

## FACE AUX MUTATIONS DU MARCHÉ, LA DISTRIBUTION PROFESSIONNELLE APPELLE À FAIRE FILIÈRE

Le 21 mai 2026, Coédís, organisation représentative de l'ensemble des entreprises de la distribution professionnelle de l'approvisionnement au second œuvre technique du bâtiment résidentiel, tertiaire, industriel, a lancé Coédís Impact, un évènement inédit réunissant l'ensemble de son écosystème public et privé, autour des enjeux de la filière. Organisée à l'occasion des cinq ans de la fédération, cette première édition a mis en lumière un marché qui ne fonctionne plus selon les repères d'hier.

Le diagnostic est posé. La filière est confrontée à un changement profond de marché, marqué par le recul du logement neuf, l'arrivée de nouveaux acteurs, la transformation digitale, l'électrification des usages et l'accélération de l'innovation dans les solutions techniques. Ces mutations obligent la distribution professionnelle à défendre plus clairement sa place dans la chaîne de valeur.

Pour José Pretot, Président de Coédís, l'enjeu n'est plus seulement de comprendre les mutations du marché, mais de mettre en œuvre les transformations nécessaires. « L'application des transformations qui sont devant nous, pour coller aux besoins futurs du marché, c'est là la clé du sujet », a-t-il insisté. Le marché n'appelle plus une simple adaptation. Il impose de consolider les fondamentaux du modèle professionnel, d'en faire évoluer les services et de renforcer les alliances entre industriels, distributeurs et installateurs.

### LE RÔLE DE LA DISTRIBUTION PROFESSIONNELLE POUR LES POUVOIRS PUBLICS ET LE MONDE ÉCONOMIQUE

Les messages de Serge Papin, Ministre des Petites et moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat, et de Vincent Jeanbrun, Ministre de la Ville et du Logement, ont replacé la distribution professionnelle au cœur des enjeux de souveraineté énergétique, de rénovation du bâti et d'électrification. Ils ont aussi rappelé que le second œuvre technique n'a rien de secondaire : sans les acteurs qui approvisionnent, accompagnent et structurent les chantiers sur le terrain, la transformation du bâtiment ne peut pas se concrétiser.

Patrick Martin, Président du Medef et Président du groupe Martin Belaysoud Expansion, a, de son côté, appelé les entreprises à faire entendre leur voix dans le débat public. Ces prises de parole ont confirmé la nécessité pour la filière de porter plus collectivement ses positions, auprès des pouvoirs publics comme de l'ensemble de la chaîne de valeur.

### Le prix, le stock, le comptoir et le conseil restent le socle du modèle professionnel

Présentée par Laurent Frelat, Directeur Général de Xerfi Specific, et Christine Achaz, Responsable des Études et Statistiques de Coédís, l'étude réalisée avec Xerfi et TBC Innovations a mis en évidence le poids de la distribution professionnelle. La filière représente près de 15 milliards d'euros de chiffre d'affaires, environ 4 000 agences et plus de 44 000 collaborateurs. Elle pèse encore la moitié du marché de la distribution des produits d'électricité, de chauffage, de sanitaire et de plomberie, avec une part de marché qui est passée, cependant, de 54 % à 50 % entre 2019 et 2024.

Cette baisse ne signifie pas que le modèle est dépassé. L'étude démontre au contraire que les fondamentaux de la distribution professionnelle doivent être consolidés. Plus de 70% des installateurs continuent de placer le prix, la disponibilité, la livraison et le conseil au premier rang de leurs critères de choix. Le retrait comptoir reste privilégié par 58 % d'entre eux (près de la moitié du chiffre d'affaires y est encore réalisée).

Ces chiffres ont trouvé un écho direct dans les interventions. Pour Jean-Christophe Repon, Président de la CAPEB, l'attachement des TPE artisanales au comptoir est lié à leurs réalités quotidiennes. « Elle (la TPE) veut toujours récupérer son matériel au comptoir. Elle ne veut pas de plateforme », a-t-il souligné. Vincent Kuss, Président du directoire de SOCODA, a décrit la distribution indépendante comme un modèle solide, parce qu'elle est « un acteur ancré localement, au plus près des clients installateurs ». Cette présence terrain reste indispensable aux artisans, qui ont besoin de matériel disponible, de réponses rapides et d'un interlocuteur capable de les accompagner techniquement.



Le conseil technique fait aussi la différence. 84% des installateurs le jugent important ou très important. Le distributeur n'est plus seulement attendu sur la fourniture.

Jean-Christophe Repon a insisté sur le besoin d'un distributeur « compétent, pour nous accompagner sur le choix de ce que nous devons poser ». Ce rôle devient décisif dans un marché où les équipements sont « de plus en plus complexes, de plus en plus connectés », selon Fabien Laleuf, Président d'ABB France.

