

les cahiers de tendances

de l'artisanat du bâtiment

1 Collection

2 3 4 5 6 7 8 9

N°1

QUEL(S) ARTISAN(S) EN 2025 ?



sommaire

sommaire



ce qui change autour de nous

LE MONDE CHANGE

p. 6

P. 8

LA SOCIÉTÉ CHANGE

P. 12

LE BÂTIMENT CHANGE

P. 18

ce qui va changer pour nous

LES ARTISANS À LA CROISÉE DES CHEMINS

p. 30

P. 32

QUELLE ENTREPRISE ARTISANALE DEMAIN ?

P. 48

les tendances métier par métier

LES COUVREURS, LES PLOMBIERS ET LES CHAUFFAGISTES EN 2025

P. 58

LES ÉLECTRICIENS EN 2025

P. 59

LES MAÇONS ET LES CARRELEURS EN 2025

P. 60

LES CHARPENTIERS, LES MENUISIERS ET LES AGENCEURS EN 2025

P. 61

LES MÉTIERS DE LA PEINTURE, VITRERIE ET REVÊTEMENTS EN 2025

P. 62

LES PLÂTRIERS, LES PLAQUISTES, LES STAFFEURS ET LES MÉTIERS
DE L'ISOLATION EN 2025

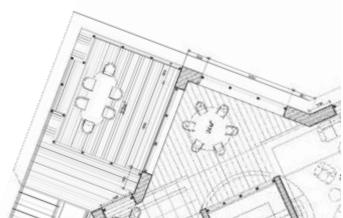
P. 63

LES SERRURIERS MÉTALLIERS EN 2025

P. 64

LES MÉTIERS DE LA PIERRE EN 2025

P. 65



EDITO

En 2011, les Journées de la Construction ont été l'occasion pour la CAPEB et ses adhérents d'explorer l'avenir du bâtiment en se projetant en 2025. Plusieurs scénarii d'évolution ont été proposés aux entreprises artisanales et aux artisans pour leur permettre de "prendre leur destin en main". En un mot, d'agir plutôt que de subir.

Les enjeux sont considérables. Les artisans font face à des mutations mondiales déjà engagées : économiques et démographiques bien sûr, mais également énergétiques. Dans une filière elle-même en plein chamboulement, notamment à cause des nouveaux concurrents et d'une demande qui évolue toujours plus vite, ils vont être amenés, ou même contraints, à changer leurs méthodes de travail. Pour répondre au règne du "toujours plus" – plus de règlements, plus d'exigences des clients, plus de technologie, plus de juridique – ils doivent s'adapter, innover et s'engager sur la qualité.

Les artisans sont bien armés pour relever le défi, mais ils ne devront pas ménager leurs efforts car toutes les facettes de l'entreprise artisanale sont impactées : professionnalisme, travail collaboratif et mutualisation de ressources, développement durable, SAV et entretien, technologies de l'information, marketing et actions commerciales, formation continue... A la clé, la pérennisation de leur position et de leur rôle dans l'économie locale. Une place légitime, et attendue par les clients qui reconnaissent aux artisans des qualités originelles : proximité, tradition du travail bien fait, relation de confiance, disponibilité, conseil.

Il est temps de raviver l'esprit pionnier des artisans du bâtiment !



La petite histoire des Cahiers de Tendances de l'Artisanat du Bâtiment®

Premier opus d'une collection baptisée *Les Cahiers de Tendances de l'Artisanat du Bâtiment®*, ce cahier se devait d'être prospectif tout en restant ancré dans la réalité : présenter les évolutions du monde, de la société et du bâtiment, mais esquisser aussi des solutions.

Il synthétise des travaux collaboratifs initiés par la CAPEB et réalisés sur plusieurs années. Tout d'abord un véritable "Tour de France" à la rencontre de près de 300 artisans des différents corps de métiers. Ces réunions ont permis de collecter, d'échanger et de confronter leurs visions de l'avenir et l'impact des évolutions sur leurs activités. Les conclusions de ce "Tour de France" ont fait l'objet d'une synthèse réalisée par le bureau d'étude TBC Innovations, dont les enseignements sont au cœur de ces Cahiers de Tendances®. Des experts techniques de différents horizons ont également apporté leurs analyses respectives afin de compléter, parfois d'éclaircir sous un angle différent les tendances ressenties par les artisans. Enfin, des études connexes ont été ajoutées à la réflexion : des entretiens individuels approfondis avec une cinquantaine d'artisans et une vingtaine d'autres acteurs de la filière afin d'estimer les conséquences du Grenelle de l'environnement sur leurs métiers (Biis/SRCK Conseil), une étude sur les compétences dans les métiers de l'artisanat du bâtiment (CG Conseil), des documents prospectifs réalisés par les Unions Nationales Artisanales (UNA), sans oublier une enquête sur les réseaux professionnels du bâtiment réalisée par l'Institut Supérieur des Métiers.

Les prochains numéros de la collection – qui réunit au total 9 cahiers – seront consacrés aux grands métiers du bâtiment. Leur objectif est d'approfondir des tendances spécifiques et de scruter, métier par métier, les perspectives d'évolution, les défis à relever et les opportunités à saisir pour les artisans du bâtiment d'aujourd'hui et de demain.

Ce document a été rédigé à la fin de l'année 2011.

**« Parce que les artisans sont les mieux placés pour dire ce qu'ils sont,
Et les plus légitimes pour dire ce qu'ils veulent ! »**

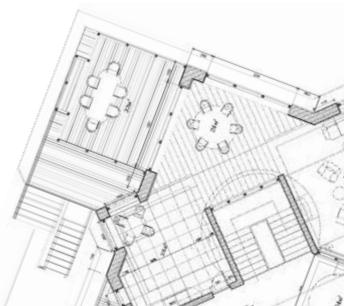
ce qui change
autour de nous

ce qui va changer
pour nous

les tendances
métier par métier



ce qui
change
autour
de **nous**



le monde change



Que le monde soit en mouvement n'est évidemment pas une nouvelle ! La question est de savoir comment ces mutations vont modifier en profondeur nos modes de vie. La fin de l'énergie bon marché, associée au réchauffement climatique, bouleverse déjà les priorités dans la construction. L'explosion de la démographie mondiale aura probablement des conséquences mesurables jusque dans l'activité des artisans du bâtiment. Certaines seront très positives, d'autres plus inquiétantes, dans un système économique et concurrentiel mondialisé pas franchement préoccupé par les enjeux professionnels d'un artisan indépendant.



LA FIN DE L'ÉNERGIE ABONDANTE

Connaissez-vous le "peak oil", ou pic pétrolier ? Il s'agit du moment où l'humanité aura extrait et brûlé la moitié du pétrole disponible. Il s'agit en fait d'un "plateau", une période d'une dizaine d'années débutant vers 2010, pendant laquelle la production d'hydrocarbures va stagner, avant de commencer à diminuer. Cette courbe reproduit exactement celle des découvertes de gisements de pétrole, en baisse constante depuis les années 60.

Inutile d'être un expert pour comprendre que le prix des hydrocarbures est condamné à la hausse ! Le réchauffement climatique vient encore alourdir la facture, en imposant dans les années à venir la capture (onéreuse) des gaz à effet de serre à la sortie des cheminées des centrales thermiques.

LE CHIFFRE

La substitution de tous les hydrocarbures en France par de l'énergie nucléaire nécessiterait au minimum la construction de

230 réacteurs
nucléaires, soit un
investissement de
1 000 milliards d'€

(Source : Jean-Marc Jancovici)

VERS LE "TOUT ÉLECTRIQUE" ?

Alors que faire ? Remplacer les hydrocarbures par des énergies renouvelables pardi ! Oui, mais ces énergies devront être "propres", sans danger, acceptées par la population, et surtout prêtes à temps. Aucune ne répondant à toutes ces contraintes, c'est au final un "mix énergétique" qui devrait s'imposer. La production d'électricité sera assurée par des éoliennes, des hydroliennes, des panneaux solaires, des centrales solaires, de l'hydroélectricité (barrages), du "fil de l'eau" (turbines fluviales), et encore de l'énergie nucléaire pendant de nombreuses années.



L'électricité pose néanmoins quelques problèmes, à commencer par un manque de solutions "vertes" industrialisables à des prix raisonnables. De plus, elle se stocke difficilement, et les batteries progressent relativement lentement, sans véritables ruptures technologiques. Enfin, son transport est complexe car il nécessite des infrastructures coûteuses et occasionne des pertes importantes. Pour développer la production de cette énergie au travers des solutions évoquées précédemment, qui seront souvent intermittentes et capricieuses, il faudra donc mettre au point des réseaux électriques intelligents (les fameux "smart grids"), pour équilibrer la production et la consommation dans le temps (stockage) et dans l'espace (transport).

D'autres solutions, encore difficiles à évaluer, entreront peu à peu dans le mix énergétique français. Il s'agit essentiellement de biocarburants et de biogaz, produits à partir de végétaux, de déchets organiques ou d'algues. Le bois énergie se développera également dans la limite de l'exploitation de nos forêts.

ENERGIE	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
Eolienne	Renouvelable	Réticences des riverains, intermittence
Solaire PV	Locale, progrès rapides des rendements, renouvelable	Coût, décalage jour/nuit et été/hiver, durée de vie et recyclabilité limitées
Centrale solaire à concentration	Bon marché, renouvelable	Peu adapté au climat français
Hydroélectricité	Utilisation en période de pointe, renouvelable	Tous les sites utilisables en France sont déjà exploités
Nucléaire	Très bon marché, fortes capacités, retours d'expérience importants, absence de saisonnalité	Sécurité régulièrement mise en cause, rejet par l'opinion publique, ressources d'Uranium 235 limitées, recyclage des déchets et démantèlement des centrales compliqués
Bois	Renouvelable	CO ₂ , consommation d'énergie grise (transport), ressources limitées
Biocarburants	Progrès rapides, fin de la compétition avec la nourriture	CO ₂ , encore loin de l'industrialisation à des coûts raisonnables
Solaire thermique domestique	Bon marché, renouvelable	Utilisation seulement en appoint, efficacité variable selon les régions

LA DÉMOGRAPHIE EXPLOSE

D'après les Nations Unies, l'humanité devrait compter 9 milliards de personnes en 2050, soit deux milliards de plus qu'en 2011, et le double de la population mondiale des années 80 ! Or une majorité de ces terriens a bien l'intention de continuer sa croissance économique, et donc de consommer plus d'énergie ! Une raison de plus à l'augmentation du prix mondial des hydrocarbures.

En France, l'Insee prévoit une population de 67 millions d'habitants en 2030. Bonne nouvelle pour le bâtiment : il faudra bien loger tout ce petit monde. De plus, l'espérance de vie étant en hausse constante - elle atteindra 85 ans en 2025 - le marché de l'accessibilité des bâtiments semble promis à un bel avenir. Côté énergie, la consommation française par habitant décroît lentement depuis le milieu des années 2000 grâce à la politique de sobriété énergétique déjà engagée.

AVIS D'EXPERT

RICARDO VIAGGI, SECRÉTAIRE GÉNÉRAL D'EUROPEAN BUILDING CONFEDERATION (EBC)

Des artisans indépendants mais pas seuls au monde

« Le marché local et la proximité resteront probablement le cœur du modèle économique des entreprises artisanales. Mais la tendance législative va clairement dans le sens du développement d'un marché unique européen. Heureusement, les détachements de personnels d'un pays à l'autre sont assez encadrés, et ne nous semblent pas inquiétants. En revanche, il faut rester vigilant sur l'ouverture du marché du travail européen au reste du monde, car même si cela concerne essentiellement les très grands projets, on peut craindre une répercussion sur les artisans, via une diminution de la sous-traitance. Quant à la

financiarisation de l'économie mondiale, elle ne touche pas directement l'artisanat du bâtiment. Les taux de change n'ont que peu d'impact et il y a peu de spéculation sur les matériaux à part quelques exceptions comme le cuivre et les aciers. Bien sûr, de forts besoins en matières premières émanant d'autres zones géographiques peuvent tirer les prix, comme nous l'avons déjà observé pour l'acier par exemple. Au final, je pense que les artisans peuvent apprivoiser les évolutions économiques et législatives internationales s'ils s'informent et profitent eux-mêmes des nouvelles opportunités qui en découlent. »



la société change



« Dans un futur proche, le logement sera à la fois un **éco-logis**, en référence aux contraintes économiques de plus en plus fortes qui pèsent sur les ménages, un **écolo-gis** qui devra être respectueux de l'environnement et économe en énergie, et un **ego-logis** car les consommateurs ont des attentes de plus en plus fortes et de plus en plus personnelles. Et pour faire tenir ensemble ces 3 facettes du logement, la solution est à chercher du côté de la **techno-logie**. Cela entraîne nécessairement un élargissement du champ de compétences de ceux qui mettent en œuvre ces nouveaux équipements, ces nouveaux matériaux. L'enjeu pour les artisans va être de s'approprier les innovations technologiques, mais aussi d'innover dans la mise en place de solutions collaboratives. »

Gérard Mermet, sociologue

Directeur du cabinet d'études
et de conseil Francoscopie

▶ LES NOUVEAUX FOYERS FRANÇAIS

Quelques grandes tendances animent l'évolution sociologique des familles françaises. Acteurs de proximité par excellence, les artisans du bâtiment sont aux premières loges pour accompagner ces changements.



▶ TOUJOURS PLUS DE LOGEMENTS

La démographie n'explique pas à elle seule le besoin grandissant de logements. Bien sûr la croissance de la population et son vieillissement en sont les principales causes. Mais d'autres tendances abondent dans le même sens. A commencer par le taux important de divorces : une garde partagée équivaut quasiment à dupliquer le logement initial. Et si la famille se recompose, il faut alors déménager ou faire construire plus grand. D'autre part, la France détient le record mondial du taux de résidences secondaires : déjà 10 % du parc résidentiel, et toujours en hausse !

