

Rapport d'activité

2025



inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

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.

zoom

Chiffres clés et faits marquants	04
----------------------------------	----

éclairer

Le marché 2025	06
Inohadays 2025	08
Inodata	10
Les matinées de la de la distribution	11
Les expertises de nos partenaires	12

construire

Bilan 2021-2025	14
Feuille de route 2026-2030	15
Interviews croisées des Présidents	16
Bâtir pour le climat	19
RSE	21

peser

Influence	24
Communication	26
Trophées Inoha	27

Inoha

Gouvernance	30
-------------	----

Changement de présidence



Jean-Luc
GUÉRY
PRÉSIDENT JUSQU'AU
11 JUIN 2026



David
RIQUIER
PRÉSIDENT DEPUIS
LE 11 JUIN 2026

Chères adhérentes,
Chers adhérents,

Ce rapport d'activité marque un moment particulier dans la vie d'INOHA. Celui du bilan d'un cycle engagé en 2021 et l'ouverture d'une nouvelle étape pour notre association.

Depuis 2020, dans un contexte souvent chahuté, nous avons collectivement construit et déployé une feuille de route ambitieuse. Elle nous a permis de développer des services utiles à vos entreprises – Chiffres du secteur, matinées distributeurs, réglementation environnementale et programmes décarbonation – et de porter votre voix auprès des distributeurs et des pouvoirs publics. Ce chemin, nous l'avons parcouru ensemble, guidés par des valeurs qui nous rassemblent : l'engagement, le partage et le respect.

Mais ce rapport qui revient sur les grands moments de 2025 n'est pas seulement un regard vers le passé. Il est aussi tourné vers l'avenir.

Car le contexte économique reste difficile pour nombre d'entre vous. Instabilité des marchés, tensions sur les négociations commerciales, pression sur les marges : les défis sont nombreux et exigent plus que jamais une réponse collective forte. Dans cet environnement, INOHA continuera d'être à vos côtés avec détermination dans les années à venir.

La nouvelle feuille de route CAP 2030, construite avec vous, s'inscrit pleinement dans cette continuité. Elle vise à consolider les points forts, à adapter notre offre, nos formats et nos actions. Pour cela, nous vous proposerons une offre plus lisible, une communication plus moderne, de renforcer votre sentiment d'appartenance et de développer notre collectif. Car c'est tous ensemble que nous pourrions devenir incontournable.

Ce passage de relais entre présidences s'inscrit dans cette dynamique : celle d'une association solide, unie et tournée vers l'action. Une association qui évolue, s'adapte, mais reste fidèle à sa raison d'être et à ses missions : fédérer les industriels pour accélérer et pérenniser leur développement en vous Éclairant, en Construisant ensemble et en Pesant pour défendre vos intérêts.

Plus que jamais, la force d'INOHA réside dans son collectif. Continuons à le faire vivre, à le renforcer et à le porter avec ambition.

Bien fidèlement,

Jean-Luc Guéry & David Riquier

Chiffres clés et faits marquants 2025

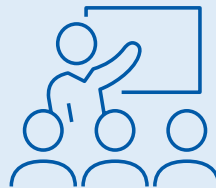


101

événements organisés par INOHA ont rassemblé **2016** participants :

24

événements sur la RSE et 17 entreprises accompagnées sur un programme RSE



13

matinées de la distribution

8

webinaires juridiques



243

participants réunis lors des Inohadays sur les nouvelles relations commerciales

3

groupes de partages d'expériences



15

capsules de compétences

11

nouvelles entreprises

ont rejoint INOHA



INODATA : 175 utilisateurs en moyenne tous les mois



64,7

c'est le Net Promoter Score* obtenu par Inoha en 2025 auprès de ses adhérents, un niveau équivalent à celui mesuré en 2024

(*Taux d'engagement des adhérents à recommander INOHA)



Éclairer

Éclairer en décryptant les enjeux de la filière, l'évolution des marchés, les attentes des consommateurs et des distributeurs, pour nourrir l'innovation...

Un mieux fragile

Après une année 2024 à -7,6 %, le marché total recule encore de 2,9 % en 2025.

-2,9 % sur le marché de l'amélioration de l'habitat en France en 2025.

La tendance se stabilise progressivement avec un quatrième trimestre à 0,7 %, tandis que décembre enregistre un léger rebond (+0,9 %), porté par le Négoce. Cette amélioration témoigne d'une sortie de « trou d'air », sans pour autant annoncer un véritable redémarrage.

Des arbitrages toujours défavorables à la maison

Si le marché alimentaire a renoué avec la croissance (+1,8 % en volume et en valeur), les biens durables ont continué de pâtir des arbitrages de consommation des Français. L'amélioration de l'habitat se situe entre le meuble (-1,8 %) et les reculs plus marqués du gros électroménager (-4,5 %) et de l'électronique grand public (-5,3 %).

Immobilier : reprise de l'ancien, mais pas du neuf

La crise des mises en chantier, amorcée

en 2022, continue de peser sur le segment du Nouvel Habitat. À l'inverse, le marché de l'ancien se redresse (+11,8 % de transactions) grâce à la stabilisation des taux entre 3,1 et 3,3 %. Ce regain d'activité, conjugué au plan logement du gouvernement, laisse entrevoir les premiers signes d'une reprise, qui reste très timide.

Des rayons contrastés

Le Chauffage Climatisation a été le moteur de 2025 (CA en hausse de +1,3%), porté par une année exceptionnelle pour la climatisation et la ventilation : 2025 a été la 4^e année la plus chaude jamais enregistrée. L'Électricité résiste quasiment à l'équilibre (-0,1%), tandis que le Jardin affiche des résultats en demi teinte : la bonne tenue de l'arrosage ne compense pas le recul de l'outillage motorisé, malgré la dynamique des robots tondeuses. Le Bâtiment (-5,1 %) et la Décoration (-5,9%) en baisse tendancielle depuis 4 ans demeurent les plus affectés.

Un horizon 2026 encore incertain

L'évolution du marché dépendra encore largement de la météo, bien sûr, mais aussi du moral des ménages qui reste très fragile. 57 % des Français pensent que la situation économique va se dégrader en 2026 et 70 % estiment que la situation de la France sera pire à un horizon de cinq ans (source : NIQ).

