

INOHA présente CAP 2030, sa feuille de route à cinq ans pour devenir l'association incontournable des industriels du Nouvel Habitat



Les membres du Conseil d'Administration réunis pour élire David Riquier comme nouveau Président d'INOHA, le 6 mai 2026

À l'occasion de son Assemblée générale du 11 juin 2026, INOHA, l'association professionnelle qui fédère 250 industriels de la construction résidentielle, de la rénovation et de l'amélioration de l'habitat*, dévoile CAP 2030, sa nouvelle feuille de route stratégique. Construite avec l'ensemble des parties prenantes (adhérents, administrateurs, distributeurs et partenaires) à l'issue de plusieurs mois de consultation, elle prend le relais du cycle 2021-2025 et engage l'association sur quatre priorités : une offre plus lisible recentrée sur trois piliers à forte valeur ajoutée, une communication modernisée, le renforcement du sentiment d'appartenance et du collectif, et un objectif ambitieux de recrutement de +100 adhérents en cinq ans.

Articulée autour de l'acronyme CAP (Consolider, Adapter, Projeter), la feuille de route confirme les trois missions stratégiques fixées en 2021 (Éclairer, Construire, Peser). Sa présentation coïncide avec la passation de la présidence d'INOHA, transmise par Jean-Luc Guéry à David Riquier, élu par les membres du Conseil d'Administration le 6 mai 2026 pour les trois prochaines années. CAP 2030 est présentée dans un contexte économique de marché difficile, le secteur de l'amélioration de l'habitat ayant reculé de 7,6 % en 2024, puis de 2,9% en 2025.

Un cycle 2021-2025 qui a structuré l'association et préparé le terrain de CAP 2030

CAP 2030 prolonge un cycle de cinq années pendant lequel INOHA a profondément affirmé son rôle et son impact dans la filière. Guidée par une feuille de route articulée autour de trois missions (Éclairer, Construire, Peser), l'association s'est positionnée comme un acteur reconnu de la filière habitat. Ce positionnement s'est construit dans un contexte de marché particulièrement chahuté, marqué par l'inflation des coûts, les tensions sur les matières premières, la complexification réglementaire et le durcissement progressif des négociations commerciales.

*Un marché de 61,5 milliards d'euros structuré autour de multiples circuits de distribution (grandes surfaces de bricolage, négoce, grandes surfaces alimentaires, jardineries et marketplaces).

Sur les enjeux d'avenir, la **RSE** s'est imposée comme un axe structurant avec des **décryptages réglementaires**, plus de **20 webinaires annuels** et des **accompagnements collectifs** pour des adhérents sur le bilan carbone, la stratégie de décarbonation, l'éco-conception et l'allègement des emballages. À l'issue de la 4^{ème} promotion « bilan carbone », 10 % des adhérents ont mené à terme leur bilan carbone avec INOHA. Et au total, ce sont au moins 50% des membres qui se sont engagés dans cette démarche.

Sur les 15 projets identifiés dans la feuille de route 2021-2025, trois n'ont pas atteint leurs objectifs, du fait notamment du retournement fort du marché en 2022 qui a pesé sur les entreprises et leurs priorités.

Le partage des datas produits reste un sujet complexe malgré les travaux engagés avec les distributeurs. La mise en place de communautés de bonnes pratiques, bien qu'initiée, n'a pas toujours atteint le niveau d'engagement attendu.

Enfin, la dynamique de recrutement d'adhérents est restée en deçà des ambitions initiales. Ces points constituent autant d'enseignements pour la nouvelle feuille de route, qui en fait des axes prioritaires de progression.

Le bilan 2021-2025 en chiffres clés

- **INODATA** : plus de 600 comptes ouverts depuis 2023
- **Matinées de la Distribution** : 63 rencontres, plus de 3 000 participants, 29 enseignes rencontrées
- **RSE** : plus de 20 webinaires par an ; au moins 50 % des adhérents engagés dans une démarche bilan carbone
- 15 projets pilotés sur l'ensemble du cycle comme les Inohadays, la communication externe, la représentation des adhérents vis-à-vis des pouvoirs publics, l'optimisation de la gouvernance

Une ambition réaffirmée : devenir incontournable pour tous les industriels du Nouvel Habitat

Forte de ce bilan, INOHA confirme dans CAP 2030 ses trois missions stratégiques - Éclairer, Construire, Peser - et affirme une ambition structurante : devenir le partenaire de référence des industriels de la construction, de la rénovation et de l'amélioration de l'habitat, en s'imposant comme l'acteur incontournable sur ses trois domaines d'expertise : la connaissance des marchés, la relation avec les distributeurs et la RSE/l'environnement.