▶ DES ÉVOLUTIONS DANS LES SURFACES

Les Français aiment l'espace. A budget équivalent, ils choisissent généralement une plus grande surface plutôt qu'un meilleur emplacement ou un logement moins énergivore. Les chiffres passés sont sans équivoque : en 30 ans, la surface moyenne des logements a gagné 15 m². Dans la même période, la surface par habitant gagnait 12 m², pour atteindre 40 m². Néanmoins cette tendance, dont le ralentissement a déjà commencé, pourrait bien s'inverser avec l'augmentation du prix de l'énergie. Il est probable que nos compatriotes réorienteront leurs priorités vers l'isolation, la production d'énergie personnelle, les extensions, l'optimisation des espaces intérieurs... Autant de secteurs porteurs pour les artisans de demain.

▶ DE NOUVEAUX BESOINS À SATISFAIRE

Parallèlement à ces évolutions perçues comme des contraintes, de nouveaux besoins apparaissent, visant à satisfaire de nouvelles envies : domotique et informatique (câblage, pièces techniques), espaces "forme" (sauna, piscine), maisons écologiques (solaire, eau de pluie), espaces modulables (petits appartements), partages de pièces (copropriété). Les artisans innovants ne vont pas s'ennuyer !

➤ ENERGIE ET RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE : LES NOUVEAUX ENJEUX NATIONAUX

Les travaux du GIEC (Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat) ont permis de chiffrer la réduction de la consommation mondiale d'hydrocarbures nécessaire pour tenter de stopper le réchauffement climatique. La France a traduit cette démarche en 2007 avec le Grenelle de l'environnement. A l'issue d'une concertation de grande ampleur – Etat, ONG, collectivités locales, syndicats et entreprises – 5 lois ont été votées dont 2 concernent plus particulièrement le bâtiment : la loi Grenelle I et la loi Grenelle II.

➤ GRENELLE I : LES OBJECTIFS

Cette loi d'orientation prévoit :

- le "facteur 4" : division par 4 des émissions de gaz à effet de serre à l'horizon 2050,
- 23 % d'énergie renouvelable dans le mix énergétique français,
- un plan bâtiment, à l'horizon 2050, avec notamment un objectif de consommation des logements fixé entre 50 et 80 kWh/m²/an (exprimé en énergie primaire) pour l'existant, et à énergie positive pour le neuf,
- le souhait de voir le "plan d'urgence pour l'emploi des jeunes" s'orienter en priorité vers les métiers du bâtiment.

➤ GRENELLE II : LES OUTILS

Pour atteindre les objectifs chiffrés du Grenelle I, les pouvoirs publics ont mis en place des dispositifs variés :

- **De nouvelles obligations** : Règlementation Thermique (RT) 2012, nouvelles règles urbanistiques (extension des villes, prise en compte des transports), étiquette énergétique (DPE), bilan carbone obligatoire pour certaines entreprises, obligations de travaux énergétiques dans certains bâtiments tertiaires, étiquetage énergétique des matériaux de construction...
- **Des allègements réglementaires** : règles de majorité des copropriétés pour les travaux d'économie d'énergie, bonus de COS (coefficient d'occupation des sols) réservés aux logements économes...
- **Des incitations fiscales** : crédits d'impôt (isolation, chauffage, installation de production d'énergie), exonérations de taxe foncière...
- **Des aides financières** : éco-prêt à taux zéro, tarif d'achat de l'électricité "verte", subventions de l'ANAH et des collectivités locales... Même si les changements continuels décidés par les pouvoirs publics contribuent à l'évidence à brouiller les messages et à diminuer l'efficacité des dispositions prises.

➤ LES NOUVEAUX CLIENTS

On savait que le client était roi, le voici désormais multiforme. Pire, le même client peut changer de camp selon les travaux, les périodes de sa vie et sa perception de la "crise". A quand des cours de psychologie dans la formation des artisans ?



➤ **UNE CLIENTÈLE TRADITIONNELLE** qui tend à vieillir. Plutôt seniors (+ 65 ans), ils ont du temps et cherchent des informations auprès de leur entourage. Ils préfèrent les produits classiques qui les rassurent.

➤ **UN CLIENT DE PLUS EN PLUS EXIGEANT**
De plus de 35 ans, il se renseigne (Internet, presse...) et compare les devis. Il veut du service : interlocuteur unique, conseil, hall d'exposition, délais, offre de financement... Il valorise les nouvelles technologies.

➤ **UN CONSOM'ACTEUR "RESPONSABLE"**
Plus porté sur l'achat de produits de proximité ou naturels et particulièrement sensible au développement durable, il est potentiellement prêt à payer le prix de sa tranquillité éthique.

➤ **LE BRICOLEUR EXPERT**
Se sentant capable de tout faire tout seul, il s'auto-forme sur les lieux de vente et choisit des produits simples à poser. Pour lui le bricolage devient loisir, passe-temps. Lorsqu'il fait appel à un professionnel, c'est pour un savoir-faire complexe, ou parce qu'il n'a pas le choix – pour des raisons d'assurance par exemple. Inutile de dire qu'il sera (trop ?) présent sur le chantier.

➤ **L'ÉCONOME**
Il cherche le meilleur rapport qualité/prix et apprécie les technologies récentes plutôt que traditionnelles. Il est prêt à faire une partie des travaux lui-même pour des raisons économiques et très tenté d'acheter les matériaux sur Internet.

➤ **LA CLIENTÈLE PROFESSIONNELLE** (bureaux, commerces, professions libérales...) a aussi des exigences croissantes en termes de confort, d'ergonomie (éclairage des ateliers, équipement des postes de travail), de sécurité (contrôle d'accès, télésurveillance). Elle porte une grande attention à la maintenance et au SAV.



LE RÈGNE DU "TOUJOURS PLUS"

L'inscription du principe de précaution dans la Constitution française en 2005 a marqué un tournant dans les mentalités. Désormais, le progrès est obligatoire. L'aléa et le risque sont bannis. Bienvenue dans le règne du "toujours plus".

↳ CÔTÉ PILE : TOUJOURS PLUS DE CONTRAINTES ET D'EXIGENCES

Les exigences des clients semblent sans limite. Ils transposent les règles qu'ils pratiquent dans leur propre vie professionnelle sur leur relation avec l'artisan (qualité, prix, délais) et profitent parfois d'un rapport de force en leur faveur. Ne leur jetons pas la pierre. Ils sont soumis à une tendance de fond et à leurs propres contraintes. Comment ne pas en vouloir "toujours plus" lorsque la réglementation vous protège et astreint, de plus en plus fréquemment, l'artisan à une obligation de résultat ? Comment ne pas profiter de sa position quand on croit pouvoir "aller en justice" au moindre différend, et sans bourse délier grâce à son assurance ? Comment ne pas négocier encore et encore lorsque l'on craint la précarité énergétique et la crise économique ? Comment ne pas demander toute l'attention de "son" artisan quand on baigne dans le marketing depuis son enfance ? Les pouvoirs publics ne sont pas en reste et imposeront toujours plus de protection du consommateur, de responsabilité juridique, d'économies d'énergie, et de protection de l'environnement.

↳ CÔTÉ FACE : DES OPPORTUNITÉS À SAISIR

Cette fuite en avant est pourtant plus qu'une tendance : le sens de l'histoire. Et l'on peut y trouver des opportunités. Les plus darwiniens se satisferont d'une sorte de "sélection naturelle" des meilleures entreprises artisanales. Plus simplement, les plus malins se placeront sur les marchés du "toujours plus" en proposant : une maintenance et un SAV "premiums", la formation des clients à la bonne utilisation de leurs équipements, des assurances supplémentaires, un suivi des performances du bâtiment, des labels de qualité pour rassurer les clients... Et si le "toujours plus" valait aussi pour le chiffre d'affaires ?

« C'EST VOUS QUI LE DITES

Toutes les opportunités s'appuient sur un métier de base. La réglementation oblige à réfléchir et à innover, et cela crée du business.

Plus on va monter en performances, plus il y aura de prestations d'entretien. L'artisan devra savoir fidéliser ses clients.

QUELLE PLACE POUR LES PROFESSIONS MANUELLES ?

Les artisans du bâtiment jouissent d'une image plutôt bonne, avec plus de 80 % d'opinions favorables. Les métiers eux-mêmes sont bien perçus par les Français mais... pas pour leurs propres enfants ! Un paradoxe préoccupant, qui s'améliore grâce aux actions des représentants du secteur, mais hélas trop lentement.



AVIS D'EXPERT

PIERRE BURBAN, SECRÉTAIRE GÉNÉRAL DE L'UPA, UNION PROFESSIONNELLE ARTISANALE

« D'abord, il y a un problème de vocabulaire. Les artisans du bâtiment font bien plus qu'une profession manuelle ! La démocratisation de la technologie en a fait des experts, et les fonctions de support sont désormais aussi importantes que le savoir-faire lors de la mise en œuvre. Il n'en reste pas moins que la profession peine à recruter des jeunes en quantité suffisante. Cela est principalement dû à la piètre orientation professionnelle menée dans les collèges et lycées : l'Éducation nationale cherche à tout prix à conserver les élèves le plus longtemps possible dans la filière générale, l'apprentissage devenant du coup un choix par défaut, pas très valorisant. Néanmoins, je suis optimiste. D'abord parce que la réforme de l'orientation, qui associera l'Éducation nationale, les collectivités locales et les partenaires sociaux, finira bien par aboutir. Ensuite, parce que les fondamentaux sont bons : l'artisanat du bâtiment est économiquement viable, et même en croissance sur

le long terme, notamment grâce aux grands chantiers liés à l'énergie et au vieillissement de la population. On constate également que l'entourage des élèves est moins fermé à l'artisanat : les professeurs accueillent très volontiers les opérations de communication dans les établissements, et les parents de la génération du "tous à l'université" savent bien que le diplôme d'études supérieures ne suffit plus pour trouver un bon job. Enfin, en prenant une dimension "verte" et plus technologique, les métiers du bâtiment vont à nouveau séduire les jeunes.

Citons également une tendance déjà palpable : la réorientation. Il s'agit souvent de jeunes adultes, qui décident de quitter des études universitaires, ou même d'anciens cadres ou employés, qui se découvrent un intérêt pour un métier concret et utile. Pour conclure, je pense qu'en 2025, l'artisanat du bâtiment devrait être très attractif ! »

le bâtiment change



Conséquence des évolutions du monde et de la société, le bâtiment lui-même entame sa mutation. D'abord par les nouvelles réglementations relatives aux économies d'énergie et à l'accessibilité.

Puis par l'apparition de nouveaux produits répondant aux exigences du marché. Enfin, c'est la filière tout entière qui se transforme avec l'arrivée de nouveaux concurrents pour les entreprises artisanales. Des fabricants tentent déjà de s'approprier un maximum de valeur ajoutée en industrialisant la construction. Heureusement, les chantiers à venir sont vastes : la rénovation thermique des bâtiments, leur accessibilité, et le SAV-maintenance sont de véritables marchés d'avenir pour les artisans.

▶ LES NOUVELLES RÉGLEMENTATIONS

▶ EN ROUTE VERS DES BÂTIMENTS À ÉNERGIE POSITIVE

La RT 2012 impose à toutes les constructions neuves une consommation d'énergie primaire (avant transformation et transport) maximale de 50 kWh/m²/an en énergie primaire, soit le niveau de performance du label BBC-Effinergie. D'autres paramètres sont également pris en compte. Tout d'abord l'efficacité énergétique du bâti, autrement dit le rendement des installations de chauffage, de climatisation et d'éclairage. Ensuite, le confort d'été. Et enfin des exigences telles que : surface minimum de vitrage (1/6 de la SHORT), plafonnement des ponts thermiques, étanchéité à l'air, recours aux énergies renouvelables en maison individuelle...



Dès 2020, la réglementation thermique devrait imposer le niveau BEPOS (Bâtiment à Energie POSitive) dans le neuf. Le bâtiment devra présenter alors un bon bilan carbone, et sa consommation totale d'énergie primaire devra être compensée par sa propre production d'énergie.

▶ DES BÂTIMENTS ACCESSIBLES POUR TOUS

Pour les bâtiments neufs, la loi du 11 février 2005 a instauré un ensemble de mesures visant à améliorer la qualité de vie des personnes handicapées et des personnes âgées. Ces obligations d'accessibilité ont ensuite été précisées et étendues aux bâtiments existants recevant du public par la loi Grenelle (l'échéance des travaux de mise en conformité a été fixée à 2015).

Tous les corps de métiers sont concernés car les mesures touchent la totalité du bâtiment : cheminements extérieurs, garage, portes et portails, dispositifs de commande, escaliers, salles de bain, pièces de vie, terrasses et balcons.... La vérification de l'accessibilité est effectuée par un contrôleur technique agréé ou un architecte et jointe à la déclaration d'achèvement des travaux.





LES NOUVEAUX PRODUITS

Les produits de demain, qu'il s'agisse d'outils, d'équipements ou de matériaux, devront répondre aux enjeux du XXI^e siècle. Ils contribueront à la performance énergétique et s'inscriront dans une démarche de développement durable, soulageront les salariés dans la mise en œuvre, et embarqueront toujours plus de technologie. Sans oublier de répondre aux envies esthétiques de la clientèle. Plusieurs tendances, dont certaines clairement initiées par les industriels, sont déjà perceptibles.

DES PRODUITS PARFOIS SUR-PERFORMANTS

On constate depuis le début des années 2000, une multiplication de solutions technologiques répondant à un même besoin. Les fabricants et industriels développent de véritables gammes de produits, caractérisées par des performances mesurables, faciles à mettre en avant. Surfant sur l'intérêt du public pour les critères de comparaison, ils vont parfois jusqu'à proposer des produits trop performants pour leur usage. Ces excès ne doivent pas masquer les réelles innovations technologiques, indispensables au respect des nouvelles normes.

EN BREF Des robots sur les chantiers ?

« Découvrez "Manutot", le robot de chantier qui remplace l'homme pour les tâches dangereuses, pénibles, fastidieuses, ou à faible valeur ajoutée ». Voici la publicité que vous verrez peut-être dans quelques années. Rien ne s'oppose en effet à l'arrivée des robots sur les chantiers, tout du moins techniquement. Le marché en propose d'ailleurs déjà quelques-uns, certes très spécialisés (dans la pose de chapes par exemple), mais visiblement performants et rentables.