Evolution du CA par rayon 2025

(tous circuits)

Chauffage	1,3%
Jardin	0,2%
Electricité	-0,1%
Plomb. sdb. cuisine	-2,3%
Quincaillerie	-2,4%
Bois & menuiserie	-3,1%
Outillage	-3,7%
Revêtements	-3,7%
Peinture-droguerie	-3,9%
Bâtiment	-5,1%
Décoration	-5,9%

Evolution du CA par circuit en 2025

Jardinerie/LISA	-0,9%
GSB	-1,2%
Négoce	-3,9%
GSA	-4,7%



"Nous attendons du Gouvernement qu'il inscrive la politique du logement dans une trajectoire claire, du neuf à la rénovation"

Top 10 des sous familles en GSB



Evolution du CA 2025 en %

Climatisation	42,8%
Traitements de l'air et ventilation	35,9%
Détecteurs	30,0%
Traitements Bois intérieurs	28,7%
Motobineuses	26,6%
Piscines	17,7%
Aménagements décoratifs jardin	17,5%
Alimentation multicouche	16,3%
Béton cellulaire	15,4%
Ombrage	10,7%

Flop 10 des sous familles en GSB



Evolution du CA 2025 en %

Photovoltaïque	-35,4%
Absorbeurs d'humidité	-25,9%
Accessoires chauffage central	-19,3%
Ferronnerie	-17,6%
Baignoires	-17,6%
Peintures de rénovation	-16,6%
Tondeuses thermiques	-15,6%
Outillage stationnaire	-14,4%
Engrais et amendements	-13,4%
Chaudières	-13,4%

Questions à

Jean-Christophe REPON

PRÉSIDENT
DE LA CAPEB



_ Quel bilan faites-vous de l'année 2025 ?

Après plus de deux années de repli continu de notre activité, 2025 s'est inscrite dans un climat de tension et d'usure. Les artisans du bâtiment ont le sentiment de naviguer sans boussole face à une politique nationale instable qui fragilise durablement leur activité en recul de 3,8 % sur l'année.

Le neuf a montré un ralentissement de son recul mais les segments de l'entretien-rénovation et de la performance énergétique continuent de stagner à -1,5%. Un chiffre alarmant et en totale contradiction avec l'ampleur des besoins en rénovation, qui s'explique en grande partie par un manque de vision politique et les suspensions répétées de MaPrimeRénov'.

_ Quels signes ou changements percevez-vous pour 2026, en termes d'activité et de compétitivité des entreprises artisanales ?

En ce début d'année, l'activité reste difficile, tant l'incertitude reste de mise. Plusieurs signaux sont encourageants : le taux d'épargne des ménages baisse, le nombre de défaillances reste contenu, les besoins en trésorerie diminuent et les ventes de logements anciens poursuivent leur reprise. La balle est à présent dans le camp du Gouvernement. Nous attendons du Gouvernement qu'il inscrive la politique du logement dans une trajectoire claire, du neuf à la rénovation. Nous avons besoin de stabilité, de lisibilité et d'une confiance restaurée pour retrouver de l'activité et sortir enfin de cette crise qui nous paralyse.

_ Dans le cadre du plan « Relance logement » du Gouvernement, quels impacts anticipez-vous sur l'activité des artisans ?

Le plan « Relance logement » apporte une première visibilité pour 2026, mais les mesures restent insuffisantes pour soutenir réellement les artisans et répondre aux besoins des Français en matière de rénovation énergétique et d'adaptation des logements. La CAPEB milite pour des mesures ambitieuses : parcours de rénovation par étapes, RGE accessible via la VAE, groupements momentanés d'entreprises facilités afin que les artisans puissent contribuer pleinement à la réussite des défis énergétiques et sociétaux, qui sont majeurs et structurels pour l'avenir de notre société.



Les nouvelles relations commerciales

Le 22 mai 2025, au Jardin d'Acclimatation à Paris, INOHA a tenu ses Inohadays autour du thème : « Les nouvelles relations commerciales : de la prospection à l'exécution du contrat, ou comment transformer sa stratégie en business ».



Réunissant près de 250 participants, adhérents, partenaires, presse et institutionnels, les Inohadays 2025 ont été consacrés à plusieurs tables rondes thématiques sur les nouvelles relations commerciales. Celles-ci reposent désormais sur des partenariats renforcés, fondés sur la co-construction, la confiance et une exploitation stratégique de la data, bien au-delà de la seule négociation tarifaire.

Une démarche plus collaborative, s'appuyant sur le facteur humain

Introduites par une keynote d'Yves Puget, directeur de la rédaction de LSA, les discussions ont exploré les mutations profondes des relations fournisseurs-distributeurs. La première séquence, consacrée au binôme KAM/acheteur, a mis en lumière la nécessité de réinventer ce tandem stratégique pour dépasser une logique purement transactionnelle et instaurer un véritable partenariat de long terme.

La deuxième table ronde a souligné l'évolution des forces de vente, appelées à conjuguer expertise terrain, maîtrise des outils digitaux et capacité à nourrir la préférence de marque en magasin.

Enfin, la troisième table ronde a mis le focus sur le retail media qui s'impose comme une révolution en marche. Accessible, mesurable et orienté performance, il permet aux marques de cibler précisément les consommateurs dès la phase de recherche, de renforcer leur visibilité et de générer des ventes incrémentales.

Au-delà des outils, les échanges ont rappelé l'importance de l'humain : confiance, écoute et engagement réciproque demeurent les fondements d'une performance durable. En devenant également annonceurs au sein des enseignes, les industriels adoptent une nouvelle posture qui redéfinit la relation commerciale. Plus collaborative, plus stratégique et résolument tournée vers la performance partagée.

Espace des solutions

Animé par nos partenaires pendant les pauses, cet espace a permis aux entreprises de découvrir les dernières offres et services. Merci à nos partenaires :



3 Temps forts !



Le binôme KAM/Acheteur : un modèle à réinventer

De gauche à droite : **Philippe Duvoelle** – Coach-formateur, expert en stratégies de négociations intégratives, **Nicolas Joly** – Directeur de l'offre produits et services – Entrepôt du Bricolage et **Didier Mauron** – Country Manager France – Wolfcraft.



Les forces de ventes : un métier en mutation

De gauche à droite : **Arnaud Jobard** – Directeur Commercial Food-Suntory, **Nathalie Andrieu** – Directrice commerciale force de vente secteur de la Tech – CPM, **Guillaume Dufourg** – Directeur des ventes – Ecovacs et **Xavier Mabon** – Directeur du magasin Brico E.Leclerc de Langon- Mazères



Le retail media : une révolution en marche

De gauche à droite : **Moïse Denage** – Managing Director – Etail Agency, **Elise Mayolle** – Responsable Retail média pour Leroy Merlin/ Régie Média Valiuz, **Romain Huard** – Head of sales catégorie DIY / Maison / Kitchen / Home Improvement – Amazon Ads, **Nicolas Vilquin** – Directeur marketing activation – Brunel

Questions à Yves PUGET

DIRECTEUR DE LA
RÉDACTION DE LSA



– Quels changements majeurs observez-vous aujourd'hui dans les relations commerciales entre les industriels et les distributeurs ?

