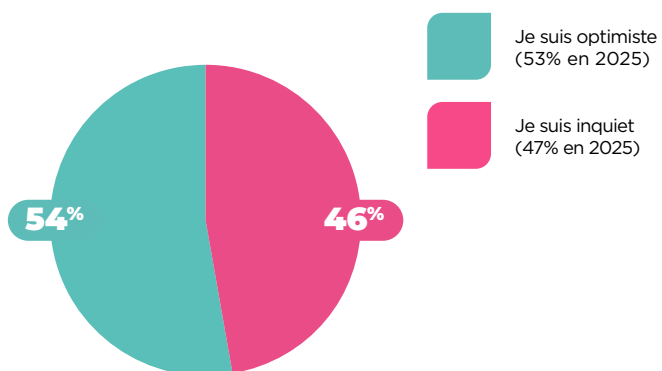


Et pour 2026 ? Même de justesse, l'optimisme l'emporte

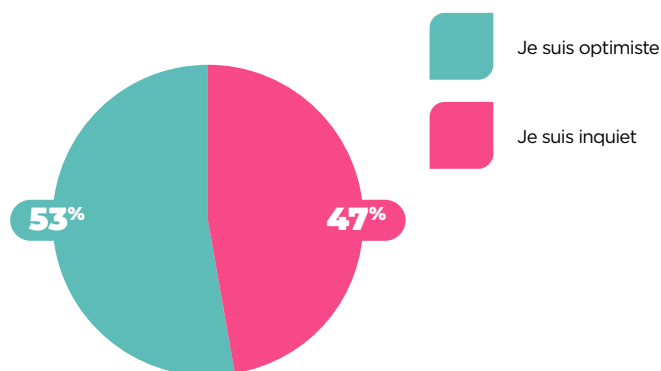
Entre le neuf qui devrait rebondir et la rénovation continuer de baisser un peu, 2026 s'annonce comme une année indécise (sans compter un contexte géopolitique qui s'est encore plus tendu). **Fabricants comme installateurs - revendeurs restent prudents mais optimistes**. Plus d'1 installateur - revendeur sur 2 aborde l'année positivement, soit un léger mieux par rapport à 2025 (53%). L'heure n'est pas à l'euphorie, mais le moral est là.

Comment voyez-vous l'évolution de votre activité pour 2026 ?

Côté Installateurs - Revendeurs



Côté Fabricants



Ce qu'il faut retenir

Stabilité des pratiques : la solution face à l'évolution du particulier

Ce que ce baromètre révèle, c'est la résistance des professionnels face à l'instabilité du marché de la Menuiserie, du Store et de la Fermeture en 2026. Les pratiques n'ont pas radicalement changé d'une année à l'autre : on optimise, on capitalise, on suit ses indicateurs. Et cela, aussi bien du côté des installateurs - revendeurs que des fabricants.

Les entreprises du secteur semblent mieux amortir les chocs du contexte économique que le particulier. C'est finalement lui qui semble être le maillon le plus volatil de la chaîne de valeur : il devient plus exigeant, mieux informé et plus attentif à son budget.

Les installateurs - revendeurs doivent s'adapter à ce « nouveau » particulier comparateur, attentif à la qualité, sensible aux délais. Plus que jamais, la réactivité, l'accompagnement, les conseils et la visibilité sont les maîtres mots. Une évolution dans laquelle les fabricants ont aussi tout leur rôle à jouer en tant que partie prenante.

Et si c'était le plus grand défi de 2026 et des années à venir ?



GROUPE ELCIA®

Leader français des logiciels spécialisés Menuiserie, Store, Fermeture, le Groupe ELCIA est le partenaire de plus de 45 000 professionnels de ce secteur.

Depuis plus de 25 ans, avec ses solutions, ELCIA profite d'une vision d'ensemble sur le quotidien, les problématiques et les enjeux des acteurs de ce marché, qu'ils soient fabricants ou installateurs - revendeurs.

Parmi nos 265 collaborateurs, des équipes sont dédiées à l'écoute, à la veille et à la compréhension de notre marché. Ce sont ces équipes qui sont au cœur de la réalisation de cette étude.

www.elcia.com