Au-delà de l'amusant côté "science-fiction", quelques questions se posent. Les artisans devront se former pour savoir piloter ce type de robots-outils, en effectuer la maintenance, et surtout trouver des financements pour leur acquisition. Certains trouveront même qu'il est dommage de ne plus confier les tâches ingrates aux débutants, histoire de leur apprendre le métier. Mais on peut aussi y voir l'opportunité d'une revalorisation de certaines activités : plus technologiques et moins pénibles !

➤ DES PRODUITS INDUSTRIALISÉS ET/OU FABRIQUÉS EN ATELIER

Qu'elle soit pratiquée par des artisans fabricants ou des industriels, la préfabrication des produits, voire de parties plus ou moins importantes du bâtiment, devrait se renforcer tant elle présente d'avantages : performances, qualité de finition, simplification de la mise en œuvre, baisse de la pénibilité, temps gagné sur les chantiers, diminution des déchets, compatibilité entre produits...

➤ DES PRODUITS MULTI-FONCTIONS ET MULTI-MÉTIERS

Les programmes de R&D de certains industriels portent sur la combinaison de plusieurs fonctions dans un même produit (ex : panneaux décoratifs intégrant la ventilation, panneaux de façade en béton armé à isolation continue). Cette tendance répond essentiellement à la demande d'efficacité énergétique, mais aussi à la volonté d'ajouter plus de valeur à leurs systèmes. A l'instar des panneaux photovoltaïques, ces produits multi-fonctions deviennent multi-métiers lors de leur mise en œuvre et demandent donc une véritable coordination entre artisans.

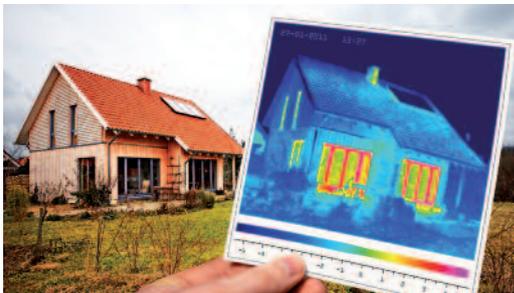
➤ DES PRODUITS RESPONSABLES

Qu'ils y soient contraints par la réglementation, ou qu'ils devancent leurs obligations, les fabricants proposeront de plus en plus de solutions écologiques. La réduction du bilan carbone d'un produit peut se faire de différentes façons : en utilisant des matériaux bio-sourcés, en réduisant les quantités de matières et d'énergie nécessaires à sa fabrication (éco-conception), ou encore en organisant une filière de recyclage.

Zoom sur :

Les composants de murs industrialisés

A la fois industrielles, sur mesure et multi-fonctions, les façades modulaires ont déjà percé sur le marché des immeubles et pourraient bien constituer une alternative aux modes constructifs traditionnels pour certains artisans. Elles intègrent une ITI et une ITE, et sont bien sûr étanches à l'air. Les éléments standard sont prédécoupés et pré-percés en atelier, puis livrés par lots sur le lieu du montage, y compris à l'étage. Les panneaux peuvent être manipulés par un ouvrier seul et leur mise en œuvre ne nécessite pas de formation particulière. Enfin, ces solutions ne seraient pas plus chères, et réduiraient les temps de certains chantiers de 20 à 25 %. Sans être la panacée, ce type de produit trouvera probablement sa place à côté d'autres solutions plus classiques.



UNE FILIÈRE EN MUTATION

L'attrait de nouveaux marchés comme la rénovation thermique ou l'accessibilité attise les convoitises. De nouveaux concurrents émergent. Certains de manière frontale, d'autres de façon plus détournée, en faisant travailler les artisans tout en prélevant leur marge. Même les fournisseurs s'y mettent ! La filière bâtiment est en pleine mutation, autant s'y préparer.

Note méthodologique : les typologies d'acteurs détaillées ci-dessous présentent des positionnements marketing hétérogènes et non exclusifs. Autrement dit, un même acteur peut entrer dans plusieurs catégories.

LES GROUPEMENTS D'ACTEURS TRADITIONNELS ET LES FRANCHISES PROPOSENT DES SOLUTIONS GLOBALES

Issus de formations traditionnelles du bâtiment et munis des qualifications et certifications idoines, ils se lancent sur des solutions globales comme la rénovation énergétique, les énergies renouvelables ou l'accessibilité. On trouvera parmi eux de nouveaux entrants mais aussi des groupements d'artisans déjà installés.

DE NOUVEAUX ENTRANTS SPÉCIALISÉS ET TRANSVERSAUX VISENT LES MARCHÉS SUBVENTIONNÉS

Chaque fois qu'un marché est à la fois nouveau, subventionné, et non clairement attribué à un corps de métier, de nouveaux entrants s'engouffrent dans la brèche. Ils sont orientés "projet" et donc transversaux, c'est-à-dire multi-produits et/ou multi-métiers. Ce type d'acteurs est par exemple fréquent dans l'installation de panneaux photovoltaïques.

LES CONSTRUCTEURS DE MAISONS INDIVIDUELLES LORGNENT SUR LA RÉNOVATION

Les incertitudes pesant sur le marché de la construction neuve poussent les constructeurs de maisons individuelles à se positionner sur le marché de la rénovation. Même s'il s'agit pour eux d'un nouveau métier, il est incontestable qu'ils disposent des compétences, de l'organisation, et des finances suffisantes pour devenir de très sérieux concurrents.

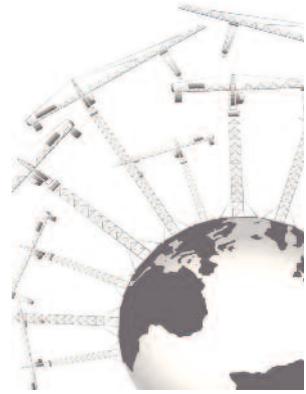
LES NÉGOCES RENFORCENT LEUR POSITION DE PRESCRIPTEURS

Leur rôle d'interface entre les fournisseurs et les professionnels, ainsi que leur connaissance technique des produits, les placent en bonne position pour prescrire des solutions transversales. Les négociés, déjà lieux d'échanges commerciaux habituels, pourraient bien devenir des zones d'échanges d'informations.

Les industriels comptent déjà sur eux pour promouvoir leurs innovations et leur "faire remonter" les retours terrains. Certains groupes de négoce organisent des sessions de formation ou offrent des outils logiciels aux artisans. Les distributeurs, qui connaissent bien les professionnels locaux, se considèrent également légitimes pour faciliter (ou organiser ?) la création de groupements d'artisans.

➤ LES GSB CONTINUENT LEUR GLISSEMENT VERS LA MISE EN ŒUVRE

Les plus grandes enseignes de Grande Surface de Bricolage proposent à la fois des matériaux (isolants, fenêtres, peintures...) et des équipements (chauffage, ventilation). A ce cœur de métier vient s'ajouter de manière croissante la diffusion de conseils, voire de formations, mais surtout la mise en œuvre, au travers de réseaux d'artisans sélectionnés. Ces partenariats, s'ils satisfont pleinement les GSB, sont généralement peu fructueux pour les artisans qui, à plus ou moins longue échéance, y perdent leur indépendance et leurs compétences. Mais à tout principe existent des exceptions heureuses !



EN BREF

De nouveaux services pour les artisans et pour les particuliers émergent

Des sociétés de service annoncent des offres spécifiquement destinées aux entreprises artisanales œuvrant dans la rénovation énergétique : support administratif et secrétariat, aide à la formation, assistance commerciale, apport d'affaire, offres de financement, assistance technique, diagnostic avant travaux, autocontrôle et contrôle en fin de chantier... il est urgent de réagir : les artisans doivent apprendre à se regrouper, et vite !

Du côté des services pour les particuliers, de nouveaux acteurs arrivent doucement : thermiciens, conseils en travaux énergétiques, ergothérapeutes... Ces nouveaux entrants prennent le plus souvent la forme de très petites structures et d'entreprises individuelles, mais des acteurs plus conséquents s'imposeront très rapidement dès que ces marchés décolleront.

➤ LES RÉSEAUX DE COMMERCIALISATION SE DÉVELOPPENT DANGEREUSEMENT

Très dynamiques et agressifs commercialement (force de vente, plateaux d'appels, investissements publicitaires...), ils se présentent comme proposant des travaux de rénovation "clé en main" et jouent un maximum sur les avantages fiscaux. Ils ne sont en réalité que des "vendeurs de chantiers" qui sous-traitent ensuite la réalisation. Peu nombreux pour le moment, leur développement est très probable car ils sont souvent liés à des industriels.

➤ LES RÉSEAUX D'INDUSTRIELS SE RÉORIENTENT VERS LES MARCHÉS PORTEURS

Les premiers réseaux d'artisans poseurs ont été initiés par les fabricants de fenêtres et fermetures. Ce marché étant devenu trop concurrentiel et moins subventionné, ils ont commencé à se repositionner sur les nouveaux thèmes porteurs : bouquets de rénovation énergétique, isolation thermique par l'extérieur, production d'énergie renouvelable (solaire thermique, PV)...

➤ LES APORTEURS DE TRAVAUX PLÉBISCITÉS PAR LA CLIENTÈLE PARTICULIÈRE

Plus connus sous le nom de courtiers en travaux, certains annoncent déjà un réseau de 300 maîtres d'œuvre et de plus de 3 000 artisans partenaires. Leur développement semble assuré par leur promesse de trouver le meilleur tarif pour leurs clients. Attention, ce n'est pas une garantie en matière de qualité des travaux, bien au contraire !

➤ LES FOURNISSEURS ÉNERGÉTIQUES RECRUTENT TOUJOURS DES PARTENAIRES

Etant soumis à l'obligation de promouvoir l'efficacité énergétique auprès de leurs clients (via les Certificats d'Economie d'Énergie), ils sont très "intéressés" par la prescription de travaux. Leurs réseaux d'artisans partenaires sont donc en pleine croissance, au demeurant sans proportion avec les moyens mis en œuvre.

LE CHIFFRE

Plus de **90 %** des
artisans partenaires
d'un réseau envisagent
de poursuivre leur
collaboration.

(Source : étude Institut Supérieur
des Métiers, septembre 2011)





LA FABRICATION INDUSTRIELLE OU EN ATELIER ET LA PERSONNALISATION

L'idée de fabriquer en usine des modules constructifs n'est pas nouvelle, mais elle s'est heurtée par le passé à la difficulté de produire des éléments à la fois industriels et sur mesure. Les outils de conception numérique, et plus largement les technologies actuelles, permettent désormais de relever ce défi. En rénovation par exemple, il est relativement simple de préparer le calepinage d'une isolation par l'extérieur à partir de photos du bâtiment, puis d'organiser la livraison des éléments en flux tendu.

DES MAISONS ENTIÈRES FABRIQUÉES EN ATELIER

Des entreprises spécialisées mais aussi des artisans (ou des groupements d'artisans) exploitent déjà ces technologies dans la construction bois : la maison est d'abord intégralement modélisée sur ordinateur, puis fabriquée en une semaine dans un atelier équipé de machines numériques, avant d'être assemblée sur site en quelques jours. Une organisation issue de l'industrie automobile. Beaucoup moins répandue, la pré-construction tridimensionnelle en bois se développe plus lentement. Les modules sont assemblés en atelier, finitions comprises. Il ne reste alors qu'à les déposer sur le terrain et à les raccorder. Ce mode constructif offre une excellente qualité mais se heurte à des coûts de transport élevés et pas toujours bons pour son bilan carbone.

RATIONALISER LES CHANTIERS

La préparation ou la préfabrication présentent des intérêts croisés pour les professionnels et leurs clients. En rationalisant son chantier, l'artisan optimise le temps passé à l'extérieur, transporte moins de matériel et de matériaux, améliore l'hygiène et la sécurité et simplifie la gestion des déchets. Vu du côté du client, ce chantier plus court et plus propre devient un véritable avantage concurrentiel.



C'EST VOUS QUI LE DITES

Nous travaillons avec une société qui nous fournit des pieuvres hydrauliques et électriques préparées au centimètre près. Ainsi, aucune découpe n'est nécessaire sur le chantier.



FOCUS SUR TROIS MARCHÉS D'AVENIR

LA RÉNOVATION THERMIQUE

Les bâtiments résidentiels et tertiaires sont responsables de 43 % de la consommation d'énergie finale annuelle française, et d'un quart des émissions de CO₂. D'ici à 2020 il faudra réduire leurs émissions de 50 % et leur consommation énergétique d'environ 40 %. La vitesse de renouvellement du parc, autour de 1 % par an, étant insuffisante pour atteindre ces objectifs, c'est sur la rénovation thermique qu'il faudra compter. Un gigantesque chantier estimé, en 2007, à 600 milliards d'euros par la CAPEB.

En termes de chiffre d'affaires, ces grandes manœuvres énergétiques profiteront d'abord aux artisans, car tous les corps de métiers sont concernés. On pense évidemment en premier lieu aux corps de métiers en charge de l'isolation (charpentier, couvreur, menuisier, maçon, plâtrier, plaquiste, carreleur, etc.) avec une main-d'œuvre représentant couramment 70 à 80 % du montant d'un chantier d'isolation. Les chauffagistes et les électriciens proposeront quant à eux une offre de services récurrents. Les professionnels de la ventilation sont également concernés. Tous pourront s'appuyer sur un modèle économique non délocalisable, axé sur la main-d'œuvre. Reste une inconnue sur les prix de marché. Verrons-nous une concurrence féroce tirer les devis vers le bas ? Ou au contraire le manque de personnel compétent les orienter à la hausse ? Une éventualité qui viendrait contrarier les objectifs du Grenelle, car le principal frein du marché est financier : sur trois particuliers, un seul en 2011 passe à l'acte, les autres reportent ou annulent, car « c'est trop cher ou trop long à rentabiliser ». Gageons qu'ils reverront leurs calculs lorsque le baril de pétrole passera la barre des 200 dollars !