Il est clair que les négociations commerciales se sont nettement durcies ces dernières années. Plusieurs facteurs l'expliquent. D'abord, le contexte économique : nous évoluons sur des marchés atones, parfois en recul.

Ensuite, la montée en puissance des marques de distributeurs réduit mécaniquement l'espace et la visibilité des grandes marques nationales.

Troisième facteur : l'exigence croissante en matière de RSE. Les attentes environnementales, sociales et réglementaires se renforcent, générant de nouvelles contraintes mais aussi de nouvelles responsabilités.

Par ailleurs, la transformation digitale rebat les cartes. Cette complexification des circuits de vente modifie en profondeur les équilibres traditionnels.

Enfin, la judiciarisation accrue des relations commerciales contribue également à tendre le climat. Le cadre réglementaire est plus dense, plus technique, et nécessite une vigilance constante.

– Selon vous, à quoi ressembleront les relations commerciales gagnantes de

demain ? Qu'est-ce qu'une négociation commerciale réussie ?

Une négociation gagnante sera d'abord une négociation fondée sur le respect mutuel. Elle dépassera la logique purement transactionnelle pour entrer dans une logique de co-construction.

Il ne s'agira plus simplement de négocier un prix, mais de bâtir ensemble. Nous passons progressivement d'une logique bilatérale à une logique d'écosystème.

Deuxième pilier : la transparence. Elle devient un véritable levier de performance. Transparence sur la traçabilité, partage d'indicateurs clés, visibilité en temps réel sur la chaîne d'approvisionnement. La donnée n'est plus un outil de contrôle, mais un outil d'optimisation collective.

Troisième élément : un partage plus équilibré de la valeur. Cela suppose des mécanismes d'indexation intelligents, des clauses de révision adaptées aux aléas économiques et des modèles de rémunération basés sur la performance globale plutôt que sur la seule pression tarifaire.

Enfin, une négociation moderne intègre la décarbonation, la réduction des déchets, les standards sociaux et l'éthique des pratiques. La performance économique ne peut plus être dissociée de la performance durable.

INODATA lance son Observatoire des marques

INODATA s'est imposée comme une plateforme, offrant une intégration fluide de l'ensemble des données économiques, marchés et consommateurs au service des adhérents d'INOHA. En 2025, INODATA a franchi une nouvelle étape en lançant son Observatoire des marques, une innovation majeure pour les industriels du Nouvel Habitat.

La montée en puissance d'INODATA se traduit par plus de 600 inscrits et des usages en forte progression. Son interface claire et ergonomique permet aux non-experts de naviguer aisément dans des tableaux de bord interactifs rendant immédiatement lisibles les tendances de fond, tout en garantissant une grande rapidité d'exécution des requêtes.

Un outil pour les négos

Grâce à la couverture la plus large du marché (Négoce, GSB, GSA, Jardineries-LISA) et à 50 indicateurs macroéconomiques clés, la plateforme est devenue un outil de référence pour préparer les négociations avec la distribution sur la base de données partagées et reconnues par la filière.

INODATA s'enrichit en permanence de nouvelles applications pour coller au plus près des besoins des industriels.

Nouveauté 2025

En 2025, cette dynamique se concrétise par **le lancement du nouvel Observatoire des marques sur notre secteur.**

Alimenté par l'analyse mensuelle de centaines de millions de requêtes Google, cet Observatoire mesure en continu les recherches des consommateurs, identifie les marques qui viennent spontanément à l'esprit des internautes, leur part de voix digitale et l'évolution de leur visibilité dans le temps, enrichissant ainsi les données de ventes et macroéconomiques pour offrir une véritable vision 360° du marché.



**Olivier
CATHELAND**

**DIRECTEUR MARKETING FRANCE
STANLEY BLACK & DECKER**

« Nous utilisons INODATA chaque mois pour le suivi des données macroéconomiques, l'évolution des ventes de nos catégories et estimer nos parts de marché. Nous surveillons la part de voix de nos marques dans les recherches Google afin de mesurer leur puissance et d'en suivre l'évolution.

La plateforme est très utile, intuitive et pratique. Elle répond à plusieurs besoins en centralisant les données, ce qui évite de multiplier les sources d'information. INODATA est devenue un outil stratégique pour notre suivi et notre prise de décision. »

Les Matinées de la distribution inaugurent les rendez-vous BtoB

Les matinées de la distribution favorisent le lien entre les industriels et les enseignes de la distribution sur les circuits GSA, GSB, négoce et marketplaces. Un format plébiscité par les adhérents.

Cette année 13 matinées, réunissant 600 personnes, ont offert aux adhérents une meilleure connaissance des enseignes et un dialogue direct sans pincettes !

Un nouveau format pour renforcer le business

Les matinées de la distribution peuvent désormais se poursuivre par des rendez-vous BtoB afin de renforcer les collaborations avec les adhérents. Un rendez-vous de 15 minutes est organisé, ce qui permet à l'industriel d'établir un contact privilégié. La Plateforme du Bâtiment a lancé cette nouvelle dynamique le 14 octobre 2025 suivi par SAMSE le 29 octobre. Le matin, l'enseigne de négoce a axé sa présentation sur son organisation, son réseau, le marketing de l'offre, son engagement RSE ainsi que sur son modèle innovant et a poursuivi son intervention par des rendez-vous BtoB venant renforcer la collaboration avec les adhérents d'INOHA. Par ailleurs, la dynamique des matinées est également démontrée grâce à l'engouement du « Pass annuel matinées ». Lancé en 2024, le Pass annuel permet d'assister à l'ensemble des matinées en y inscrivant

deux collaborateurs.

À travers ses matinées de la distribution, INOHA crée un espace privilégié de dialogue, de transparence et de coopération au service des acteurs de l'habitat.



