COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Novembre 2026

Artisans du bâtiment : les marques à l'épreuve du chantier, les circuits d'achat en pleine évolution

Plateforme d'études ARTISCAN 4 : TBC Innovations dévoile les nouveaux arbitrages de 3 000 artisans et les enjeux qui redessinent la relation entre professionnels, fabricants et distributeurs.

Qu'est-ce qui fait préférer une marque, choisir un fournisseur ou tester un nouveau produit ? Avec ARTISCAN 4, TBC Innovations a mené l'enquête auprès de 3 000 artisans du bâtiment et décrypté les critères qui orientent leurs décisions.

Alors que la qualité demeure un repère essentiel, le prix, la disponibilité, les délais et les conseils reçus peuvent faire évoluer les arbitrages au moment du chantier. L'étude éclaire aussi le rôle des distributeurs et les attentes de services, avec des analyses détaillées pour 13 univers de produits.

34 %
testent rapidement les nouveautés des marques

25 %
utilisent déjà l'IA à titre professionnel

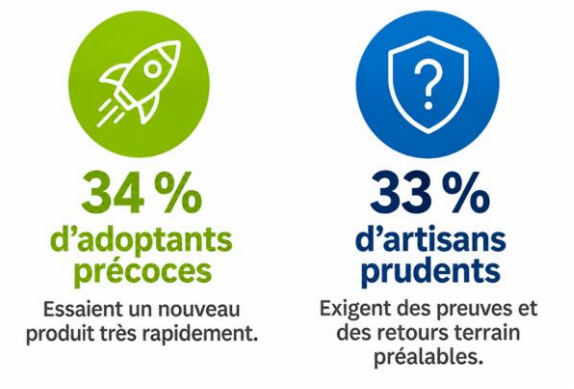
59 %
jugent la gestion administrative et comptable irritante au quotidien

Source : ARTISCAN 4, TBC Innovations, enquête téléphonique auprès de 3 000 artisans (juillet 2026).

1 - Marques : une fidélité réelle, mais des arbitrages plus ouverts

La qualité demeure un repère central dans le choix des marques, et de nombreux artisans s'appuient sur un noyau de références de confiance. Mais la décision peut évoluer face au prix, à la disponibilité, aux délais, à la demande du client ou à une prescription de la maîtrise d'œuvre.

L'innovation reste une opportunité : 34 % des artisans déclarent adopter une attitude de test rapide face aux nouveautés des marques.



33% d'entre eux montrent des signes de prudence en exigeant des preuves et des retours terrain. L'enjeu pour les industriels est de rendre leurs bénéfices immédiatement perceptibles, avec des preuves techniques, des retours d'expérience et une assistance adaptée aux situations de chantier.

2 – Choix du distributeur, le prix est-il vraiment le critère n°1 des artisans ?

On pourrait penser que, dans un contexte de pression sur les coûts et les marges, le prix et les remises arrivent naturellement en tête dans le choix d'un distributeur.

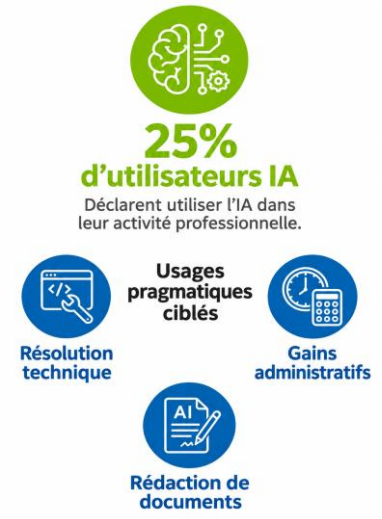


Et pourtant… ce n'est pas le premier critère cité par les artisans du bâtiment. Pour **49% des artisans, la relation de confiance et le suivi commercial est le critère qui compte le plus** dans le choix de leur distributeur principal.

L'agence, point de vente physique des négoces reste le pilier de l'approvisionnement des artisans. Cependant le **parcours d'achat devient hybride** : téléphone, sites internet des enseignes, achat direct auprès des fabricants et e-commerce interviennent désormais à différents moments selon le produit recherché, l'urgence du chantier ou les habitudes du métier.