EN BREF (et en chiffres) Des travaux pharaoniques

Sur les 32 millions de logements français, les deux tiers ont été construits avant 1975, c'est-à-dire en l'absence de toute réglementation thermique. Et 70 % de l'ensemble du parc tertiaire datent d'avant 1980.

Entre 2010 et 2020, pour respecter le Grenelle, il aura fallu :

- Rénover 400 000 logements par an, dont près de 100 000 logements sociaux
- Diviser par 2 les GES des 370 millions de m² de bâtiments tertiaires du secteur public
- Réduire sérieusement la consommation énergétique des 500 millions de m² de bâtiments tertiaires du secteur privé, vraisemblablement via des obligations de travaux
- Embaucher 120 000 personnes pour réaliser ces travaux

➤ L'ACCESSIBILITÉ DES BÂTIMENTS

Rien que pour la mise en conformité des établissements recevant du public, ce ne sont pas moins de 20 à 25 milliards d'euros qui devront être dépensés pour faciliter l'accès des personnes handicapées. Cinq ans avant l'échéance de 2015, seul un dixième environ des travaux avait été réalisé. La date butoir sera donc vraisemblablement repoussée de quelques années. Une aubaine pour les artisans, car ce marché est principalement composé de chantiers modestes, autour de 15 000 euros, peu prisés par les grandes entreprises du bâtiment.

La France ayant choisi de développer le maintien à domicile des personnes âgées, le marché de l'adaptation des logements va se développer au même rythme que le vieillissement de la population. Au total, d'après l'ANAH, près de 2 millions de domiciles sont concernés. Un marché estimé à près de 24 milliards d'euros, dont plus de la moitié sera subventionnée. Là encore, les artisans du bâtiment seront en première ligne.

➤ LA MAINTENANCE ET LE SAV

Plus difficile à chiffrer, le marché de l'entretien/maintenance et du SAV bénéficie d'une conjoncture particulièrement favorable à son développement :

- La généralisation de l'entretien annuel obligatoire, imposée par les réglementations ou les assureurs;
- La complexité technique croissante des équipements;
- La mise en réseau des équipements et la domotique;
- L'essor des engagements contractuels et de la responsabilité légale des entreprises dans le cadre de leur obligation de performance, notamment énergétique.

Les artisans pourront par ailleurs profiter des relations à long terme qu'ils tisseront avec leurs clients pour leur proposer des améliorations, des consommables, des services annexes, ou encore leur recommander d'autres artisans.



LE BÂTIMENT

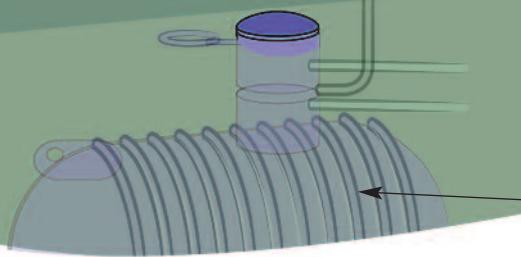
Produira plus d'énergie qu'il n'en consommera : panneaux solaires thermiques et photovoltaïques, éolienne...

Echangera de l'électricité avec le réseau et communiquera avec ce dernier pour optimiser sa consommation ("smart grid")

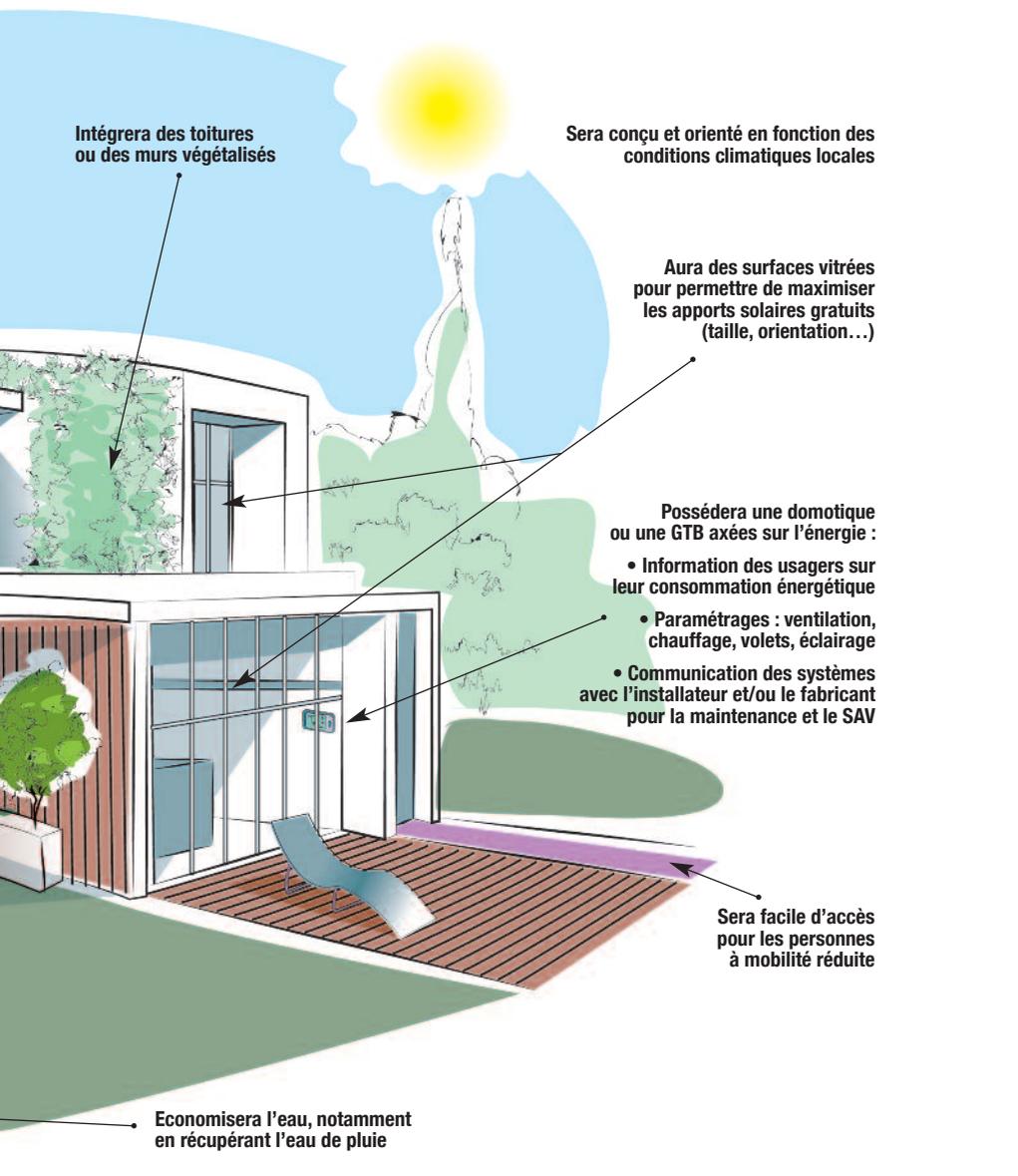
Sera fait de matériaux intelligents et/ou locaux et/ou biosourcés

Sera parfaitement isolé et étanche à l'air, tout en étant ventilé

Minimisera les ponts thermiques, y compris au sol



DE DEMAIN



Intégrera des toitures
ou des murs végétalisés

Sera conçu et orienté en fonction des
conditions climatiques locales

Aura des surfaces vitrées
pour permettre de maximiser
les apports solaires gratuits
(taille, orientation...)

Possédera une domotique
ou une GTB axées sur l'énergie :

- Information des usagers sur leur consommation énergétique
- Paramétrages : ventilation, chauffage, volets, éclairage
- Communication des systèmes avec l'installateur et/ou le fabricant pour la maintenance et le SAV

Sera facile d'accès
pour les personnes
à mobilité réduite

Economisera l'eau, notamment
en récupérant l'eau de pluie

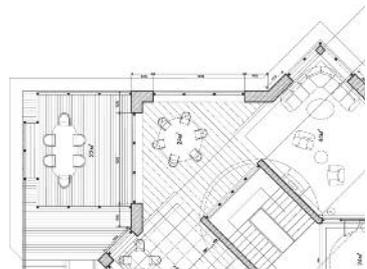
ce qui change
autour de nous

ce qui va changer
pour nous

les tendances
métier par métier



ce qui va changer pour nous



les artisans à la croisée des chemins



La conjugaison des évolutions du monde et de l'environnement immédiat des artisans les met à l'évidence dans une position difficile... mais pas impossible. Et si le temps était venu d'agir en stratèges ? Oubliez les « On a toujours fait comme ça » et les « C'était mieux avant »... Ceux qui sauront transformer leurs contraintes en opportunités gagneront leur place chez les artisans de 2025.

S'il revient à chacun de trouver sa recette, voici déjà les ingrédients : beaucoup de travail collaboratif, d'engagement sur les performances et d'innovation. Ajoutez un peu de marketing, de nouvelles technologies et de développement durable. Intégrez le tout dans une organisation efficace... et récoltez les fruits de votre travail.

➤ LE TRAVAIL EN RÉSEAU

Parce qu'on est toujours « plus forts ensemble », la mise en réseau collaboratif entre artisans est, plus qu'une tendance, une évidente nécessité. Ce mode de travail offre les avantages des grandes entreprises tout en préservant l'indépendance des entreprises artisanales. De nombreux artisans expérimentent déjà cette organisation collaborative avec succès. Elle répond d'ailleurs à la demande des clients professionnels ou particuliers.

« C'EST VOUS QUI LE DITES

Avant c'était plutôt des relations informelles, mais les artisans ont besoin d'être sécurisés, il faut donc davantage formaliser.

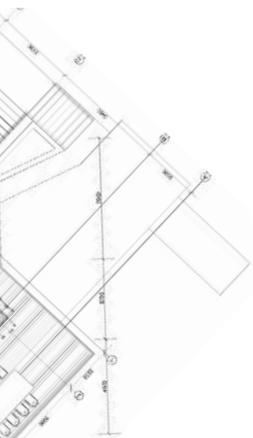
La seule solution contre certaines concurrences, c'est de se regrouper.

➤ DES OFFRES GLOBALES PORTÉES PAR DES GROUPEMENTS D'ARTISANS

Les clients aspirent à plus de simplicité dans leurs rapports avec les professionnels du bâtiment. 1 chantier, 1 interlocuteur ! La requête ne semble pas excessive, d'autant plus que les artisans qui s'organisent pour y répondre gagnent sur tous les tableaux : ils renforcent la relation-client, alimentent le bouche-à-oreille et préservent leur marge, tout en évitant que de nouveaux concurrents ne s'installent sur le créneau.

Des logiques collaboratives "orientées client" peuvent s'appliquer à tous les stades de la relation commerciale : depuis la prospection en commun – et pourquoi pas via une structure commune dédiée ? – jusqu'à la rédaction des devis grâce à des outils en ligne. Le chantier lui-même devient collaboratif : un logiciel de gestion de projet sur Internet relie tous les acteurs du projet, l'un des artisans de l'équipe assurant des missions de coordination de chantiers. Il est d'ailleurs vraisemblable que ce rôle de capitaine d'équipe, que nous appellerons plus loin "le capitaine de chantier", sera de plus en plus fréquemment confié au même professionnel qui acceptera d'en assurer les responsabilités. N'oublions pas aussi que le regroupement d'entreprises artisanales leur permet de répondre à des marchés plus importants.





UN PEU DE DROIT

Diverses solutions juridiques pour formaliser des regroupements d'artisans sont envisageables : contrat d'équipe d'entreprises en cotraitance, coopérative, filiale commune... A chaque marché sa solution. On veillera cependant à ce qu'elle réponde aux *desiderata* de ses membres sur la répartition des responsabilités, sur le plan légal d'abord (décennale, responsabilité civile, etc.) mais aussi organisationnel (Qui paye quoi ? Qui fait quoi ?). A l'avenir, il est probable que de nouvelles solutions juridiques mieux adaptées aux entreprises artisanales émergeront et faciliteront la généralisation du travail en réseau.

➤ OUVRIR SON RÉSEAU POUR UNE OFFRE TRANSVERSALE DE SERVICES

Du côté du client, la "globalité" ne s'arrête pas aux portes du chantier. D'autres acteurs de la filière peuvent donc être ajoutés, sans limitation. On pense immédiatement au financement des travaux. En effet, rien n'interdit à un artisan de présenter les offres d'une banque ou d'un organisme financier. Côté métier, architectes et bureaux d'études sont déjà régulièrement sollicités. Demain s'y ajouteront des intervenants spécifiques à chaque projet : ergothérapeute, expert thermique, acousticien, paysagiste... Enfin, c'est probablement dans la phase d'exploitation des bâtiments que les gisements sont les plus prometteurs : assurance, maintenance/SAV et paramétrages, fourniture de consommables, etc. Jusqu'à l'entretien de la piscine ou le nettoyage de la véranda ?

C'EST VOUS QUI LE DITES

*Il faut informer le client
des aides auxquelles il
peut accéder.*

*Je conseille le client
sur la meilleure économie à
réaliser, puis je le mets en
relation avec une banque.*



➤ MUTUALISER LES RESSOURCES ET LES INVESTISSEMENTS

Nouvelles normes et labels, nouveaux matériaux, nouveaux outils, nouvelles technologies, nouvelles méthodes de mise en œuvre, nouvelles obligations... signifient souvent nouvelles dépenses ! A l'instar de la filière agricole, les coopératives, particulièrement adaptées à la mutualisation d'investissements ou d'achats, sont ainsi amenées à se développer. Cette solution pleine de bon sens est applicable à tous les besoins des entreprises artisanales, de l'achat de gros matériel et de matériaux aux logiciels de gestion, en passant par l'achat d'études de marché, de prestations de bureaux d'étude, etc. Même les ressources humaines sont éligibles à la mise en commun : formations mutuelles, prêt de personnel, SAV 24h/24 réparti entre artisans... Et pourquoi pas une bourse en ligne de mise à disposition de personnel qualifié et disponible entre deux chantiers ? Après tout, « il n'est de richesse que d'hommes ». Au final, mieux gérer les ressources, c'est bon pour le portefeuille et même terriblement écolo !