**En 2025,
13 Matinées de la
distribution organisées,
réunissant 592
participants**

22 Janv.	Gedimat
18 mars	Mano Mano
17 avril	Les Mousquetaires
12 Juin	Starmat
25 juin	LaMaison.fr
17 sept.	Castorama
24 sept.	CDiscount
8 oct.	Tout Faire
14 oct.	La Plateforme du Bâtiment
29 oct.	SAMSE
6 nov.	Leroy Merlin
26 nov.	Matinée Supply Chain Leroy Merlin
10 déc.	TERACT



Sibylle DAUNIS OPFERMANN

DIRECTRICE GÉNÉRALE – LA PLATEFORME DU BÂTIMENT

« Grâce à l'intermédiation d'INOHA, nous avons bénéficié d'un cadre structuré et qualitatif favorisant un dialogue direct, transparent et constructif avec des industriels majeurs du secteur. Ces échanges indispensables nous permettent d'identifier des axes concrets de collaboration, notamment en matière d'élargissement de gammes, d'optimisation des flux et de co-construction d'offres adaptées aux besoins des chantiers de nos clients. »

Un réseau de partenaires qui se renforce !

INOHA continue de renforcer son réseau et compte désormais 17 partenaires experts, mobilisés pour accompagner ses adhérents dans leur développement.

En 2025, **EcoLogic** est venu renforcer ce réseau et en 2026 c'est **Appros Energies** et **Synolia**, qui rejoignent le collectif d'experts capables d'apporter des réponses concrètes aux enjeux actuels des industriels.

Les partenaires d'INOHA accompagnent les adhérents autour de **trois axes structurants** :

- **Le développement de l'activité commerciale**, grâce à des solutions favorisant la performance, la visibilité et la conquête de nouveaux marchés.
- **Les problématiques liées à la RSE**, pour aider les entreprises à intégrer durablement les enjeux environnementaux, sociétaux et réglementaires dans leur stratégie.
- **L'optimisation des coûts et des financements**, en proposant des



leviers d'efficacité, de mutualisation et de sécurisation budgétaire.

Ces collaborations stratégiques constituent un véritable moteur de crois-

sance pour les entreprises membres, en leur offrant un accès privilégié à des compétences clés et à des ressources à forte valeur ajoutée.



ECOLOGIC

EcoLogic pilote trois filières nationales de prévention et de recyclage de produits usagés ou en fin de vie : celle des équipements électriques et électroniques (EEE), celle des articles de sport et de loisirs (ASL) et celle des articles de bricolage et de jardin pour la partie des équipements thermiques (ABJth).



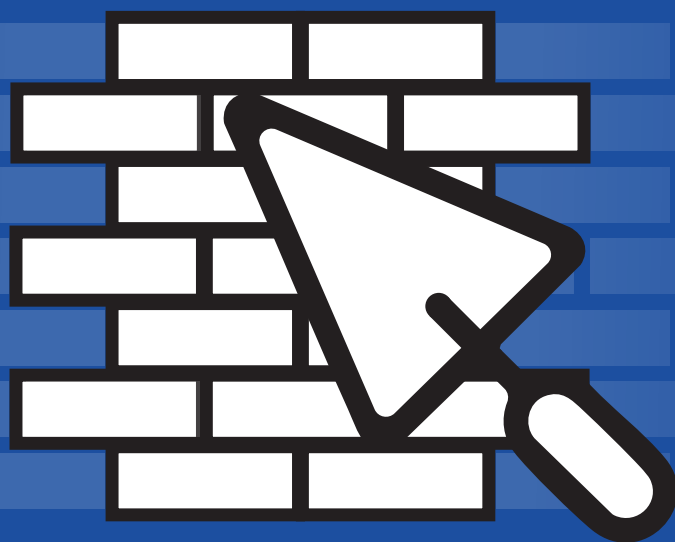
Appros Energies

L'énergie est un marché à risque : il faut identifier les meilleurs fournisseurs, renégocier, optimiser taxes et transport, et suivre le marché. Appros Energies accompagne les PME/PMI pour réduire leurs coûts et sécuriser leurs achats.



Synolia

Synolia orchestre vos projets e-commerce, CRM et data pour accélérer votre croissance. Le groupe s'appuie sur une plateforme d'expertises et de solutions au service d'expériences digitales performantes, pour vos équipes comme pour vos clients.



Construire

Construire ensemble l'avenir, en partageant les bonnes pratiques,
en montant en compétences, en nouant des partenariats et en
mutualisant des solutions...

2021-2025 :

INOHA franchit un cap *et s'impose comme un acteur clé de la filière*

En cinq ans, INOHA a profondément affirmé son rôle et son impact. Guidée par une feuille de route structurée autour de trois missions – éclairer, construire et peser – l'organisation s'est imposée comme un acteur incontournable de la filière habitat.

Le bilan de la feuille de route 2021-2025 a été mené auprès des adhérents et des administrateurs à l'automne 2025. Sur les 15 projets identifiés, 3 ont vu des résultats décevants, liés notamment à un retournement fort du marché en 2022 qui a pesé sur les entreprises et leurs priorités.

Des projets structurants plébiscités

Le lancement d'INODATA en 2023 marque un tournant. Avec plus de 600 comptes et une utilisation en forte progression, la plateforme de business intelligence s'impose comme une référence pour décrypter marchés et tendances et partager la connaissance.

Autre succès majeur : les Matinées de la Distribution qui sont devenues un rendez-vous stratégique avec 63 rencontres et plus de 3 000 participants sur la période. Elles ont renforcé le dialogue direct avec les enseignes.

Les INOHADAYS ont également pris une nouvelle dimension en s'ouvrant à l'écosystème et en devenant le temps fort de la filière, mêlant inspiration, business et convivialité.

Une filière accompagnée sur les enjeux d'avenir

Au cours de cette période, la RSE s'est imposée comme un axe structurant avec des décriptages 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.

Parallèlement, INOHA a renforcé les échanges avec les distributeurs, son influence envers les pouvoirs publics et est montée en puissance sur la communication, notamment digitale.

Des avancées... et des défis persistants

Tout n'a pas été simple. 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 que lancée, n'a pas toujours atteint le niveau d'engagement attendu.

Enfin, la dynamique de recrutement d'adhérents est restée en deçà des ambitions initiales.

CHIFFRES CLÉS

63 matinées

3 000 participants

29 enseignes rencontrées

Un cap franchi, une ambition renforcée

Malgré ces obstacles, INOHA sort de ce cycle renforcée : plus structurée, plus visible et plus légitime. Une base solide pour engager une nouvelle feuille de route 2026-2030 encore plus ambitieuse au service de ses adhérents et de toute la filière.