Cette expertise constitue l'un des points de différenciation de la distribution professionnelle face aux pure players et à la GSB.

## Relancer le logement suppose de rendre les aides, les règles et le financement plus lisibles

Le logement a occupé une large place dans les débats. Les intervenants ont décrit un marché où les besoins existent, dans le neuf comme dans la rénovation, mais où l'instabilité empêche les ménages, les artisans et les distributeurs de se projeter. Pour Frédéric Colly, Président de Partedis, le marché manque de visibilité. Les à-coups successifs des dispositifs empêchent les entreprises de construire une trajectoire stable. Il a également pointé la difficulté des entreprises à suivre un cadre trop mouvant. « La simplification normative, je la cherche toujours », a-t-il lancé, en visant l'illisibilité des aides à la rénovation. Pour les artisans comme pour les distributeurs, cette complexité finit par ralentir les décisions au lieu de déclencher les chantiers. Vincent Kuss a qualifié la situation de « crise de confiance ».



Les aides publiques n'ont pas été remises en cause dans leur principe, mais dans leur fonctionnement. Vincent Kuss a rappelé qu'une aide peut servir de tremplin, mais qu'elle devient dangereuse lorsqu'elle fonctionne comme une perfusion. Frédéric Colly précise que seules 30 000 à 35 000 entreprises artisanales du bâtiment sont aujourd'hui RGE, sur environ 200 000, en pointant la complexité du dispositif. Jean-Christophe Repon a, de son côté, défendu le maintien d'un accompagnement, à condition d'ouvrir davantage le marché aux entreprises compétentes, notamment par un RGE accessible par validation des acquis de l'expérience.

Le parc existant s'est également imposé comme un enjeu central. Vincent Kuss estime que le logement neuf pouvait trouver un appui dans le dispositif Jeanbrun, tandis que la rénovation aurait besoin d'un outil équivalent. Il a ainsi évoqué l'idée d'un « statut du rénovateur », capable d'accompagner les travaux dans les logements vacants ou à rénover.

Les débats ont aussi montré que la rénovation énergétique ne peut pas être réduite à l'électrification. Benjamin Auzeau, Directeur Général de DSC Saint-Gobain, a alerté sur une lecture trop exclusive du sujet. Le parc existant reste composé de logements chauffés au gaz ou au fioul. L'efficacité énergétique doit donc tenir compte du bâti, de l'isolation, de l'hybridation des solutions et du pouvoir d'achat des ménages. « L'énergie la moins chère est celle que l'on ne consomme pas », a-t-il repris. Il a également souligné que les attentes des ménages ne se limitent pas à l'énergie, mais touchent aussi au confort, à l'accessibilité et à l'adaptation des logements au maintien à domicile.

Le financement reste un autre frein au passage à l'acte. Plusieurs intervenants ont évoqué la nécessité de construire des modèles moins dépendants des aides publiques et moins centrés sur l'investissement initial lié aux produits. Pour Fabien Laleuf, la valeur peut se construire aussi dans la durée au travers d'un service fourni, son suivi, le pilotage, la maintenance ou les économies générées. Benjamin Auzeau a rejoint cette approche avec l'économie de l'usage. Il ne s'agirait plus seulement de vendre un équipement, mais un résultat, par exemple « 19 degrés dans la maison, sous la forme d'un forfait mensuel ». L'objectif est de rendre les travaux plus finançables pour les ménages et davantage compatibles avec leur pouvoir d'achat.

Cette approche rejoint celle des installateurs. Jean-Christophe Repon a défendu des parcours de rénovation « geste après geste », plus compatibles avec les capacités financières des ménages. Pascal Housset, Président de l'UMGCCP, a mis en garde contre la réduction des artisans à de simples opérateurs d'aides. « Nous sommes en train de galvauder le savoir-faire, le geste historique, le savoir-faire de nos artisans et de nos entreprises », a-t-il alerté. Leur valeur reste dans le geste, le diagnostic et la relation avec le client.

### Préserver la chaîne de valeur des professionnels

Les chiffres de l'étude montrent que la distribution professionnelle perd du terrain sur des marchés pourtant porteurs, comme le CVC, le sanitaire, la pompe à chaleur ou la ventilation. Ces segments attirent de nouveaux entrants, capables de s'installer hors du canal professionnel.

Pour Fabien Laleuf, le bâtiment de demain produit, consomme et stocke de l'énergie. Dans ce contexte, la valeur ne se limite plus au produit. Elle intègre l'étude technique, le financement, la mise en service, la maintenance et l'exploitation. « Celui qui apporte la valeur prend la valeur », a-t-il averti. Le risque, pour la filière, est donc de laisser d'autres acteurs occuper ces services associés aux solutions techniques.