La feuille de route s'inscrit dans une logique de consolidation, d'adaptation et de projection, dont l'acronyme CAP résume la philosophie : **C**onsolider les acquis, **A**dapter l'offre, les formats et les actions aux nouvelles attentes des adhérents, et **P**rojecter l'association dans une dynamique de transformation.

Cette ambition prend forme dans un contexte économique exigeant. Le marché de l'amélioration de l'habitat a reculé de 2,9 % en 2025, après -7,6 % en 2024, soit un repli cumulé qui pèse sur l'ensemble de la filière. Les arbitrages des ménages restent défavorables à la maison : si l'alimentaire a renoué avec la croissance, les biens durables continuent de pâtir d'un pouvoir d'achat contraint. Le segment du Nouvel Habitat est tiré vers le bas par la crise des mises en chantier amorcée en 2022, tandis que le marché de l'ancien se redresse progressivement (+11,8 % de transactions), soutenu par la stabilisation des taux d'intérêt entre 3,1 % et 3,3 %.

À cela s'ajoutent une instabilité réglementaire persistante illustrée par les suspensions répétées de MaPrimeRénov', par la refondation en cours des filières REP et un durcissement des négociations commerciales, jugées difficiles ou très difficiles par une majorité d'industriels en 2026. Dans cet environnement, **INOHA fait le pari du collectif comme levier essentiel d'accompagnement des entreprises et de défense de leurs intérêts.**

CAP 2030 est le fruit d'une **démarche participative** engagée plusieurs mois avant son adoption, associant adhérents, administrateurs, distributeurs et partenaires. Cette construction collective traduit une volonté claire portée par l'association : fédérer les industriels du Nouvel Habitat pour accélérer et pérenniser leur développement.

Quatre priorités stratégiques pour les cinq prochaines années

CAP 2030 s'organise autour de quatre priorités complémentaires : deux tournées vers la valeur délivrée aux adhérents : une offre plus lisible et une communication modernisée, et deux tournées vers la force collective de l'association : le renforcement du sentiment d'appartenance et une politique de recrutement ambitieuse. Ensemble, elles traduisent la conviction d'INOHA que l'utilité individuelle et la puissance collective sont les deux faces d'un même levier.

Une offre plus lisible, recentrée sur trois piliers à forte valeur ajoutée

INOHA recentrera son offre autour de la connaissance des marchés, des relations distributeurs et de la RSE/l'environnement, afin de répondre plus efficacement aux attentes des adhérents. Cette clarification répond à un constat : **l'association a beaucoup développé son offre de services au cours du cycle précédent**, et il s'agit désormais de **la rendre plus lisible et plus accessible**, plusieurs nouveautés viendront enrichir ce socle.

Dès septembre 2026, des rendez-vous mensuels de 30 minutes sur l'actualité réglementaire concernant la RSE et l'environnement seront proposés par INOHA à ses adhérents.

Dès 2027, les **Matinées de la Distribution** seront renforcées par l'invitation d'enseignes spécialisées, afin d'élargir le périmètre des interlocuteurs accessibles aux adhérents. À partir de 2027, l'accompagnement se déploiera sur le volet environnemental : un programme dédié à **l'empreinte carbone produit** aidera les industriels à répondre aux exigences croissantes en matière d'analyse de cycle de vie, tandis que le travail sur la **Supply Chain** sera intensifié et le calcul de **l'ACV produit** intégré à l'offre. En 2028, INOHA ouvrira un nouveau chantier avec un **accompagnement à l'export**, dans une logique de diversification des marchés. Les **Trophées INOHA**, dont la dixième édition a récompensé sept entreprises en décembre 2025, seront **repositionnés** pour être davantage mis au service du commerce.

Une communication modernisée, plus incarnée et plus sélective

Cette priorité vise à mieux valoriser les actions de l'association et à renforcer l'impact des messages auprès des adhérents comme des relais externes.

L'intranet adhérents sera totalement revu pour améliorer l'expérience utilisateur, il s'agit de l'un des chantiers les plus concrets engagés dès 2026. Ergonomie repensée, inscriptions aux évènements facilitées, meilleure centralisation des contenus ou encore possibilité d'échanger entre pairs, ce nouvel intranet permettra d'engager encore plus la communauté des 2 500 collaboratrices et collaborateurs qui travaillent chez les 250 adhérents d'INOHA.

Les **replays** seront systématisés afin de permettre aux adhérents de suivre les webinaires proposés au moment qui leur convient, prolongeant ainsi la durée d'usage des contenus produits. Les contenus eux-mêmes seront rendus plus incarnés et plus pédagogiques, pour gagner en proximité avec les adhérents.