"être plus influent, plus visible, plus utile à nos adhérents"

Jean-Luc Guéry - Président d'INOHA



CAP 2030

Une ambition collective pour devenir incontournables

Après plusieurs mois de consultation et d'échanges, INOHA s'est dotée d'une nouvelle feuille de route à horizon 2030, construite avec l'ensemble de ses parties prenantes : adhérents, administrateurs, distributeurs et partenaires. Cette démarche collective traduit une volonté claire : « fédérer les industriels du nouvel habitat pour accélérer et pérenniser leur développement ».

4 priorités vont guider les actions

Forte du bilan 2021-2025, l'association confirme ses trois missions - Eclairer, Construire, Peser - et affirme une ambition structurante : devenir « l'association incontournable pour tous les industriels de la construction, de la rénovation et de l'amélioration de l'habitat ». Pour y parvenir, quatre priorités stratégiques guideront l'action dans les années à venir.

D'abord, proposer une offre plus lisible, recentrée sur ses 3 piliers à forte valeur ajoutée - Connaissance des Marchés, Relations Distributeurs, Environnement, afin de répondre plus efficacement aux attentes des adhérents. Cotés nouveautés : Inoha renforcera les matinées de la distribution en invitant des enseignes spécialisées ; à partir de 2028 elle proposera à ses adhérents un accompagnement à l'export ; et dès 2027 elle proposera à ses adhérents un programme d'accompagnement sur l'empreinte carbone produit.

Ensuite, moderniser la communication, en la rendant plus incarnée et plus sélective, pour mieux valoriser les actions et renforcer l'impact des messages. L'intranet adhérents sera totalement revu pour améliorer l'expérience utilisateur et les replays seront systématisés pour permettre aux adhérents de suivre quand ils le veulent les webinaires proposés.

INOHA entend également renforcer la fidélisation et la fierté d'appartenance.

"CAP 2030 Consolide, Adapte et Projette nos actions au bénéfice des adhérents et permettra à INOHA de devenir incontournable"

David Riquier
Président d'INOHA

Dans un contexte économique exigeant, « la force du collectif » reste un levier essentiel pour accompagner les entreprises et favoriser les échanges entre pairs. Les groupes de travail, pour l'instant réservés aux administrateurs, seront ouverts aux adhérents qui le souhaitent. En 2028 des réunions entre adhérents seront organisées au niveau régional pour permettre à chacun de mieux se connaître. Une rencontre avec les DG des adhérents sera organisée chaque année et les INOHADAYS seront consolidés pour devenir le rendez-vous incontournable de la filière.

Enfin, l'association fait du recrutement un axe stratégique, avec l'objectif ambi-

tieux de +100 adhérents en cinq ans, condition nécessaire pour accroître sa représentativité, ses moyens et son influence.

Cette feuille de route s'inscrit dans une logique de consolidation, d'investissement et de transformation, avec des premières actions concrètes dès 2026 : recrutement dédié, refonte de l'intranet et renforcement de l'accompagnement juridique.

À travers cette dynamique, INOHA se donne les moyens de ses ambitions et confirme son rôle d'acteur clé au service du développement durable et collectif de la filière.



INTERVIEW

Interview croisée

Jean-Luc GUÉRY & David RIQUIER



Après six ans à la Présidence d'INOHA, Jean-Luc Guéry a transmis son mandat le 11 juin 2026 à David Riquier, élu le 6 mai par les membres du Conseil d'Administration pour les trois prochaines années. Regards croisés de deux présidents pour qui le collectif est la source de leur engagement et la force d'INOHA.

Quel regard portez-vous sur ces années à la présidence d'INOHA ?

Jean-Luc Guéry :

Je les regarde avec beaucoup de fierté et d'humilité. Quand je suis devenu Président en 2020, nous étions en plein Covid avec un marché très porteur dès sa sortie. Depuis, nous traversons une dégradation progressive du marché : inflation des coûts, tensions sur les matières premières, complexification réglementaire, négociations commerciales de plus en plus dures. Dans ce contexte, notre responsabilité était claire : être utile.

Quels sont les faits marquants de votre mandat ?

Jean-Luc Guéry :

Concrètement, nous avons structuré INODATA comme un véritable outil de pilotage pour les entreprises, nous avons développé fortement le service sur l'environnement qui n'existait pas chez INOHA avant, nous avons renforcé les matinées de la distribution qui sont devenues un rendez-vous incontournable avec les enseignes ainsi que l'accompagnement juridique - avec la révision du Code de Bonne Conduite en 2022, le Legal Bot ou les consultations individuelles. Et au cours de ces années, nous avons pris toute notre place auprès des distributeurs et des pouvoirs publics. Quand nous avons obtenu des avancées sur les pénalités logistiques ou sur certaines REP, c'est le fruit de ce travail collectif.

Avez-vous des regrets ?

Jean-Luc Guéry :

Nous n'avons pas tout réussi. Sur la data produit, par exemple, nous n'avons pas réussi à embarquer tout le monde alors que c'est un sujet clé dans la relation avec les distributeurs. De la même manière, sur un éco score unique pour la filière, j'aurais aimé convaincre l'ensemble des acteurs afin d'anticiper, plutôt que de se le voir imposer dans quelques années. Nous aurions pu aller plus loin dans l'animation de communautés d'adhérents ou dans le développement des adhérents et de la vie en régions. Mais je reste lucide : ces sujets demandent du

temps, de l'investissement et un contexte favorable... que nous n'avons pas toujours eu. Ces regrets sont aussi des points d'appui pour la suite.

Quel est votre plus grande fierté ?

Jean-Luc Guéry :

Ce dont je suis le plus fier, c'est d'avoir participé, avec l'aide, du bureau, du CA et des permanents à faire évoluer INOHA vers une association qui éclaire, qui construit et qui pèse. C'est aussi d'avoir inscrit INOHA encore plus fortement dans son écosystème distribution et bâtiment. Enfin, c'est d'avoir créé les conditions d'une gouvernance engagée- membres du Bureau, membres du CA et équipe permanente - pour notre industrie et notre filière. La feuille de route 2021-2025 nous a permis de structurer nos services, nos démarches et notre impact.

Pourquoi avoir décidé de vous engager davantage au sein d'INOHA ?

David Riquier :

Parce que, très concrètement, INOHA m'a été utile en tant que dirigeant. Dans les négociations commerciales, dans la compréhension des enjeux réglementaires ou encore dans l'accès à l'information marché, j'ai vu la valeur du collectif. Et aujourd'hui, avec des négociations 2026 jugées difficiles ou très difficiles par une majorité d'industriels, avec une pression forte sur les prix et les marges, il est évident que nous ne pouvons plus avancer seuls. J'ai souhaité m'engager parce que j'ai également envie de redonner ce que le collectif m'a apporté.