➤ INNOVER ENSEMBLE

En décroissant les métiers du bâtiment, des innovations imaginées conjointement par plusieurs artisans vont naturellement émerger. Cette tendance salutaire pour le monde artisanal laisse envisager un rééquilibrage des rapports de force avec les industriels, qui se réservaient jusqu'alors l'innovation technologique. En effet, les équipes d'artisans-inventeurs peuvent non seulement mutualiser les coûts de la protection intellectuelle, mais encore trouver plus facilement des débouchés pour leurs idées.

Zoom sur :

Le groupement RESPIR, travailler ensemble pour placer l'entretien des chaudières à la portée des artisans

Des plombiers-chauffagistes de Charente ont créé un groupement d'employeurs pour proposer à leur clientèle des contrats d'entretien. A travers leur structure commune "Respir", un GIE (Groupement d'Intérêt Économique), les artisans membres ont pu embaucher des techniciens et intégrer la maintenance dans leur offre de service. Tout en réalisant des marges confortables, ils ont ainsi créé 2 emplois et restent au contact de leurs clients. Lesquels s'adressent alors plus facilement à eux pour changer de chaudière.



C'est in :

- Etre capitaine d'équipe
- Former ses confrères
- Proposer des services complémentaires
- Recommander d'autres artisans

C'est out :

- Travailler en solo
- Acheter du matériel pour les périodes de pointe
- Se moquer du juridique
- Ne pas partager ses idées / laisser ses innovations dans l'ombre

Zoom sur : Le capitaine de chantier

Qui est-il ?

Chaque équipe choisira la solution la plus pertinente en fonction de la dimension et des enjeux du chantier. Pour les plus simples, il peut s'agir d'un des artisans du groupement, par exemple celui ayant apporté l'affaire.

On peut imaginer qu'avec l'expérience, des capitaines d'équipes réguliers et reconnus par leurs pairs vont émerger. Une équipe de foot ne change pas de capitaine à chaque match ! Enfin, pour les projets complexes, on pourra faire appel à un professionnel de la maîtrise d'œuvre.

Que fait-il ?

Le capitaine de chantier intervient dès la phase commerciale, conseille le client, cherche les solutions et les artisans disponibles, négocie et signe avec le maître d'ouvrage. Pendant le chantier il coordonne les différentes interventions, gère les plannings et informe le client, idéalement en utilisant un logiciel en ligne. Enfin, il gère les aspects contractuels entre les artisans.

Quelles sont ses qualités ?

A l'évidence des capacités commerciales et d'organisation, mais surtout de communication et d'écoute. Tel un chef d'orchestre, il doit prendre en compte les contraintes de chaque corps de métier et trouver des solutions "par le haut", mais c'est à l'évidence un meneur. Le tout en restant à sa place, surtout s'il s'agit d'un des artisans du chantier, et en respectant l'indépendance des uns et des autres.

➤ UNE QUESTION D'ÉTAT D'ESPRIT

Au delà des outils et des méthodes d'organisation, le travail collaboratif nécessite avant tout une ouverture aux autres. Comment rester indépendant tout en participant à un projet d'équipe ? D'abord en respectant le savoir-faire et l'ouvrage de ses confrères, en s'appropriant leurs problèmes techniques, et enfin en acquérant une "culture générale bâtiment".



➤ LES ENGAGEMENTS DE PERFORMANCE

Dans un monde en croissante "judiciarisation", et face au refus de l'aléa, inutile d'espérer échapper à une tendance lourde : le passage de l'obligation de moyens à celle de performance. Tous les métiers sont touchés, à commencer par les plus concernés par les économies d'énergie. Ces nouvelles exigences, généralement portées par des réglementations, compliquent l'organisation des chantiers, et vont généraliser le recours à l'autocontrôle.

🕒 UNE OCCASION D'ÉLARGIR SON OFFRE

Ce glissement peut de prime abord être perçu comme une injustice. Comment un artisan, par définition spécialisé dans son domaine, pourrait-il être responsable d'une performance globale, issue d'une multitude de critères dont certains dépendent d'autres corps de métiers ? Tâchons d'être positifs. D'abord, à l'impossible nul n'est tenu : les objectifs de performances sont généralement raisonnables. Ensuite, on peut y voir l'occasion d'élargir son champ d'action, d'une part vers le conseil en amont, avec les études thermiques par exemple, et d'autre part vers l'exploitation : information et conseils fournis au client, mesure du bon fonctionnement et maintenance des systèmes. Mais, surtout, l'artisanat est bien armé pour résister à la concurrence s'il s'agit de se placer sur le terrain de la qualité !

« C'EST VOUS QUI LE DITES

La notion de garantie de résultat s'implante dans la construction neuve, on ne voit pas comment la rénovation pourrait y échapper.

Les maîtres d'ouvrage attendent un retour sur investissement.

Zoom sur :

Performance énergétique ou consommation réelle ?

Prenons exemple sur l'automobile : il est très facile de consommer 15 litres aux cent kilomètres avec une voiture pouvant en théorie, et selon les normes, consommer moitié moins. Pour un bâtiment, la performance énergétique résulte essentiellement de calculs effectués en amont du chantier par des logiciels spécialisés, prenant en compte l'isolation du bâtiment, son architecture (exposition, ouvertures) et ses équipements (chauffage, ventilation). Seul le critère d'étanchéité à l'air provient d'une mesure *in situ*. Ainsi, la performance énergétique n'indique qu'une consommation théorique. La consommation réelle dépend de l'usage du bâtiment (nombre d'habitants, périodes d'utilisation, réglages des systèmes, etc.) et beaucoup de la météo ! Si certains marchés publics imposent des obligations de résultats sur la consommation réelle (via des contrats de performance énergétique), il est très peu probable que ce genre de démarches touche le résidentiel privé. Néanmoins les clients ne se gêneront pas pour demander des éclaircissements sur les écarts entre leurs prévisionnels et la réalité, tant il est aisé de confondre performance et consommation. Aux artisans de faire preuve de patience et de pédagogie.

➤ AUTOCONTRÔLE À CHAQUE ÉTAPE

Lorsqu'un ouvrage échoue lors de la mesure finale de ses performances, on se pose immédiatement la question des causes et des responsabilités. D'abord d'un point de vue technique : est-ce un défaut de mise en œuvre ? Un matériel ou un matériau défectueux ? Ou une erreur de conception, voire de calcul ? Puis rapidement d'un point de vue contractuel : à qui la faute ? L'autocontrôle répond parfaitement à cette problématique : il s'agit de vérifier la qualité du travail effectué en mesurant ses performances à l'issue des interventions successives des différents corps de métiers. La série d'autocontrôles constitue au final un véritable dispositif de traçabilité des performances, très utile en cas de litige. Sachez utiliser également les outils d'autocontrôle pour établir un diagnostic en amont sur la qualité de l'existant. Bien sûr ces essais nécessitent du temps et des investissements (pensez à la mutualisation ou à la location), mais permettent de valoriser l'artisan et la qualité de son travail.



Principal enjeu des années à venir, la performance thermique nécessite deux outils d'autocontrôle : la caméra thermique et la porte soufflante. La thermographie, désormais accessible financièrement, requiert certes une solide formation, mais se simplifie au rythme des nouvelles caméras, toujours plus précises et plus faciles à utiliser. Il en est de même pour les nouvelles portes soufflantes, dont les tests d'infiltrométrie en autocontrôle sont entièrement automatiques.

Pour s'imposer dans les habitudes, les outils d'autocontrôle devront innover vers plus de modernité et de simplicité, mais surtout s'adapter à chaque métier. Ils permettront ainsi d'améliorer la qualité et la productivité des travaux, tout en devenant un élément clé de la relation-client.

Zoom sur :

Les artisans fabricants de fenêtres faCE aux normes

Les menuisiers fabricant des fenêtres artisanales posées par d'autres professionnels sont soumis à l'obligation de faire certifier leur production et d'y apposer le marquage "CE". La démarche comporte des essais réalisés par un organisme chargé d'évaluer des critères comme la résistance au vent, l'étanchéité, les performances thermiques et acoustiques, et dont les coûts sont largement hors de portée d'une entreprise artisanale et/ou d'une fabrication à l'unité ou en petite série.

La CAPEB a ainsi créé l'association "faCE" (fabrication artisanale conforme aux exigences) afin de mutualiser les certifications entre ses adhérents et des partenaires industriels. Les fabricants peuvent alors produire leurs fenêtres "sous licence", tout en gardant la main sur les critères de personnalisation : dimensions, choix des essences de bois, finitions...

La même démarche est applicable à d'autres secteurs d'activité.

① UNE STRATÉGIE DE LA PERFORMANCE

La conjonction des réglementations toujours plus exigeantes et des nouveaux techniques complique sérieusement l'organisation. Il est ainsi devenu plus qu'hasardeux de modifier l'ordre des interventions sans risque d'impacts sur la performance finale. Le respect des critères de performance nécessite donc une véritable stratégie. En amont, la conception globale intègre le bâti, ses équipements, l'usage du bâtiment, mais aussi les contraintes de mise en œuvre. Plusieurs chemins mènent à la certification et le panel des choix techniques est vaste. En aval, ces chantiers demandent une organisation sans faille, une coordination parfaite, ainsi que le respect des délais et des procédures de mise en œuvre.

Pour atteindre ces objectifs, l'artisan de 2025 devra se former régulièrement sur les normes et les techniques, mais aussi maîtriser les nouveaux produits. Enfin, il sera probablement contraint de redéfinir les interfaces entre métiers, dans un esprit collaboratif.

C'est in :

- Partager des outils d'autocontrôle
- Se former et s'informer

C'est out :

- Modifier le projet en cours de route sans remonter au niveau conception
- Le copier-coller d'un chantier à l'autre
- Lâcher ses clients après la livraison

➤ L'ARTISAN INNOVANT

Chaque année des artisans français inventent des produits ou des procédés nouveaux. Tous admettent que la mise au point d'une innovation coûte cher et nécessite la collaboration d'autres acteurs de la filière, notamment les industriels. Pourtant, tous les artisans peuvent innover à leur niveau et pas seulement sur le plan technique. Eureka !

➤ INNOVATION PRODUITS ET MISE EN ŒUVRE : PARLEZ AVEC LES INDUSTRIELS

De l'idée au marché, il y a beaucoup plus d'un pas. La meilleure invention produite en mini-série a toutes les chances d'être trop chère pour le marché. De plus, les prix des dépôts de brevets et de certification mettent les petites entreprises hors jeu. Une solution possible : s'associer avec un industriel qui pourra adapter l'innovation à la production en masse et prendre en charge les investissements. Les fabricants ont d'ailleurs compris qu'ils avaient besoin des retours d'expérience et des idées des artisans. Une occasion à saisir pour progresser mutuellement.

➤ REPENSER SON ORGANISATION... ENCORE ET ENCORE

On oublie trop souvent qu'il est aussi possible d'innover en changeant simplement ses habitudes, en expérimentant de nouvelles façons de travailler. L'intégration des nouvelles contraintes réglementaires en est l'occasion rêvée. C'est gratuit et ouvert à tous ! Certains testent avec succès des mélanges ou des assemblages inédits, d'autres cherchent à optimiser les ressources rares : le temps, l'eau, le cuivre... Les uns proposent de nouveaux services à une nouvelle clientèle, les autres profitent des nouvelles technologies pour doper leurs actions commerciales ou faciliter la vie de leurs salariés. Leur point commun : tous récolteront les fruits de leurs idées sous forme de chiffre d'affaires ou de marge. Tout est bon dans l'innovation !

« C'EST VOUS QUI LE DITES

Un collègue a organisé des séances de gym pour prévenir les troubles musculo-squelettiques.

C'est un acte quotidien : on essaie, on se forme, on se creuse la tête.



LE MARKETING DE L'ARTISAN

Pendant longtemps, il suffisait de s'inscrire dans les pages jaunes, d'attendre les premiers clients, puis de surfer sur le bouche-à-oreille. Un peu léger dans un monde où les prospects passent leur temps sur Internet et finissent trop souvent entre les mains des "commercialisateurs" de travaux. Il faut également admettre qu'il est devenu parfois difficile, pour le client, de déterminer avec précision à quel corps de métier faire appel pour son projet.

SE POSITIONNER CLAIREMENT

Le succès des différents réseaux d'apporteurs d'affaires s'explique assez facilement : ils rendent simple une démarche qui semble compliquée aux clients. Pour reprendre la main, les artisans n'ont d'autre choix que d'analyser les besoins de la clientèle (réels ou imaginaires), de connaître la concurrence locale, et surtout d'afficher clairement leur réponse. Nul besoin d'un consultant, la démarche demande juste une petite introspection. Etes-vous plutôt généraliste ou hyper-spécialisé ? Aimez-vous la tradition ou l'innovation technique ? Préférez-vous le haut de gamme (et les clients qui vont avec !) ou tenter le discount ? Bref, faites le point sur vos compétences, vos atouts et vos goûts professionnels pour trouver VOTRE positionnement sur le marché local.

EN BREF Le marketing en 4 questions :

- **« Qu'est-ce que je vends ? »** (et non « quel est mon métier ? »)
Quels produits ? Quels services ? Qu'ont-ils de particulier ?
En quoi forment-ils une solution pour mon client ?
- **« A quels prix ? »**
Sont-ils adaptés à ma clientèle locale ? Suis-je compétitif face à la concurrence ?
- **« Qui sont mes clients ? »**
Des particuliers ? Des PME ou des collectivités ? D'autres artisans ?
Des apporteurs d'affaires ? Des donneurs d'ordres ?
- **« Comment communiquer sur mon offre ? »**
Quels sont mes avantages à mettre en avant ? Les objections à déminer ?
Sur quels supports : site web, réseaux sociaux, brochures, showroom... ?