Pauline Mispoulet, Directrice de Prolians Europe, a pointé un sujet insuffisamment traité, "nous savons mal vendre le service". Conseil, livraison, accompagnement technique, capacité à faire bien dès le premier chantier, ces prestations ont un coût qui doit être mieux assumé par la filière.

Benjamin Auzeau a posé le sujet sous l'angle de la protection du canal professionnel. Lorsque des produits professionnels sortent des circuits dédiés, l'ensemble de la chaîne perd en cohérence. « Quand les produits de sous marque professionnelle vont dans d'autres canaux, comme la GSB ou le digital, l'artisan est complètement disrupté. Cette valeur n'existe plus, on détruit aussi la valeur du distributeur et, in fine, c'est toute la valeur globale de la filière qui est mise en danger. » a-t-il expliqué.



Jean-Marc Vogel, Président Ledvance Europe, a insisté sur la nécessité de tirer l'offre vers le haut. Selon lui, le prix n'est pas toujours le premier critère lorsque le client comprend la solution proposée. La filière doit donc être capable de segmenter ses offres, d'expliquer les usages et de défendre la valeur technique. L'innovation produit ne suffit pas à créer de la valeur si elle n'est pas comprise, expliquée et correctement mise en œuvre. Elle suppose un travail commun entre industriels, distributeurs et installateurs pour orienter les choix et accompagner le client final. Il a aussi insisté sur la nécessité de protéger les prix, les marges et les marques pour éviter l'érosion du marché professionnel.

La question de l'économie circulaire a également été évoquée au prisme de la problématique du pouvoir d'achat. Pauline Mispoulet a alerté sur le risque de voir la filière professionnelle devenir inaccessible à une partie des clients. Elle a évoqué le besoin de créer des secondes vies pour certains produits ou de prolonger leur durée de vie. Pour Jean-Marc Vogel, le réemploi suppose d'abord des produits conçus pour durer et être réparés, tandis que Léopold Bernard, Président de Sonepar France, a insisté sur la nécessité d'un intérêt économique pour l'installateur et l'acheteur.

La préservation de cette chaîne de valeur rejoint aussi l'enjeu de souveraineté industrielle. Thomas Moreau, Président de Rexel France, a réaffirmé l'importance de défendre les produits fabriqués en France et en Europe. Pour la filière, la transition énergétique ne se joue donc pas seulement dans le choix des équipements, elle engage aussi la capacité à soutenir un tissu industriel local et à sécuriser les approvisionnements.

## L'IA et le digital doivent rester au service des métiers

La transformation digitale est déjà engagée, mais reste inégalement maîtrisée. Selon l'étude, 87 % des installateurs utilisent les outils digitaux proposés par les distributeurs. Les écarts demeurent toutefois importants selon la taille des entreprises. Les plus grands acteurs ont déjà largement structuré l'e-commerce, l'automatisation et l'usage de l'IA, ce qui est loin d'être le cas pour les plus petits. L'enjeu n'est donc plus seulement d'accélérer, mais d'éviter un décrochage dans la capacité à investir, à former et à faire adopter ces outils.

L'intelligence artificielle n'a pas été abordée comme une fin en soi. Elle est d'abord un outil de productivité et de simplification. Léopold Bernard a précisé que les enjeux majeurs de l'IA résident dans la gouvernance, la qualité de la donnée et son adoption par les collaborateurs comme par les installateurs.

Pascal Housset a invité à ne pas oublier « l'intelligence artisanale ». L'IA peut aider à gagner du temps ou à mieux préparer les chantiers. Elle ne remplace pas le geste professionnel, ni l'adaptation à la réalité du terrain. Pauline Mispoulet a également rappelé que les métiers de la plomberie, du chauffage et de l'électricité restent des métiers manuels, physiques et humains. Une réalité qui confirme la place des savoir-faire de terrain. La transformation de la filière ne dépendra donc pas seulement des outils numériques, mais aussi de sa capacité à former, à transmettre et à attirer vers les métiers techniques.

Thomas Moreau a insisté sur les usages concrets. « Faire des devis, chiffrer, schématiser, reconnaître des tableaux. C'est un driver énorme de productivité pour nos clients », a-t-il indiqué. Pour lui, l'objectif de la filière est de créer des outils utiles aux installateurs, et non de réduire l'IA à un comparateur de prix.

La qualité de la donnée produit a également été identifiée comme un chantier collectif. Léopold Bernard a souligné que les distributeurs ont besoin d'informations produits fiables, complètes et homogènes, fournies par les industriels. Ces données doivent permettre de proposer des comparatifs, des documentations et des parcours plus simples pour les installateurs. Plus largement, le digital ne se limite pas à un canal de vente. Il devient aussi un levier de contenu, de service et d'expérience client.