Quel héritage souhaitez-vous laisser à la fin de votre mandat ?

David Riquier :

J'aimerais laisser une association encore plus utile, plus lisible et plus forte. Si, demain, un adhérent se dit spontanément : "INOHA m'aide à mieux négocier, à mieux comprendre mes marchés et à prendre de meilleures décisions", alors nous aurons réussi. Je souhaite aussi que nous ayons renforcé le sentiment d'appartenance. Aujourd'hui, certains adhérents le disent eux-mêmes : « on ne va voir INOHA que quand on a un problème ». Mon ambition est que l'on y vienne en continu, pour progresser, partager et anticiper.

"La feuille de route 2021-2025 nous a permis de structurer nos services, nos démarches et notre impact."

– Quelles seront vos priorités pour ce nouveau mandat ?

David Riquier :

Elles sont très clairement définies dans la feuille de route CAP 2030 qui avait pour objectif de Consolider, Adapter et Projeter INOHA pour les prochaines années, et que les membres du Conseil d'Administration ont validé le 6 mai dernier. D'abord, rendre notre offre plus lisible. Nous faisons beaucoup de choses et nous avons clarifié notre offre autour de 3 grands axes – Connaissance des marchés – Relations distributeurs – Environnement.

Ensuite, nous allons moderniser notre communication. Cela passe par une refonte de l'intranet, la systématisation des replays, des contenus plus incarnés et plus pédagogiques.

Troisième priorité : le collectif. Nous allons renforcer les INOHADAYS, relancer la dynamique en régions, ouvrir davantage les groupes de travail aux adhérents. Nous allons créer des moments d'échanges entre dirigeants. Parce que c'est dans ces échanges que se crée la valeur.

Enfin, le recrutement. Nous avons un objectif clair : +100 adhérents en 5 ans. C'est indispensable pour nous donner les moyens d'agir et peser davantage dans un environnement où la concentration des distributeurs s'accélère.

– Allez-vous développer de nouveaux services pour les adhérents ?

David Riquier :

Nous allons réadresser le sujet de l'export, intensifier le travail sur la Supply chain, accompagner les adhérents sur le calcul de l'ACV produit et repositionner les trophées INOHA pour qu'ils soient plus au service du commerce. Sans oublier qu'en 2028 nous célébrerons les 50 ans d'INOHA. Ce sera un moment pour fédérer les adhérents, faire rayonner notre industrie et ancrer davantage l'utilité de notre filière pour le bien-être des Français.

– Comment voyez-vous la transition entre vos deux présidences ?

Jean-Luc Guéry :

Avec sérénité et confiance. La feuille de route CAP 2030 est le fruit d'un travail collectif approfondi avec les adhérents, les administrateurs et les parties prenantes. Elle confirme nos 3 missions stratégiques décidées en 2021 (Eclairer-Construire-Peser) et elle donne un cap clair : être l'association incontournable de notre secteur à horizon 2030. David y a fortement contribué. Je suis certain qu'il saura porter cette ambition.

David Riquier :

Je tiens à rendre hommage au travail accompli. Jean-Luc a structuré l'association, renforcé sa crédibilité et développé des services à forte valeur ajoutée. Nous partons sur des bases solides. Mon rôle sera d'être dans la continuité,

mais aussi dans l'accélération. Nous devons aller plus vite, être encore plus concrets pour les adhérents et encore plus visibles à l'extérieur.

– Un message aux adhérents dans ce contexte économique ?

Jean-Luc Guéry :

La période est exigeante, parfois dure. Mais c'est précisément dans ces moments que le collectif fait la différence.

David Riquier :

Je veux leur dire que nous serons pleinement à leurs côtés. INOHA est là pour les accompagner, les éclairer et défendre leurs intérêts. Mais cette force, elle dépend aussi de leur engagement. Plus nous serons mobilisés, plus nous serons forts.



" Mon rôle sera d'être dans la continuité, mais aussi dans l'accélération. Nous devons être encore plus concrets et visibles "

Bâtir pour le Climat

Les industriels en première ligne de la transition !

RDV
le 3 décembre 2026
sur **Bâtir pour le Climat** au
Parc des Princes
Paris.

La 4^{ème} édition du forum Bâtir pour le Climat, dont INOHA est co-éditeur, s'est tenue le 2 décembre 2025 au Parc des Princes.



Cet événement majeur, placé sous le signe de l'innovation et de la transition bas carbone, a une nouvelle fois réuni les acteurs clés du secteur pour construire ensemble un avenir plus durable. Plus de 600 visiteurs étaient au rendez-vous !

Tout au long de la journée, INOHA a mis en lumière l'engagement des industriels de la construction dans la transition écologique. Retours d'expérience et vision stratégique ont illustré les leviers pour bâtir un secteur à la fois plus durable et plus compétitif.

Le Village INOHA : un levier de visibilité

En 2025, le Village INOHA a réuni quatre entreprises – **Autogyre**, **Bâtir notre planète** – **Réca**, **Berry Alloc** et **Deschaumes Groupe**.

Pensé comme un espace de rencontres, le Village a permis aux exposants de présenter leurs solutions, de partager leurs expertises et de nouer des contacts avec les principaux prescripteurs et décideurs du secteur : maîtres d'œuvre et maîtres d'ouvrage, constructeurs, collectivités, architectes, promoteurs, ingénieurs, bailleurs et professionnels du négoce.

Grâce à l'offre proposée par INOHA, leur participation a bénéficié d'un dispositif complet : stand dédié, prise de parole, showroom en ligne et pitch sur plateau TV, prolongeant la visibilité bien au-delà de l'événement.

Des temps forts

La journée a été rythmée par des temps forts marquant la présence engagée

d'INOHA, notamment la remise des 10^{ème} Trophées, des tables rondes avec l'intervention de **Jean-Luc Guéry**, Président d'INOHA, et un atelier sur l'éco-conception animé par **Delphine de Labarrière**, Responsable RSE d'INOHA, qui a présenté des approches concrètes pour intégrer l'éco-conception dès la phase de développement produit.

Par ailleurs, Jean-Luc Guéry, a présenté comment INOHA accompagne les industriels de l'habitat vers la décarbonation de leurs produits et processus.