➤ SAVOIR-FAIRE ET FAIRE SAVOIR

L'un des principaux enjeux du marketing de l'artisan consiste à rassurer sa clientèle sur la qualité et la conformité réglementaire de son travail, en communiquant clairement sur le sujet. Inutile de dire que l'autocongratulation n'est pas très efficace en l'occurrence. En revanche, les labels volontaires remplissent bien cette mission. Ainsi, par exemple, la marque ECO Artisan® atteste l'engagement, la compétence et l'indépendance des professionnels de l'amélioration de la performance thermique. Les clients, informés et convaincus par la communication de la démarche, n'ont plus qu'à choisir parmi la liste des ECO Artisans de leur région. Bien sûr, ces labellisations entraînent des frais et peuvent paraître superflues à certains, mais elles correspondent au "sens de l'histoire". D'ailleurs, certaines professions, notamment dans les travaux de finitions, réclament la mise en place de signes de qualité afin de lutter contre la concurrence "sauvage".

➤ SE BATTRE AVEC SES ARMES

Alors que les nouveaux concurrents (réseaux de commercialisation, spécialistes multi-métiers, entreprises générales régionales, non-professionnels, "cmistes"...), étalent leurs arguments et leurs moyens, comment se faire une place ? Une crainte légitime mais pas sans espoir si l'on décide de jouer avec ses propres cartes. Les avantages concurrentiels des artisans sont ancrés dans l'inconscient collectif sous forme de valeurs positives : tradition du travail bien fait, compagnonnage, qualité, disponibilité, conseil, et surtout proximité. Ainsi par exemple, un groupement de chauffagistes proposant un SAV 7j/7 mettra en avant un contact immédiat avec un artisan local, là où d'autres se contentent d'un centre d'appel impersonnel, voire incompetent.

C'est donc bien la qualité au sens large (travaux et services) qui permettra à l'artisan de 2025 de résister à la concurrence. Impossible, en effet, de lutter face aux prix pratiqués par certains...

C'EST VOUS QUI LE DITES

La force de l'artisan est la confiance et la proximité. On ne confie pas ses clés à n'importe qui !

Il faut se différencier en ajoutant une spécialité à son métier traditionnel.



Zoom sur :

Le marketing de la solution

Même s'il réclame un produit précis, le client souhaite généralement une réponse à son problème ou à son projet. Cela implique pour l'entreprise artisanale le passage d'une offre de produits et/ou de services, à une offre de solutions. L'artisan devra donc détecter les besoins non exprimés puis se muer en "artisan-conseil" pour convaincre du bien-fondé de la solution qu'il propose. Le temps passé avec le client, mais aussi à se former et se tenir au courant des nouveautés, sera heureusement compensé par la vente de maintenance/SAV et de suivi, voire de consommables. Un deal gagnant-gagnant entre un client satisfait et fidèle et un artisan qui s'assure un chiffre d'affaires récurrent. Cette démarche génère également du bouche-à-oreille et des retours d'informations de première main sur les produits installés. A l'avenir, la maintenance concernera particulièrement les métiers en lien avec la performance énergétique (état du bâti, perméabilité à l'air, étanchéité des huisseries, chauffage, ventilation...). Certains artisans imaginent même former les usagers et mettre en place un "carnet d'utilisation / de santé du bâtiment". Parce qu'être un acteur de proximité expert, c'est aussi aider les clients à piloter leur maison.



✓ C'est in :

- Montrer ses réalisations sur son site web
- Proposer des solutions faites de produits et de services
- Se regrouper pour en offrir autant que les réseaux concurrents mais... en mieux !

C'est out: ✗

- Vouloir cibler tous les marchés à la fois
- Se faire labelliser quand on n'a plus le choix (trop tard)
- Garder la même offre pendant toute sa carrière



RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

EN BREF

La responsabilité sociétale (ou sociale) des entreprises, appelée également RSE, est un concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire. Énoncé plus clairement et simplement, c'est la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable.

Le développement durable est un développement qui répond aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.

« C'EST VOUS QUI LE DITES

En proposant un nettoyage écologique de mes pinceaux et manchons par une machine, j'ai gagné un gros appel d'offre sans être le moins-disant.

Les clients semblent plus respectueux de la planète.

La RSE et le développement durable ont beau n'être que des "concepts", ils se traduisent clairement dans les normes existantes et les réglementations futures. Nul besoin d'être devin pour comprendre que toutes les entreprises, même les plus petites, devront à terme être exemplaires sur ces points. De plus, les obligations déjà imposées aux grandes entreprises se répercutent en cascade sur leurs prestataires à travers les appels d'offres. Autant se préparer.

🕒 APPLIQUER QUELQUES GRANDS PRINCIPES ET LES VALORISER COMMERCIALEMENT

Encore une fois, il s'agit de transformer des contraintes en avantages concurrentiels. Chaque artisan peut le faire à son niveau et selon ses moyens. D'abord en protégeant son environnement immédiat (traitement des déchets de chantier, pollution de l'eau...). Ensuite en optimisant l'utilisation des ressources (économiser le carburant, l'eau, et rechercher la performance en utilisant le bon produit pour le bon usage...). Et enfin en améliorant le management (sécurité, formation, bien-être, troubles musculo-squelettiques...). Des actions valorisantes commercialement, mais aussi attractives pour recruter des salariés qualifiés. Il s'agit très certainement d'un enjeu majeur pour le devenir des entreprises artisanales : celles qui n'intégreront pas les questions relatives aux conditions de travail dans le cœur-même de leur métier, risqueront fort de disparaître face à une concurrence toujours plus agressive. Reste tout de même à définir un modèle-type de management réellement adapté aux très petites entreprises.

Zoom sur :

Le bilan carbone

D'un point de vue technique, le bilan carbone consiste à mesurer les émissions de gaz à effet de serre (GES) générées par une activité. Cela permet d'estimer sa dépendance à l'énergie, aujourd'hui essentiellement carbonée, et dont on sait que le prix va nécessairement augmenter dans un futur proche.

Un bilan carbone permet de prendre des décisions stratégiques afin de réaliser les investissements matériels et humains nécessaires sur les postes les plus énergivores.

Des outils de simulation permettent de prédire si le modèle économique d'une entreprise sera viable en fonction de la hausse des prix des hydrocarbures ou de la mise en place de taxes sur les émissions de GES.

Sur le plan réglementaire, il est probable qu'à terme, toutes les entreprises soient tenues de procéder à un bilan carbone régulier. Cette obligation se fera progressivement, en partant des structures les plus grandes et les plus émettrices de GES.

Côté méthode, l'objectif ultime consisterait à disposer pour chaque produit ou service vendu, d'une quantité de carbone associée. On obtiendrait alors une véritable "comptabilité carbone", dont les données seraient intégrées aux logiciels de comptabilité classiques. Ce but est cependant relativement lointain car il implique que le bilan soit simplifié et adapté à tous les types d'entreprise, que la quasi-totalité des entreprises réalisent progressivement leur bilan carbone, et enfin qu'elles soient en mesure de le ventiler sur leur production.

A plus court terme, il est pratiquement acquis que les bilans carbone devront, à l'instar de la comptabilité financière, être accompagnés des documents prouvant l'intégrité des données saisies.



➤ PRIVILÉGIER LES PRODUITS LOCAUX : UN POSITIONNEMENT VALORISANT

Bois, briques, granulats, isolants, pierre, faïence, ardoises et tuiles, paille et chanvre... beaucoup de matériaux peuvent être achetés localement. Un bon moyen pour l'artisan d'améliorer son bilan carbone tout en marquant son attachement à la tradition et son soutien à l'économie locale. Et cela n'est pas terminé, la proximité présente d'autres avantages : des prix compétitifs grâce aux coûts de transport réduits, la possibilité de négocier, des facilités de stockage, un accès direct et informel au fabricant pour imaginer de nouveaux produits. Et pour finir, un client prêt à payer pour choisir ses matériaux et donner une "âme" à sa maison.

Bien sûr, ce positionnement implique que fabricants et producteurs s'engagent clairement sur les performances et la qualité de leurs produits. Ce n'est pas à l'artisan de supporter les conséquences d'une défaillance d'un produit ! Il s'agit là encore d'un enjeu majeur : recréer des circuits courts, tout en apportant des garanties fortes sur la qualité.



« C'EST VOUS QUI LE DITES

Chez moi, j'ai des demandes de fenêtres en bois local. J'arrive à les vendre 15 % plus cher.

Utiliser les matériaux locaux est une histoire de bon sens.

✓ C'est in :

- Recycler les matériaux de démolition
- Monter un réseau de fournisseurs locaux
- Récupérer l'eau de pluie sur le chantier
- Faire de la RSE un atout marketing

C'est out : ✗

- Nettoyer ses pinces au robinet
- Le camion qui fume et qui consomme
- Faire travailler ses salariés sans protections
- Faire venir ses matériaux de l'autre côté du globe



LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (TIC)

Il y a déjà longtemps que la question n'est plus de savoir s'il faut s'équiper d'un téléphone mobile ou "prendre Internet". L'enjeu consiste désormais pour les artisans à utiliser quotidiennement ces outils. Oui, mais pour quoi faire ?

➤ COLLABORATION

Efficaces et bon marché, le site web et l'email s'imposent comme le b.a.-ba de la communication du XXI^e siècle. Vitrine du savoir-faire et des réalisations de l'artisan, le site web est surtout l'occasion d'afficher sa différence, son positionnement marketing. L'étape suivante consistera à utiliser les outils collaboratifs du web (réseaux sociaux, forums, microblogging...) grâce auxquels les internautes échangent déjà abondamment à propos du bâtiment. Ces conversations virtuelles entre particuliers sont un vivier de clients potentiels, mais aussi d'informations marketing de première main sur les besoins, sur la concurrence, ou même des retours d'expériences (fiabilité d'un produit, durabilité d'un nouveau matériau, etc.).

EN BREF La réalité augmentée :

Cette technologie permet d'ajouter en temps réel des objets virtuels à une vidéo bien réelle. Exemple : filmez le mur avec votre smartphone ; sur l'écran, le vieil interrupteur est instantanément remplacé par un autre modèle. Le client peut ainsi le voir en situation et faire son choix. Magique ! Une technologie applicable à tous les corps de métiers et déjà proposée par certains fournisseurs.

➤ COLLAB'ORGANISATION

Les outils de gestion collaborative de chantier vont rapidement devenir indispensables aux groupements d'artisans. Au menu : calendrier partagé (même avec le client !), gestion des tâches, rapports de chantier, discussions techniques, partage de documents, accès aux plans, etc. La collaboration avec les fournisseurs prend également un virage high-tech : documentation technique en ligne, hotline en visiophonie, diagnostic à distance... Enfin, la formation continue se fera en ligne grâce au e-learning (cours en ligne), et à des réseaux sociaux réservés aux artisans.

quelle entreprise artisanale demain ?



Quelle synthèse peut-on faire de toutes les évolutions qui s'annoncent ou se confirment ? Certes, les temps sont durs et tout n'est pas gagné pour les artisans, mais tout n'est pas perdu non plus ! Loin de là. Adaptez-vous, organisez-vous, unissez-vous pour résoudre l'équation de l'artisan de demain : concilier indépendance, collaboration entre artisans et synergies avec vos partenaires. Le tout dans un monde tiraillé entre la fin de l'énergie abondante bon marché et le "toujours plus".

Dans un monde en profonde mutation, il est également nécessaire de récrire la définition juridique et économique de l'entreprise artisanale. « Qui sommes-nous ? » (et qui serons-nous en 2025 ?) : une question essentielle pour conforter la place de l'artisanat dans le paysage économique français.



UNE ENTREPRISE TOUJOURS PLUS PROFESSIONNELLE

La somme croissante de compétences à maîtriser est un véritable challenge pour l'artisan de 2025.

Au-delà de son savoir-faire initial, il devra :

- choisir et faire évoluer son positionnement marketing,
- ajouter sans cesse de nouvelles techniques, de nouveaux produits, de nouvelles solutions à son offre,
- se former et s'informer pour conseiller ses clients,
- maîtriser les technologies de l'information et de la communication,
- connaître et respecter une réglementation en perpétuelle évolution,
- manager son équipe tout en travaillant en collaboration avec d'autres entreprises,
- trouver des modes de financement pour des investissements quasiment obligatoires,
- innover dans tous les domaines...

Les petites structures fonctionnant en vase-clos prendront le risque de devenir uniquement sous-traitant poseur, sauf à choisir une niche de savoir-faire, sur laquelle elles pourront valoriser leur excellence. Les autres choisiront de se développer en intégrant plusieurs métiers pour répondre à des marchés spécifiques et en faisant le pari de la qualité et du savoir-faire. Il est également probable que l'on assistera à une certaine concentration du secteur.

Zoom sur :

La formation professionnelle

La formation professionnelle tout au long de la vie, qui associe à la formation initiale la formation continue, est un moyen de développer les compétences et les qualifications. C'est une modalité essentielle d'accompagnement du changement au sein des entreprises artisanales à l'horizon 2025, en vue de répondre aux enjeux techniques et commerciaux, à la nécessité du développement du travail en réseau et de la performance énergétique.

➤ UNE ENTREPRISE OUVERTE ET DÉCLOISONNÉE

Les artisans qui passeront avec succès le cap 2025 sont ceux qui auront développé une culture générale du bâtiment tout en renforçant leur savoir-faire spécifique et en faisant évoluer leur offre. On peut déjà les voir à l'œuvre aujourd'hui : ouverts aux décroissements entre corps de métiers, ils respectent l'ouvrage de l'autre et intègrent dans leur approche les enjeux techniques des autres métiers. Pour aller encore plus loin dans la maîtrise des interfaces et la coordination entre corps de métiers sur les chantiers, certains se positionnent déjà en "capitaines d'équipes artisanales".

Face à la concurrence accrue, les artisans du bâtiment de 2025 devront également se donner la capacité de commercialiser ensemble des "solutions de travaux" complémentaires et transversales. Des dispositifs comme ECO Artisan® et "Eco Rénovation" ont été développés dans cette optique. Mais le principe devra être généralisé à tout type de travaux et de marchés, et donc ne pas rester limité au marché de la rénovation énergétique. Certaines entreprises seront tour à tour partenaires puis concurrentes, et devront s'initier à la "coopétition". D'autres tisseront des liens directs avec des fabricants afin que les innovations produits correspondent à leurs contraintes de mise en œuvre et répondent à leurs attentes, tout particulièrement en rénovation. Enfin, les nouvelles technologies seront omniprésentes dans la relation-client, de la communication commerciale jusqu'au suivi des installations.

