



RÉNOVER,
CONSTRUIRE,
AMÉNAGER.

Communiqué de presse
28 janvier 2026

Salon TOUT FAIRE® 2026 : un collectif solide et des priorités claires pour accélérer la croissance

Les 21 et 22 janvier 2026, TOUT FAIRE® a réuni à Montpellier plus de 1500 adhérents et 250 fournisseurs à l'occasion de son salon annuel, rendez-vous incontournable de la vie du groupement. L'événement a permis de découvrir les innovations et de se projeter dans un contexte de marché en profonde mutation. À cette occasion, Cédric Fabien, Président du groupement TOUT FAIRE®, et Charles Gaël Chaloyard, Directeur Général, ont rappelé une conviction forte : « *dans un environnement incertain, notre force collective est notre premier levier de croissance* ». Cette dynamique irrigue l'ensemble de la stratégie du groupement, de l'optimisation des achats à la transformation digitale, en passant par la fluidification globale du parcours client et la mise en avant d'une offre de plus en plus technique.



Des signaux économiques positifs dans un contexte de marché contrasté

« Nous pouvons nous féliciter des performances enregistrées par le groupement en 2025, prouvant la **solidité de notre modèle** » a annoncé Cédric Fabien, Président du groupement TOUT FAIRE®. En effet, le groupement enregistre une croissance **supérieure au marché pour la huitième année consécutive** (+2 points en 2024 et +0,5 point en 2025).

Dans un contexte économique challengeant, marqué par de nombreuses fermetures de points de vente physiques, le réseau a de son côté enregistré **4 ouvertures nettes en 2025, et 10 en 2024**, illustrant son attractivité et sa capacité de résilience.

2026 : des nouveautés et priorités stratégiques structurantes

Structurer les achats pour améliorer les marges

Le déploiement de **nouveaux dispositifs d'achats groupés** à travers les **5 régions achats en France et 1 région achat en Belgique** a marqué une étape clé de la stratégie du groupement. Cette organisation a permis de **massifier les volumes, améliorer les marges, réduire le nombre de fournisseurs**, et construire de **véritables partenariats durables**. En 2026, les régions achats vont continuer d'être un pilier stratégique du groupement, lui permettant de co-construire l'offre avec ses partenaires, la rendre plus technique et sur-mesure en fonction des besoins spécifiques de chacun.

Accélérer la transformation digitale

TOUT FAIRE® poursuit ses investissements dans le digital et notamment le e-commerce avec des résultats significatifs sur **TOUTFAIRE.FR** :

- **1,5 million de visiteurs uniques en 2025**
- **13 000 demandes de devis**, soit **x2 vs 2024**
- **Panier moyen : 1 200 €**
- **75 % de nouveaux clients**, dont **80 % de particuliers**

Le libre-service au cœur de la rentabilité des points de vente

« *Comme je le dis souvent, le magasin est notre premier réseau social* » annonce Charles Gaël Chaloyard. Ainsi, soigner sa présentation pour valoriser l'offre et fluidifier le parcours client est un enjeu clé. Lors du salon 2026, TOUT FAIRE® a confirmé sa volonté de poursuivre la transformation des magasins, avec un objectif clair : équiper 100 % des points de vente d'un libre-service.

Par ailleurs, le libre-service évoluera en profondeur :

- montée en gamme des présentations (étiquettes électroniques, merchandising renforcé),
- structuration autour de 4 grandes familles (EPI, électroportatif, gros volumes, nouveautés),
- création de nouveaux corners (offre chantier, EPI en approche boutique, vente en gros conditionnement),
- dynamisation et événementialisation des espaces.

En complément, un nouveau concept est en cours de développement, dédié à l'aménagement extérieur, pour aller plus loin dans l'offre en s'appuyant notamment sur l'expertise bois du groupement.

Le plan IMPACT pour améliorer les performances commerciales

En parallèle, le groupement déploie le plan IMPACT auprès de ses adhérents. Ce **programme global d'accompagnement** vise à optimiser l'ensemble du parcours client, de l'accueil en point de vente jusqu'au chantier, aussi bien pour les clients professionnels que particuliers.

Le dispositif a pour objectifs de **renforcer l'efficacité commerciale** des points de vente, d'élever la qualité de l'accueil et d'accompagner la montée en compétences des équipes vers un rôle accru de conseil et de **vente de solutions plus techniques** et à plus forte valeur ajoutée.

Fondé sur une meilleure compréhension des projets clients, le plan IMPACT ambitionne de renforcer la fidélisation, de soutenir la conquête de nouveaux clients et d'améliorer durablement la performance commerciale du réseau.

Inédit : lancement du service de location de matériel

À partir de mars 2026, l'ensemble des adhérents TOUT FAIRE® pourront proposer un service de location de matériel à destination des artisans et des particuliers. Une offre clé en main qui portera sur un catalogue de produits

premium en location, réservables en ligne. Ce programme de location internalisé est la promesse d'une meilleure maîtrise, de plus de synergie et d'optimisation des marges pour chacun des négociés.

Des nouveautés fédératrices pour incarner le groupement

Les adhérents au cœur de l'incarnation de la marque

Le salon a aussi été l'occasion d'annoncer les temps forts et campagnes qui viendront dynamiser l'année, notamment :

- le lancement du **Club des Ambassadeurs TOUT FAIRE®**, destiné à incarner le groupement sur les réseaux sociaux à travers des contenus authentiques portés par les adhérents. **Une trentaine d'ambassadeurs volontaires** sont déjà engagés.
- l'opération « **Le Meilleur Petit-déjeuner du Monde** », prévue le **24 avril 2026**. Partout en France et en Belgique, les négociés TOUT FAIRE® inviteront artisans et clients à partager un moment convivial, fidèle aux valeurs de proximité, d'authenticité et de générosité du réseau.

Les artisans, toujours au cœur des engagements de TOUT FAIRE®

Dans le prolongement de sa campagne « Hors Normes » lancée lors du salon Artibat et qui visait à souligner le poids des normes réglementaires dans le quotidien des artisans, TOUT FAIRE® a réaffirmé sa volonté de **continuer à soutenir et valoriser les artisans**. Une **étude sur la charge et la santé mentale des artisans** est actuellement en préparation, avec l'ambition de mieux comprendre leurs difficultés et de proposer, dans les prochains mois, des solutions concrètes pour améliorer leur quotidien.

Enfin, **2026 marquera le lancement de la saison 4 de la web-série « C'est du Pro »**, un programme conçu spécialement pour accompagner les artisans du bâtiment dans leur quotidien. Cette année, la série bénéficiera d'une diffusion élargie (YouTube, site Internet, LinkedIn, TikTok et Meta), afin de toucher l'ensemble de l'écosystème TOUT FAIRE®.

“C'est avec beaucoup d'optimisme que nous envisageons l'année 2026, avec un groupement qui continue plus que jamais de poursuivre sa

transformation pour toujours mieux anticiper l'avenir” a conclu Cédric Fabien devant l'ensemble des adhérents réunis sur le salon.

À propos de Tout Faire® : [Tout Faire](#) est le 1^{er} groupement d'indépendants de négoces en matériaux de construction avec un réseau de plus de 280 adhérents et 460 points de vente partout en France et en Belgique. Ce sont ainsi 4 000 passionnés qui proposent expertise, conseils et services de qualité, dans le cadre de relations de confiance avec leurs clients de proximité. Tout Faire a réalisé un chiffre d'affaires de 1,45 milliards d'euros en 2024. Son réseau est fondé sur des valeurs d'entraide, d'échange, de transparence, et d'authenticité.