Visionnez le replay sur Youtube :



LE TRAVAIL EN FILIÈRE SE POURSUIT

Lors de la table ronde intitulée « Construire l'avenir : quelle stratégie collective pour une filière bas carbone ? », réunissant Franck Dessemon, Président de l'Untec - Union nationale des économistes de la construction, Jean-Luc Guéry, Président d'INOHA, et Catherine Guerniou, Vice-Présidente de la Fédération Française du Bâtiment (FFB), Jean-Luc Guéry a rappelé que le travail en filière constitue une nécessité pour réussir la transition environnementale du bâtiment.



ATELIER « ÉCO-CONCEPTION : LES CLÉS DE LA RÉUSSITE POUR EN FAIRE UN ATOUT STRATÉGIQUE »

Organisé sur le Live Stage et animé par Delphine de Labarrière, cet atelier de 30 minutes a apporté des réponses concrètes aux PME souhaitant structurer leur démarche et transformer cette transition en avantage compétitif.

À travers un retour d'expérience concret, l'entreprise Deschaumes, fabricant français de parquet, est revenue sur la démarche qui lui a permis de mettre au point Naofloor, le premier revêtement de sol – et le seul parquet massif biosourcé – à bilan carbone neutre, démontable et réutilisable.



Visionnez l'atelier en replay sur Youtube :

Alain PERROTIN

DIRECTEUR COMMERCIAL AUTOGYRE

« AUTOGYRE, expert de la ventilation depuis 70 ans, a eu le plaisir de participer, grâce à INOHA, au forum « BÂTIR pour le CLIMAT » 2025. Les équipes Autogyre ont pu mettre en avant des solutions techniques visant à la fois la rénovation (CEE, ...) et le marché du neuf RE 2020. Les échanges avec les professionnels du bâtiment et les distributeurs sont des occasions idéales pour confirmer de futurs chantiers, moins énergivores et avec une meilleure qualité d'air intérieur ! ».

Questions à Catherine GUERNIU

VICE-PRÉSIDENTE DE LA FFB
EN CHARGE DE LA RSE ET
VICE-PRÉSIDENTE DÉLÉGUÉE
DE LA CPME

– Que reprenez-vous du forum Bâtir pour le Climat et des échanges qui s'y sont tenus ?

C'est un moment de qualité autour des enjeux environnementaux dans le bâtiment et des rencontres lors des ateliers/tables rondes/plénières de qualité.

Il est important d'avoir des moments dédiés comme celui-là pour mettre en avant toutes les innovations.

Il est important que le forum soit encore plus connu par les donneurs d'ordre tant public que privé afin que la résonance soit encore plus présente !

– Pourquoi la participation à Bâtir pour le Climat est-elle importante pour la filière ?

Dans notre filière où les enjeux environnementaux sont fondamentaux, Bâtir pour le Climat est un moment où les acteurs peuvent échanger et se challenger ! Il mérite de devenir un incontournable .

En cette période où les limites planétaires sont de plus en plus contraintes, notre filière doit réagir activement et ne surtout pas faire machine arrière.

De la stratégie carbone à l'éco-conception

INOHA en action !

Alors que nos adhérents ont continué à s'engager dans la décarbonation, INOHA a renforcé ses décryptages réglementaires et ses webinaires de sensibilisation à l'éco-conception : des rendez-vous qui furent très suivis en 2025.



Stratégies ACT Pas à pas

Le sujet de la décarbonation n'a pas été en reste chez INOHA en 2025. Cinq premiers adhérents ont écrit leur stratégie de décarbonation selon la méthode « ACT Pas à pas » de l'ADEME, une méthode très structurante et largement reconnue en France et à l'étranger. Après un travail de 16 mois ponctué de moments collectifs, les entreprises ont établi leur trajectoire de décarbonation à 2030 adossée à d'ambitieux plans d'actions. Elles ont montré leur volonté de s'attaquer de manière résolue au défi de la transition écologique. Une volonté partagée par deux autres adhérents qui ont démarré la même démarche courant 2025, toujours accompagnés par INOHA.

Bilans carbone

En parallèle, cinq nouveaux adhérents ont accompli leurs bilans carbone en

moins de 5 mois dans le cadre du programme collectif d'INOHA. À l'issue de cette 4^e promotion, 10 % des adhérents ont mené à terme leur bilan carbone avec INOHA. Désormais, au moins 50% des membres se sont engagés dans cette démarche. Cette dynamique, devenue incontournable, permet aux entreprises de préparer leur pérennité dans un monde en transition.

Webinaires & éclairages réglementaires

En 2025, INOHA a poursuivi ses rendez-vous RSE en webinaires, consultables en replay sur la chaîne Youtube d'INOHA. Un nouveau format a été proposé : les éclairages réglementaires. Ils ont pour vocation de permettre aux adhérents de mieux comprendre les contours des réglementations actuelles ou à venir (en particulier les règlements européens) et de pouvoir

s'y préparer en connaissance de cause. Ces nouveaux rendez-vous ont remporté un vif succès avec une moyenne de 30 participants par session.

Passeport éco-conception

Les modules du Passeport pour l'éco-conception se sont enrichis en 2025 avec un total de cinq webinaires. Nos partenaires **Ecomaison**, **Ecologic** et **Valobat**, ont apporté leurs expertises sur le recyclage et la recyclabilité des produits et ont proposé des focus sur l'éco-conception spécifiques à certaines typologies de produits. Côté durabilité des produits, le label Longtime, le seul à être reconnu sur ce sujet qui représente un pilier essentiel de l'éco-conception, a été présenté et deux adhérents ont pu témoigner des bénéfices apportés par cette certification.



Chloé EMONT

RESPONSABLE RSE CHEZ WIRQUIN

« Grâce à un webinaire sur la durabilité des produits organisé par INOHA en 2024, nous avons travaillé à la certification Longtime sur

plusieurs catégories de produits. En interne, toutes les équipes ont très vite adhéré à la démarche et ont été très enclines à la mettre en avant. Vis-à-vis du consommateur, le label apporte un mode de preuve attendu sur la fiabilité du produit et semble faire son effet en rayon. »



Questions à :

Simon ALLAIN

COORDINATEUR
INITIATIVE ACT



Edouard FOURDRIN

COORDINATEUR DU
PROGRAMME PACTE
INDUSTRIE



&

– Pouvez-vous nous présenter la méthodologie ACT pas à pas ?

Créée en lien direct avec l'Accord de Paris, ACT offre un cadre scientifique aux entreprises pour **se préparer efficacement à la transition climatique et définir un plan de transition crédible** avec deux approches :

- **ACT Pas-à-Pas** pour construire une stratégie de décarbonation et un plan de transition complet.
- **ACT Évaluation** pour évaluer l'alignement des objectifs mais aussi la cohérence du plan de transition

(investissements, gouvernance, chaîne de valeur...)