## Faire filière sans diluer les responsabilités

Les intervenants ont insisté sur la nécessité de renforcer le lien entre fabricants, distributeurs et installateurs. L'enjeu n'est pas de fusionner les rôles, mais de préserver ensemble la valeur du canal professionnel. Jean-Marc Vogel l'a formulé simplement. « Je pense que nous avons chacun notre rôle ». Dans cette chaîne de valeur, le fabricant conçoit la solution, le distributeur la rend disponible, l'explique et l'accompagne, tandis que l'installateur l'adapte à la réalité du chantier et au besoin du client. Dans un marché plus complexe, cette complémentarité est indispensable à la solidité du canal professionnel. Elle doit aussi permettre de tirer l'offre de solutions vers le haut et de mieux expliquer les usages au marché.

Thomas Moreau a fixé le cap de la distribution professionnelle en un mot. « Accélérer. » Selon lui, la filière doit avancer plus vite dans l'électrification, la performance énergétique, les outils digitaux et l'accompagnement des installateurs. Pauline Mispoulet a rappelé que Coédis lui-même est né d'un rapprochement entre deux univers longtemps distincts, l'électricité et le chauffage-sanitaire. Cette capacité à travailler ensemble doit désormais servir les marchés à venir.

Léopold Bernard a insisté sur le principal actif commun de la distribution professionnelle, le tissu d'artisans et d'installateurs présent dans les territoires. « Quand on a un actif, on en prend soin », a-t-il déclaré. C'est aussi ce maillage qui permet à la filière de rendre concrètes l'électrification, la rénovation énergétique et la transformation des bâtiments.

L'exemple de la ventilation a montré qu'un travail collectif peut produire des résultats. Pascal Housset a témoigné qu'il n'existait pas, il y a cinq ans, de filière ventilation réellement organisée. La mobilisation des industriels, des distributeurs et des organisations professionnelles a permis de structurer la formation, de mettre les produits en avant et de créer un marché plus visible. Pour lui, cette expérience doit servir de référence.

Au-delà de l'organisation du canal professionnel, les échanges ont souligné la nécessité d'une parole plus collective. Frédéric Colly a ainsi appelé la filière à se mettre d'accord sur une "contre-proposition stable", avec des mécanismes plus lisibles, comme une TVA bas carbone sur les produits que l'État souhaite soutenir. Faire filière, c'est aussi porter des positions communes auprès des pouvoirs publics, des industriels et des clients, afin de défendre la valeur du modèle professionnel dans les transformations du bâtiment.

## Agir ensemble !

© Jean-Philippe Homé-Sanfaute



José Pretot, Président de Coédís, a appelé à garder « un cap vers le faire » et « un cap vers le faire filière ». Ce message résume l'un des principaux enseignements de Coédís Impact 2026. La distribution professionnelle dispose d'un maillage, d'un savoir-faire et d'une relation avec les installateurs que ses concurrents ne peuvent pas reproduire.

Roland Mongin, Délégué Général de Coédís, a prolongé ce message en rappelant le rôle de la fédération comme relais des remontées terrain et comme point d'appui d'une action collective. Stabilité, simplification, travail avec les autres organisations professionnelles, les priorités exprimées pendant les débats doivent désormais se traduire dans la durée.

**« Il faut continuer de travailler ensemble, et non en parallèle ».**

La filière ne manque ni de marchés, ni de besoins, ni de compétences. Elle doit mieux défendre sa valeur, simplifier ses parcours, clarifier ses positions et agir plus collectivement. C'est à cette condition que la distribution professionnelle pourra reprendre l'initiative et continuer de peser dans les transformations du bâtiment.



© Jean-Philippe Homé-Sanfaute

Pour visionner les interventions des ministres, [cliquez-ici](#)

Pour consulter le Magazine revenant sur la soirée, [cliquez-ici](#)

Coédís Impact avec le soutien de



### À PROPOS

Coédís est l'organisation représentative de l'ensemble des entreprises de la distribution professionnelle spécialisée dans l'approvisionnement au second œuvre du bâtiment résidentiel, tertiaire, industrie.

Ses 400 entreprises fournissent à plus de 200 000 professionnels du bâtiment les produits, services et équipements nécessaires à leurs activités d'installation, du neuf, de la rénovation, notamment en génie climatique, électricité, sanitaire, plomberie et chauffage.

Avec plus de 44 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires avoisinant les 15 milliards d'euros, ces distributeurs professionnels adhérents de Coédís assurent une présence forte sur tout le territoire grâce à un maillage territorial dense de plus de 4 000 points de vente.