AVIS D'EXPERT

SOPHIE VIALATTE, DIRECTEUR DE L'INSTITUT NATIONAL DU CRÉATEUR REPRENEUR DU BTP

« Aujourd'hui, 1/4 des entreprises artisanales disparaissent à la retraite de leur créateur, faute d'être reprises. Mais ce taux devrait tendre vers zéro dans les décennies à venir car les artisans ont compris depuis quelques années qu'ils pouvaient créer de la valeur. Actuellement, le pari consiste à convaincre les artisans travaillant seuls que leur entreprise a une vraie valeur de reprise. L'artisan d'hier était avant tout artisan, celui de demain est aussi un véritable chef d'entreprise. Cette prise de conscience est salutaire car la création de valeur nécessite des investissements, qui eux-mêmes apportent de la

pérennité à l'entreprise. Un vrai cercle vertueux. Nous observons également aujourd'hui qu'1 repreneur sur 3 vient d'un autre monde professionnel (ingénieur, industriel, entrepreneur...). Cette tendance qui nous semble forte et installée est intéressante car ces nouveaux entrants apportent avec eux une vision très professionnelle de ce que peut (ou devrait ?) être une entreprise artisanale. Enfin, la nouvelle génération d'artisans est moins viscéralement attachée à son entreprise, moins paternaliste, ce qui facilitera les transmissions/reprises à l'avenir. »

UNE ENTREPRISE RESPONSABLE

Qu'elle provienne de la réglementation, des clients ou simplement du bon sens, l'intégration croissante du développement durable est une tendance inéluctable. L'artisan de 2025 devra d'abord y contribuer pour ses clients, en choisissant pour eux les meilleures solutions, en garantissant la qualité de mise en œuvre et en s'engageant sur les performances.

L'entreprise artisanale elle-même y sera soumise. Mais elle dispose d'atouts naturels pour y parvenir :

- **Sa taille humaine** : idéale pour instaurer un management de qualité;
- **Son implantation locale** : nécessaire pour limiter son empreinte carbone et développer les filières courtes;
- **Sa tradition d'excellence, de qualité et de bon sens** : valeurs reconnues et attendues par les clients et les salariés.

➤ UNE ENTREPRISE QUI MISE SUR SES FORCES VIVES, LES CONJOINTS D'ARTISAN EN TÊTE

Pour réussir leur évolution vers un nouveau modèle, les entreprises artisanales de 2025 s'appuieront plus que jamais sur les compétences multiples des femmes d'artisan. Celles qui se positionnent souvent comme de véritables adjointes du chef d'entreprise auront la délicate mission de prendre à bras-le-corps l'intégration de nouvelles fonctions dans l'organisation-type de l'entreprise artisanale : veille économique, service-client, marketing, fonction commerciale plus poussée...

AVIS D'EXPERT

CATHERINE FOUCHER, PRÉSIDENTE DE LA COMMISSION NATIONALE DES FEMMES D'ARTISAN

« La place des femmes d'artisan est en pleine mutation. Elles ont dû se faire entendre pour obtenir un statut, et doivent maintenant acquérir la reconnaissance correspondant à leurs compétences. Elles occupent généralement des responsabilités très transversales : rôle commercial, marketing, administratif, ressources humaines... Elles sont également habiles à démystifier les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Or ces compétences n'étaient pas définies par un nom de métier, nous avons donc décidé d'appeler ces conjointes des

"gestionnaires d'entreprises artisanales". Cela peut paraître superflu, mais il est important de mettre un nom sur une compétence car elle permet de légitimer les décisions. Il est évident que les femmes d'artisan assureront des responsabilités de plus en plus importantes avec un environnement de plus en plus complexe et réglementé. Il ne faut pas non plus oublier qu'au-delà des conjointes, le secteur accueille de plus en plus d'"artisanes". La profession a déjà admis que les compétences l'emportent sur le genre. »

➤ UNE ENTREPRISE QUI INVESTIT

L'enjeu économique majeur des entreprises artisanales réside de plus en plus dans leur capacité d'investissement. Le chef d'entreprise va avoir à faire des choix stratégiques, des arbitrages entre plusieurs investissements pourtant tous nécessaires.

Des investissements dans la technique pour augmenter sa capacité à maîtriser et développer son savoir-faire (équipements high tech, logiciels techniques, outils de contrôle, participation à des programmes de recherche, labels...).

Des investissements dans la commercialisation et les services associés pour augmenter sa visibilité (force commerciale dédiée, outils promotionnels, études de satisfaction, service d'entretien-SAV, centre d'appels, études de marché, services financiers...).

Des investissements et des achats mutualisés avec d'autres artisans, pour optimiser ses charges.



> UNE ENTREPRISE AUX MULTIPLES VISAGES...

Les études menées par la CAPEB ont permis de définir les différents profils d'artisans du bâtiment en 2025 :

DES ARTISANS EN RÉSEAUX COLLABORATIFS travaillant en coopératives, mutualisant des commerciaux, des outils de fabrication ou des équipements de contrôle, intégrant des bureaux d'études... De petites équipes, autonomes, autocontrôlées et travaillant en collaboration, réparties sur tout le territoire.

L'ARTISAN TECHNICIEN, SPÉCIALISTE DU SERVICE, équipé et agréé pour la maintenance et l'entretien, proposant de nouveaux services comme l'adaptation des logements, le contrôle thermique ou l'installation/paramétrage de systèmes de commande et de suivi des équipements du bâtiment (chauffage, ventilation, accès, éclairage, etc).

L'ARTISAN AXÉ "PATRIMOINE ET MATÉRIAUX LOCAUX" qui s'appuie sur un savoir-faire très qualitatif, sur son expertise des techniques traditionnelles, sur une connaissance importante des bâtis anciens et de la compatibilité des matériaux.

L'ARTISAN FABRICANT ayant investi dans des équipements de fabrication et ayant mis son atelier aux normes. Il propose des produits sur mesure et certifiés qu'il distribue à d'autres artisans de sa région. Certains pourront aussi les vendre en direct et les installer eux-mêmes.

L'ARTISAN MULTI-COMPÉTENCES, TYPE MICRO-ENTREPRISE GÉNÉRALE, sorte de "structure support" avec instruments, équipements, logiciels, bureau d'étude intégré... Spécialisé dans les offres de rénovation globale et les gros chantiers.

L'ARTISAN PILOTE DE COMMERCIALISATION, chef de file d'autres artisans auxquels il apporte sa compétence marketing. Il propose une approche globale, avec un fort degré d'innovation commerciale (outils promotionnels, offres de financement, leasing, études de satisfaction, etc.).

L'ARTISAN ISOLÉ, UNIQUEMENT APPLICATEUR/POSEUR. Son entreprise de petite taille travaille en sous-traitance pour d'autres artisans ou des réseaux formalisés.



➤ ... SOUMISE À UNE NOUVELLE CONCURRENCE

En parallèle de ces 7 profils d'artisans, la concurrence s'organise :

DES FABRICANTS SEMI-INDUSTRIELS : présents depuis longtemps, ils ajoutent rapidement les métiers (voire les produits et services) nécessaires à la proposition d'offres de solutions globales.

DES ENTREPRENEURS "CMISTES" : constructeurs de maisons individuelles, ils lorgnent sur le marché de la rénovation. Ils en ont déjà certaines compétences et l'organisation.

LES GRANDES ENTREPRISES : elles lorgnent sur le marché gigantesque de la rénovation thermique. Elles sont encore organisées pour les très gros chantiers, mais ont les moyens de se réorganiser et/ou d'acquérir des acteurs plus petits.

DES RÉSEAUX DE COMMERCIALISATION : très agressifs dans leurs promesses aux clients, ils sous-traitent ensuite aux différents corps de métiers, à des conditions pas toujours négociables.

DES ENTREPRENEURS NON PROFESSIONNELS : ils proposent souvent des produits bas de gamme. Leur statut (comme par exemple le régime de l'auto-entrepreneur) et leurs tarifs "discount" leur interdisent tout investissement. Surtout présents dans les travaux de finitions, ils tirent les prix vers le bas.

AVANT DE LIRE LA CARTOGRAPHIE PAGE SUIVANTE :

Pour illustrer les différents visages de l'artisanat du bâtiment en 2025, une carte de positionnement représente les différents profils par des bulles.

Ces bulles sont positionnées selon deux axes :

- un axe vertical représentant l'intensité d'investissement technique / métier,
- un axe horizontal pour l'intensité d'investissement commercial / service.



La taille des bulles représente le nombre d'entreprises.



Les flèches représentent la pression des différentes formes de concurrence.



LES 7 PROFILS

INVESTISSEMENT TECHNIQUE MÉTIER

Investissement +++

*Equipeement fabrication
Mise aux normes d'atelier...*

Investissement ++

*Outils d'aide à la
mise en œuvre
Etudes avec bureau d'étude,
ergothérapeute...*

Investissement +

Savoir-faire « unique »

FABRICANTS
SEMI
INDUSTRIELS

ARTISANS
FABRICANTS

ARTISANS EN RÉSEAUX
COLLABORATIFS

ARTISANS AXÉS
PATRIMOINE
MATÉRIAUX
LOCAUX

APPLICATEURS
POSEURS

AUTO ENTREPRENEURS
"BRICOLEURS"

Investissement +
Bouche-à-oreille

Investissement ++
*Technico-commercial
Service SAV entretien*

D'ARTISANS EN 2025



**GRANDES
ENTREPRISES
ET CONSTRUCTEURS
DE MAISONS INDIVIDUELLES**



**MICRO
ENTREPRISES
GÉNÉRALES**



**SPÉCIALISTES
MAINTENANCE
ENTRETIEN**



**PILOTES DE
COMMERCIALISATION**



**RÉSEAUX DE
COMMERCIALISATION**



Investissement +++

Force de vente dédiée à la promotion

**INVESTISSEMENT
COMMERCIALISATION
SERVICE**

Voir légende p.53

Source : TBC Innovations

ce qui change
autour de nous

ce qui va changer
pour nous

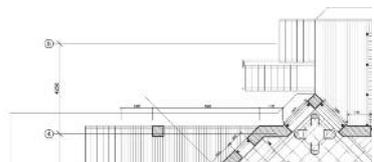
les tendances
métier par métier



les tendances métier par métier



POUR MIEUX TRAVAILLER ENSEMBLE, LES ARTISANS EN 2025 DEVRONT AVOIR INTÉGRÉ LES ÉVOLUTIONS DE LEUR(S) MÉTIER(S). IL FAUDRA RELEVER LES DÉFIS QUI S'IMPOSENT ET TRANSFORMER LES CONTRAINTES EN OPPORTUNITÉS. SI CERTAINS ENJEUX SONT PROPRES À DES CORPS DE MÉTIERS PARTICULIERS, D'AUTRES VOUS CONCERNENT TOUS ! EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE, ÉTANCHÉITÉ À L'AIR, ACCESSIBILITÉ, QUALITÉ DE L'AIR... LES PROCHAINS NUMÉROS DES CAHIERS DE TENDANCES DE L'ARTISANAT DU BÂTIMENT® SE PENCHERONT SUR CES PROBLÉMATIQUES MÉTIERS, UNA PAR UNA, ET VOUS DONNERONT LES CLÉS POUR NE PAS PASSER À CÔTÉ DES MARCHÉS ET TECHNIQUES QUI FERONT VOS MÉTIERS DEMAIN. EN VOICI UN APERÇU, À TRAVERS QUELQUES POINTS SAILLANTS.





LES COUVREURS, LES PLOMBIERS ET LES CHAUFFAGISTES EN 2025



LES DÉFIS :

Assurer la qualité :

- En prenant le temps d'informer les clients sur l'efficacité des produits préconisés et sur l'utilisation de leur matériel.
- En utilisant les certifications et labels, en s'engageant sur les performances.

Anticiper les évolutions technologiques :

- En se formant et s'informant.
- En tissant des liens directs avec les industriels.

Se démarquer des nouveaux concurrents :

- En proposant des solutions globales (conseil, travaux, maintenance), multi-métiers, en partenariat avec d'autres artisans.
- En ajoutant confort et sécurité aux économies d'énergie.
- En jouant la carte de la proximité et en se formant aux démarches commerciales.

Prendre la main sur la maintenance et l'entretien, pour assurer une part du chiffre d'affaires et conserver le lien direct avec le client :

- En organisant des réseaux de SAV avec plusieurs artisans, voire tous corps d'état.
- En se formant pour obtenir les agréments.

LA TENDANCE À NE PAS RATER

Le marché de l'accessibilité, notamment la rénovation de salles de bain.

La qualité de l'eau au point de puisage, car l'eau est déjà une denrée rare et chère. L'efficacité énergétique et l'écoconditionnalité.

Focus sur la couverture : Les 3 marchés les plus porteurs seront l'isolation, l'étanchéité à l'air et l'intégration de panneaux solaires. Plus généralement, la multiplication de solutions de plus en plus techniques va ouvrir aux couvreurs les portes du conseil et de la maintenance (en passant par la case formation). Ils devront également développer la qualité de mise en œuvre et l'autocontrôle pour répondre aux nouvelles normes. Enfin, la sécurité sur les chantiers sera vraisemblablement un sujet de préoccupation et d'innovation.



LES ÉLECTRICIENS EN 2025



LES DÉFIS :

Travailler avec les autres corps de métiers :

- En intégrant les contraintes des autres intervenants sur les chantiers. D'une bonne coordination entre les corps de métiers dépend notamment la performance de perméabilité à l'air des bâtiments. Un enjeu de taille pour les professionnels de l'électricité et de l'électronique, trop souvent jugés responsables de sa dégradation.
- En s'associant à d'autres artisans pour des installations ponctuelles (solaire, photovoltaïque, installations de PAC, de piscines...).