Et ces pratiques sont loin d'être homogènes : certains métiers se digitalisent rapidement quand d'autres conservent une relation beaucoup plus directe avec les agences des enseignes.

3 - L'IA n'est plus une perspective lointaine, elle entre dans les usages



Un artisan sur quatre (25%) déclare déjà utiliser l'intelligence artificielle dans sa vie professionnelle. Les usages mentionnés sont concrets : rechercher une réponse technique ou réglementaire, accélérer certaines tâches administratives, rédiger des documents ou préparer des réponses aux clients.

Le digital intervient aussi dans le chiffrage, le suivi des commandes, la comparaison des offres et la recherche d'informations.

Ce basculement crée de nouveaux points de contact avec les marques et les distributeurs, sans effacer l'importance de la relation humaine, du conseil et du bouche-à-oreille. La question n'est donc pas simplement de « digitaliser » l'offre, mais de comprendre à quel moment un outil apporte une aide réelle aux artisans.

4 - La première attente : alléger le quotidien des entreprises

La gestion administrative et comptable est la difficulté la plus citée par les artisans (59 %), devant la recherche de clients (28 %) et les délais ou stocks (11 %). Les inquiétudes sur les charges, les marges et les carnets de commandes restent également présentes.



Les fournisseurs peuvent se différencier par la fiabilité des approvisionnements, la qualité de l'accompagnement et des services qui simplifient le choix, l'achat et la mise en œuvre des produits.

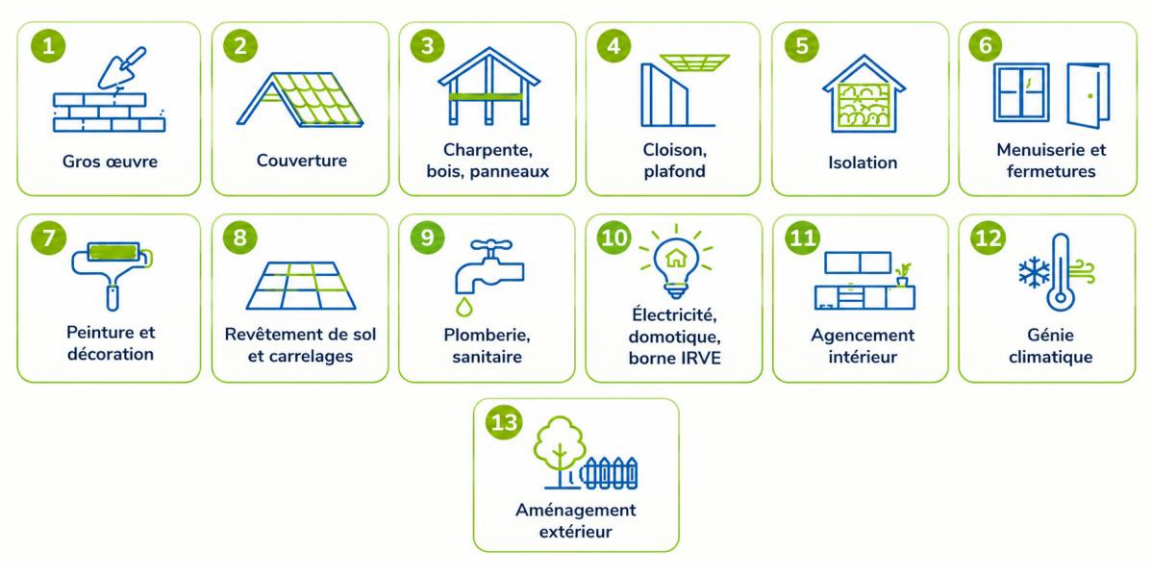
« Les artisans du bâtiment ne choisissent plus uniquement un produit ou une marque : ils recherchent des solutions qui leur permettent de gagner du temps, de sécuriser leurs chantiers et de préserver leur rentabilité. Nos résultats montrent notamment que l'innovation suscite un réel intérêt, à condition qu'elle apporte des bénéfices concrets et démontrables. Pour les fabricants et les distributeurs, l'enjeu est désormais de comprendre les attentes propres à chaque métier pour adapter leurs offres, leurs services et leur relation avec les artisans. C'est précisément l'ambition d'ARTISCAN 4. »