Un renforcement de la fidélisation et de la fierté d'appartenance

Dans un contexte économique exigeant, INOHA fait le pari que la force du collectif est un levier de développement à part entière. Cette conviction se traduit par des actions concrètes à plusieurs échelles.

Au quotidien d'abord : les **groupes de travail**, jusqu'ici réservés aux administrateurs, s'ouvriront à l'ensemble des adhérents, multipliant les espaces de contribution et d'échange entre pairs.

À l'échelle des dirigeants ensuite : une **rencontre annuelle** réunissant les directeurs généraux des entreprises adhérentes sera instituée, créant un rendez-vous dédié aux enjeux stratégiques.

À l'échelle des territoires enfin : dès 2028, des réunions régionales permettront aux adhérents de tisser des liens de proximité au-delà des seuls temps forts nationaux.

Par ailleurs, ces temps forts nationaux seront eux-mêmes renforcés : les INOHADAYS ont vocation à devenir le rendez-vous incontournable de toute la filière, prolongeant la dynamique engagée lors du cycle précédent.

De façon transverse, le **programme de parrainage** lancé en 2025, qui récompense les adhérents contribuant au développement du réseau, viendra irriguer l'ensemble de ces initiatives.

Pour compléter ces actions, des engagements plus profonds permettront de renforcer la fierté des adhérents : en 2027, l'association souhaite par exemple s'engager dans le Téléthon du bâtiment, et en 2028, la célébration des 50 ans d'INOHA offrira à toute la filière un moment fédérateur exceptionnel. Autant de grands moments qui donneront l'occasion de faire rayonner collectivement l'industrie du Nouvel Habitat et d'ancrer son utilité pour le bien-être des Français.

Un objectif de recrutement de +100 adhérents en cinq ans

Le recrutement de nouveaux adhérents constitue l'un des axes les plus structurants de CAP 2030. Au-delà du chiffre de 100 adhérents supplémentaires à horizon 2030, cet objectif de croissance est présenté comme une condition nécessaire pour accroître la puissance de l'association, ses moyens et son influence. Dans un environnement marqué par l'accélération de la concentration des distributeurs, la représentativité de l'association n'est pas un enjeu accessoire : c'est un levier stratégique.

Cette dynamique est déjà enclenchée : **11 nouvelles entreprises ont rejoint INOHA en 2025, et 25 en 2026**, témoignant d'un regain d'attractivité que CAP 2030 ambitionne d'amplifier durablement.

Pour atteindre cet objectif, INOHA se dote de moyens concrets. Dès 2026, un poste dédié sera créé, pour un nouveau collaborateur dont la mission sera exclusivement centrée sur le recrutement, la fidélisation et l'animation de la vie régionale, signal fort d'un engagement qui se traduit en ressources humaines.

En parallèle, un **réseau d'ambassadeurs** sera structuré et outillé : prises de parole personnalisées, contenus LinkedIn, supports de présentation, autant d'outils pour que les adhérents deviennent eux-mêmes des vecteurs de recrutement.

Un **programme de parrainage** au sein du Conseil d'Administration viendra compléter ce dispositif, garantissant à chaque nouveau membre un accompagnement humain dès son arrivée.

La **prospection sera également intensifiée** sur les salons d'enseignes, identifiés comme le meilleur terrain de rencontre avec les industriels non encore membres, avec la présence systématique d'un administrateur pour porter le message au plus près des décideurs.

Enfin, un **parcours d'intégration** sera mis en place non seulement pour les nouvelles entreprises adhérentes, mais aussi pour leurs collaborateurs, reconnaissant que l'engagement envers INOHA se construit à tous les niveaux de l'organisation.



« Je tiens à rendre hommage au travail accompli : Jean-Luc Guéry a structuré l'association et développé des services à forte valeur ajoutée. Mon rôle sera d'inscrire mon action dans la continuité, mais aussi dans l'accélération : aller plus vite, être plus concrets pour les adhérents et plus visibles à l'extérieur. Mon ambition est que l'on vienne à INOHA en continu, pour progresser, partager et anticiper, et non plus seulement quand on a un problème. », ajoute David Riquier, Président d'INOHA.

Rapport d'activité 2025



A propos d'INOHA

Depuis 1978, INOHA est l'association professionnelle qui fédère les Industriels qui fournissent des produits et des solutions pour la construction résidentielle, la rénovation et l'amélioration de l'habitat. Elle les accompagne pour accélérer et pérenniser leur développement dans une approche multicanale. INOHA s'engage auprès de ses adhérents à les éclairer, à construire et à peser dans un esprit de partage d'engagement et de respect. INOHA et ses adhérents sont au service des Français qui font de leur habitat une valeur refuge, source de leur bien-être.