Garder la relation client pour ne pas devenir de simples sous-traitants :

- En proposant des solutions globales via des groupements d'artisans.
- En ajoutant les dimensions confort et sécurité aux économies d'énergie.
- En mettant en avant la proximité et les labels/certifications.
- En développant la maintenance/SAV, jusqu'à la fourniture de consommables.

Intégrer les nouvelles technologies :

- En se formant en électronique, informatique et réseau, automatisme, courant porteur...
- En proposant des solutions électriques et électroniques avancées "clé en main" de domotique et d'accessibilité.

LA TENDANCE À NE PAS RATER

Bien que cela reste à confirmer, les voitures électriques pourraient bien prendre une part de marché significative. A la clé : l'installation de milliers de bornes de recharge chez les particuliers et dans les entreprises. Un marché à surveiller de près.



LES MAÇONS ET LES CARRELEURS EN 2025



LES DÉFIS :

Se saisir des grands marchés d'avenir – construction neuve bioclimatique, rénovation énergétique, réhabilitation des quartiers de centre-ville, accessibilité :

- En développant sa présence commerciale face aux nouveaux concurrents (réseaux, filière sèche, filière bois, industrialisation...), tout en conservant son savoir-faire technique.
- En rassurant les clients par les réponses apportées aux enjeux écologiques, énergétiques, de confort et de santé.
- En développant les compétences "métier" et l'autocontrôle, indispensables pour atteindre la qualité de mise en œuvre nécessaire à l'étanchéité à l'air, à la performance de l'enveloppe et à la construction demain de bâtiments à énergie positive.
- En se formant aux nouvelles techniques, aux nouveaux matériaux et aux enjeux du parasismique et de l'habitat bioclimatique.
- En se rapprochant et en collaborant avec les architectes, les économistes, les bureaux d'études, les industriels...

Revaloriser l'image de la profession :

- En étant vigilant sur la coordination avec les autres intervenants.
- En améliorant les conditions de travail, la formation et l'attractivité du métier.
- En réduisant et en recyclant les déchets de chantier.

Focus sur le carrelage : Les carreleurs auront à conserver, développer et valoriser leurs compétences face à la concurrence d'autres corps de métiers et des "bricoleurs". Ils pourront s'appuyer sur le conseil, un grand choix de produits techniques et de décoration de qualité, et l'utilisation de techniques demandant un grand savoir-faire et contribuant à protéger et embellir l'espace.

LES CHARPENTIERIS, LES MENUISIERS ET LES AGENCEURS EN 2025



LES DÉFIS :

Répondre à la forte croissance des certifications et normes de fabrication (marquage CE, certification ACOTHERM, avis techniques, etc.) :

- En mutualisant les dossiers de demande de certifications (cf. exemple de l'association faCE p.39).
- En mutualisant des outils de fabrication indispensables au respect des réglementations.



Contre les réseaux nationaux :

- En développant des compétences commerciales.
- En valorisant une offre artisanale sur les savoir-faire, le sur mesure (grâce notamment aux machines à commande numérique) et à dimension locale (matériaux, style).
- En proposant la construction bois mais aussi les extensions en bois, nécessitant sur mesure et proximité.

Intégrer l'étanchéité à l'air dans les huisseries, les charpentes et les MOB (maisons à ossature bois) :

- En étant vigilant sur la coordination avec les autres intervenants.
- En investissant dans l'autocontrôle (matériel et formation).
- En se formant et s'informant des évolutions techniques, notamment sur les assemblages de matériaux différents.

Passer à la fabrication totale en atelier :

- Pour les maisons bois (meilleure étanchéité, construction rapide, moins d'exposition aux intempéries).
- Mais aussi pour l'agencement (meilleure précision en atelier, sur mesure, installation rapide sans désorganiser le client...).

AVIS D'EXPERT

ANDRÉ CARON, EXPERT EN MARKETING ET SPÉCIALISTE DU MARCHÉ DE LA MAISON INDIVIDUELLE

« La part de marché de la maison bois dans le résidentiel neuf est passée de 3 % en 2000 à 8 % en 2010. Et il y a encore une grande marge de progression car 20 % des acheteurs accepteraient une maison bois. »



LES MÉTIERS DE LA PEINTURE, VITRERIE ET REVÊTEMENTS EN 2025



LES DÉFIS :

Développer des compétences plus techniques et les valoriser :

- En convainquant les donneurs d'ordre et les architectes de prescrire des niveaux de finition élevés.
- En proposant des gammes de produits élargies : peintures techniques, décoratives, traditionnelles, papiers peints, enduits structurés...
- En informant le client sur les aspects d'accessibilité.
- En tenant toujours compte des questions de santé et de sécurité.

Reprendre la main sur la relation client :

- En développant des compétences commerciales (conseil, adaptation des offres aux budgets, outils high tech de prévisualisation permettant au client de choisir plus facilement les options de teinte et de finition).
- En élargissant son champ de compétences, en maîtrisant les techniques de l'isolation thermique par l'extérieur.

Se démarquer des "bricoleurs" :

- En faisant progresser ses compétences, notamment par la formation initiale ou continue.
- En développant des labels et certifications réservés aux professionnels.
- En proposant plus de conseils aux clients, à la fois techniques et esthétiques (formation à la décoration, au design, à la couleur, aux matières...).

LA TENDANCE À NE PAS RATER

Le peintre de 2025 sera nécessairement écolo pour respecter la réglementation. Il appliquera des peintures toujours plus propres et moins nocives, à la fois pour les habitants mais aussi pour lui-même et ses salariés. Surtout, il utilisera des outils de mécanisation (machines à laver les outils), des produits bios pour nettoyer ses brosses afin de ne pas polluer l'eau et des manchons plus légers.

Le peintre ou le poseur de revêtements de sols en 2025 sera aussi un acteur important de l'accessibilité, en particulier pour les handicaps visuels ou cognitifs. L'utilisation intelligente des couleurs et des contrastes dans l'environnement visuel (cheminements au sol, repérage dans l'espace, etc.) sera un outil permettant de rendre les espaces accessibles.



LES PLÂTRIERS, LES PLAQUISTES, LES STAFFEURS ET LES MÉTIERS DE L'ISOLATION EN 2025



LES DÉFIS :

Prendre toute sa place dans le domaine de l'efficacité énergétique :

- En étant vigilant sur la coordination avec les autres intervenants.
- En faisant reconnaître son savoir-faire et ses qualifications.
- En progressant techniquement, y compris s'il faut retourner vers des matériaux et techniques traditionnels.
- En devenant force de conseil auprès des clients ET des autres corps de métiers.

Devenir des experts de l'étanchéité à l'air :

- En maîtrisant la réglementation.
- En investissant dans l'autocontrôle (matériel et formation).
- En travaillant de concert avec les industriels.
- En se formant et s'informant des évolutions techniques.
- En travaillant de concert avec les autres métiers.

LA TENDANCE À NE PAS RATER

Les spécialistes de l'isolation doivent se préparer à être en première ligne sur les questions de responsabilité en cas d'échec des contrôles de performance énergétique. C'est d'ailleurs un bon argument à faire valoir pour limiter la tendance des autres corps de métiers à s'improviser spécialistes de l'isolation.



LES SERRURIERS MÉTALLIERS EN 2025



LES DÉFIS :

Contre la concurrence des industriels/poseurs, notamment sur les fermetures et vérandas :

- En développant des compétences commerciales (veille concurrentielle, showroom...).
- En valorisant le savoir-faire, la proximité, le sur mesure et l'esthétique locale.

Travailler la qualité de mise en œuvre, notamment l'étanchéité à l'air :

- En pratiquant l'autocontrôle (infiltrométrie et caméra thermique).
- En améliorant la coordination inter-métiers sur les chantiers.

Intégrer les nouvelles technologies :

- En se formant à la pose de panneaux solaires sur les vérandas, la pose de bardage métallique.
- En proposant des systèmes automatiques : protections solaires, fermetures, accessibilité, contrôle d'accès...
- En développant les MOA, les maisons à ossature acier.

Répondre à la demande croissante de certification des productions en petites séries (marquage CE, etc.) :

- En adoptant des modèles coopératifs permettant de mutualiser les coûts des démarches.

LA TENDANCE À NE PAS RATER

L'entretien des automatismes et équipements associés est un bon moyen de s'assurer un chiffre d'affaires récurrent et une relation-client de long terme. Les investissements nécessaires (formation, matériel de diagnostic, agréments) sont également de bonnes barrières à l'entrée face aux concurrents *low cost*. Enfin, la proximité de l'artisan est un avantage certain face aux réseaux.



LES MÉTIERS DE LA PIERRE EN 2025



LES DÉFIS :

Adapter les techniques aux nouvelles réglementations thermiques :

- En imaginant des associations de matériaux innovantes.
- En travaillant avec le Centre Technique de la Pierre et avec les industriels, notamment sur les solutions concernant les ponts thermiques.

Reprendre la main sur les marchés locaux :

- En conservant les savoir-faire (formation, attractivité du métier).
- En jouant la carte du triptyque proximité/tradition/écologie.
- En organisant des filières locales courtes (carrières, mais aussi bois et isolants traditionnels).
- En portant l'image de marque de l'architecturale régionale.

Se positionner sur le développement durable :

- En démontrant la pertinence de la pierre par son excellent cycle de vie, notamment la démontabilité et la réutilisation (recyclage).

LA TENDANCE À NE PAS RATER

La rénovation thermique des bâtiments où la pierre est importante pose de nombreux problèmes. Comment les isoler sans perdre leur cachet ? Comment éviter de déclencher des pathologies par application de solutions communes pour le neuf et les matériaux actuels ? Comment traiter les ponts thermiques sans dénaturer l'équilibre esthétique ? Les professionnels des métiers de la pierre, souvent perçus comme des artisans d'art, ont là une opportunité à saisir, afin de repositionner la pierre comme un matériau actuel et moderne.

DISPONIBLES DANS LA MÊME COLLECTION SUR WWW.CAPEB.FR



N°2
Les couvreurs,
les plombiers et
les chauffagistes
en 2025



N°3
Les électriciens
en 2025



N°4
Les maçons et
les carreleurs
en 2025



N°5
Les charpentiers,
les menuisiers et
les agenceurs en
2025



N°6
Les métiers de la
peinture, vitrerie
et revêtements
en 2025



N°7
Les plâtriers,
les staffeurs et
les métiers de
l'isolation en
2025



N°8
Les serruriers
métalliers
en 2025



N°9
Les métiers
de la pierre
en 2025

La CAPEB, Confédération de l'Artisanat et des Petites Entreprises du Bâtiment, est l'organisation professionnelle représentative des 380 000 entreprises artisanales du bâtiment. Depuis 1946, elle se mobilise pour promouvoir et défendre leurs intérêts économiques et sociaux. Indépendante de la puissance publique, la CAPEB mène des missions d'intérêt général, au service d'un secteur qui représente 98 % des entreprises du bâtiment. Elle s'appuie sur un réseau structuré et efficace de 103 CAPEB départementales et 21 CAPEB régionales, qui sont en permanence au service de leurs adhérents pour les conseiller et les informer.

A participé à la réalisation des *Cahiers de Tendances de l'Artisanat du Bâtiment*®, l'ensemble du conseil d'administration de la CAPEB nationale :

Patrick Liébus, Président - Jean-Marie Carton, Premier Vice-Président - Albert Quénet, Vice-Président - Sabine Basili, Vice-Présidente.

Thierry Bastard - Philippe Bazzoli - Christian Brunet - Joseph Calvi - Jean-Jacques Châtelain, Président de l'UNA Peinture Vitrierie Revêtements - Gilles Chatras - Bruno Cordier - Gabriel Desgrouas - Jean-Marc Desmedt, Président de l'UNA Charpente Menuiserie Agencement - Maurice Di Giusto, Président de l'UNA Couverture Plomberie Chauffage - Catherine Foucher, Présidente de la Commission Nationale des Femmes d'Artisan - Denis Jacquél - Dominique Métayer, Président de l'UNA Maçonnerie Carrelage - Alfred Morais - David Morales, Président de l'UNA Métiers et Techniques du Plâtre et de l'Isolation - Daniel Parent - José Pereira, Président de l'UNA Équipement Électrique et Électronique - Corine Postel - Luc Potterie - Jean-Christophe Repon - Alain Roche, Président de l'UNA Serrurerie Métallerie - Pierre Schaal - Christian Schieber, Président de l'UNA Métiers de la Pierre.

Cahier réalisé par la CAPEB

Achévé d'imprimer janvier 2012

Conception éditoriale : Hopscotch

Rédaction : Olivier Barrellier

Conception graphique : Hopscotch Design / Laurent Bonnet

Illustrations : Rachid Marai

Crédits photos : Getty images - Fotolia - Shutterstock

Impression-fabrication : Imprimerie Frazier - 75010 Paris

Ce document est disponible sur www.capeb.fr

© CAPEB 2012

ISSN en cours

En 2011, les Journées de la Construction ont été l'occasion pour la CAPEB et ses adhérents d'explorer l'avenir du bâtiment en se projetant en 2025. Plusieurs scénarii d'évolution ont été proposés aux entreprises artisanales et aux artisans pour leur permettre de "prendre leur destin en main". En un mot, d'agir plutôt que de subir.

La collection de *Cahiers de Tendances de l'Artisanat du Bâtiment*[®] fait la synthèse des réflexions et des études prospectives menées à cette occasion pour dessiner l'avenir du secteur. L'esprit de la collection ? Se projeter, anticiper, tout en restant ancré dans la réalité. Ce premier opus transversal présente les évolutions du monde, de la société et du bâtiment, mais esquisse aussi des solutions. Les 8 cahiers suivants scrutent, métier par métier, les grandes tendances, les défis à relever et les opportunités à saisir, propres à chaque profession.

A chaque étape de la réalisation de cette collection, la CAPEB a tenu à associer, aux experts de tous horizons, des chefs d'entreprises artisanales et des artisans, dans un esprit participatif.

Parce que les artisans sont les mieux placés pour dire ce qu'ils sont, et les plus légitimes pour dire ce qu'ils veulent !