Anne-Séverine Saboret | Directrice études et conseil, TBC Innovations

Au-delà des tendances : 13 études pour identifier les leviers d'action par marché

Ces résultats transversaux donnent une première lecture des évolutions de l'artisanat du bâtiment. La valeur d'ARTISCAN 4 réside surtout dans l'analyse détaillée de 13 univers produits, qui permet aux industriels, distributeurs et organisations professionnelles de transformer les constats en décisions opérationnelles.

Les rapports sectoriels permettent notamment de comparer les profils des entreprises, les produits utilisés, les comportements de choix et de prescription, les marques, les attentes à l'égard des fabricants, les circuits d'approvisionnement, les enseignes fréquentées et les usages digitaux. Autant de données pour cibler les bons artisans, adapter une offre, hiérarchiser les services à développer ou réinterroger une stratégie de distribution.



Trois questions concrètes auxquelles les études ARTISCAN 4 aident à répondre :

1. Quels profils d'artisans privilégier ? Quels potentiels supplémentaires au-delà des codes NAF ?
2. Quels arguments et services font la différence ?
3. Quels circuits de prescription ou d'achat activer selon le marché ?

Une base d'observation nationale, des analyses sectorielles

La méthodologie ARTISCAN 4 s'appuie sur **3 000 entretiens téléphoniques** réalisés en France du 21 au 2 juillet 2026 auprès d'entreprises artisanales du bâtiment. L'échantillonnage repose sur une méthode de **quotastselontl'activitétettlatrégion**. Le dispositif couvre **15 codes NAF** et se décline en **13 études par univers produits**.

Une 14ème étude présente les artisans tous corps d'état, **entreprises de rénovation multiservices, au-delà de leur seule classification par code NAF.**

L'enquête explore les profils des entreprises, leurs marchés, leurs pratiques de choix et d'achat, leur relation aux fabricants et distributeurs, leurs usages numériques et leurs perspectives d'activité. Les pourcentages cités dans ce communiqué sont issus des enseignements transversaux de l'étude.

L'un des atouts majeurs d'ARTISCAN 4 est d'**identifiertlestartisanstquitutilisenttettmettenttentœuvretlest produitst d'unt universt donné,t au-delà de leur seule classification par code NAF**, afin de mieux appréhender la réalité des marchés, de révéler des cibles commerciales complémentaires et d'identifier de nouveaux potentiels de développement.

Découvrirtlestrésultatstdétaillést d'ARTISCANt4

Les 13 brochures sectorielles présentent le périmètre et les thématiques de chaque rapport. Les équipes TBC Innovations peuvent orienter les industriels et distributeurs vers les analyses correspondant à leurs marchés et à leurs objectifs marketing ou commerciaux.

Consulter les études et demander les brochures : www.tbcinnovation.fr/boutique-etudes-sectorielles/

À propos de TBC Innovations

Depuis **plustdettrentetans**, TBC accompagne les industriels, distributeurs et acteurs de la construc⊖on dans leurs analyses de marché, leurs stratégies de développement et leurs démarches d'innova⊖on.

L'équipe réunit **consultantst marke⊖ngtettingénieurstspécialiséstdanstletbâ⊖ment**, combinant exper⊖se technique et analyse des dynamiques économiques de la ļ lière.

Chaque année, TBC Innova⊖ons réalise de nombreuses enquêtes quan⊖ta⊖ves auprès de larges panels de professionnels et publie des études de référence sur les marchés du bâ⊖ment : **fenêtres,tvolets,tisolants,t portestd'entrée,tprotec⊖onstsolaires,tportailstoutencoretrénova⊖onténergé⊖que**.

En 2019, TBC Innova⊖ons a repris les études de Développement Construc⊖on, enrichissant ainsi son catalogue d'observatoires et d'études sectorielles, aujourd'hui reconnues comme des références par de nombreux acteurs de la filière.