Pour faciliter ces démarches, l'ADEME propose des aides jusqu'à 80%. Pour le secteur industriel, ces aides sont proposées grâce à PACTE Industrie. Aujourd'hui, plus de 3 000 entreprises à travers le monde se sont engagées !

– En quoi ACT renforce la compétitivité des entreprises ?

C'est une démarche transformatrice, qui permet de réfléchir à l'offre de produits, au business model et sa chaîne de valeur à plus long terme.

Elle permet ainsi de montrer aux partenaires, clients et investisseurs son sérieux sur ces sujets. Dans 47 % des cas, les entreprises constatent aussi des bénéfices économiques avec un accès à des financements plus avantageux ou de nouveaux marchés qui s'ouvrent.

Les industriels peuvent aussi renforcer leur démarche de décarbonation grâce aux autres formations et études qui s'intéressent au management de l'énergie et au financement de la transition.



Peser

Peser auprès de la distribution et des pouvoirs publics et agir,
en apportant de l'expertise et en dialoguant, pour faire valoir les
intérêts des Industriels du Nouvel Habitat...

Porter la voix des industriels du Nouvel Habitat

Dans un contexte économique tendu et face à une intensification des contraintes réglementaires, INOHA a mené en 2025 une action soutenue auprès des distributeurs, des pouvoirs publics et des instances européennes.

L'objectif a été constant : défendre une filière plus équilibrée, économiquement soutenable et adaptée aux réalités des entreprises, en particulier des PME. Cette mobilisation a permis d'obtenir des avancées concrètes sur plusieurs dossiers structurants, tout en poursuivant le travail sur les sujets encore en cours de négociation.

Pénalités logistiques : des catégories plus homogènes

INOHA a interpellé, dès le début de l'année 2025, Castorama sur la catégorisation des produits pour le calcul des pénalités logistiques. Plusieurs mois d'échanges ont permis d'aboutir à une **évolution majeure du dispositif** : le passage de 12 rayons à **64 familles de produits**, plus homogènes, pour le calcul des pénalités. Cette avancée, intégrée dans les contrats 2026, constitue un progrès significatif pour limiter les pénalités injustifiées.

INOHA a par ailleurs salué l'arrêt des pénalités logistiques décidé par Leroy Merlin au 1^{er} janvier 2025.

Filières REP : rendre les filières soutenables

La revoyure des filières REP (Responsabilité Elargie des Producteurs) a été au cœur de l'action d'INOHA en 2025.

Sur la refondation de la **REP PMCB**



(bâtiment), INOHA a contribué activement à l'obtention d'un **moratoire** au mois de mai, puis a participé aux discussions sur la refondation de cette REP jusqu'à fin décembre 2025. Les arbitrages politiques du ministre vont dans le sens souhaité par INOHA d'avoir une REP soutenable économiquement. Place maintenant à l'écriture du nouveau cahier des charges pour les éco-organismes.

Sur la **REP ABJ Thermique**, l'action d'INOHA, aux côtés des autres fédérations et d'ÉCOLOGIC, a abouti à une **réduction drastique du fonds réparation**, ramené de 10 M€ à 2,8 M€ à horizon 2027, ainsi qu'à la stabilité des barèmes pour 2026. Une avancée majeure pour préserver la compétitivité des entreprises.

Concernant la **REP emballages professionnels**, INOHA a milité pour un **report du démarrage au 1^{er} juillet 2026**, sans rétroactivité, donnant aux entreprises le temps nécessaire pour se préparer.*

Simplification réglementaire et défense des PME

INOHA a porté tout au long de l'année un message fort de **simplification et d'adaptation des normes**, notamment

sur la RDUE (le Règlement européen contre la déforestation) et d'autres réglementations européennes. Ces actions ont contribué à un nouveau report de la RDUE à décembre 2026 et à une simplification des obligations de diligence.

Data produit, Home Index et action européenne

INOHA a engagé des travaux structurants sur la **data produit**, notamment avec Gédimat, afin de construire des référentiels plus efficaces et partagés.

Sur le **Home Index**, elle a agi en lien avec l'HIMA pour porter, au niveau européen, les préoccupations des industriels auprès d'ADEO.

Enfin, INOHA a renforcé son action institutionnelle en France et en Europe, notamment sur les enjeux de concentration de la distribution et de dialogue interprofessionnel.

* Eu égard aux événements au Moyen-Orient et au délai de mise en œuvre, INOHA, en association avec l'AIMCC et la CGF (Confédération des grossistes de France), a demandé au ministre Mathieu Lefèvre, le 23 avril 2026, le décalage de 9 mois dès la publication des éco-contributions.



L'AIMCC et INOHA ont officialisé leur partenariat au service de la filière construction et rénovation

Jean-Luc Guéry, Président d'INOHA, et Philippe GRUAT, président de l'AIMCC – Association française des industries des produits de construction, ont signé le 11 février 2026 une convention de partenariat visant à renforcer leur collaboration afin de favoriser une meilleure compréhension des enjeux sectoriels, une coordination efficace sur les sujets d'intérêt commun et une représentation cohérente de la filière.

Cette convergence entre l'AIMCC, qui regroupe les 36 fédérations métiers de la construction, et INOHA, qui fédère 250 entreprises industrielles du Nouvel Habitat, s'impose comme une étape naturelle.

Dans un contexte de profonde transformation de la filière, caractérisée par des enjeux environnementaux, réglementaires et économiques majeurs, cette convention va créer une nouvelle dynamique entre les deux associations.



**CAROLINE
VAN DER VOORT**

Nouvelle présidence de l'HIMA

Caroline Van der Voort, de l'entreprise Calodar, a été élue le 5 février 2026 présidente de l'HIMA (Association européenne des Industriels de l'Habitat), dont INOHA est membre. Son mandat a débuté à l'issue de l'Assemblée générale du 22 avril 2026.

Forte de plus de 25 ans d'expérience dans l'amélioration de l'habitat, elle apportera une vision internationale et une dynamique nouvelle, avec pour priorité le renforcement de la voix des fournisseurs, notamment des PME, à l'occasion du 25^e anniversaire de l'HIMA en 2026.

Les vice-présidents Stéphane Dalimier, représentant d'INOHA pour la France, et César Navarro, représentant de l'AFEB pour l'Espagne, ainsi que le trésorier Dirk Baum, représentant de l'HIMA Benelux, ont également été réélus, assurant la continuité de la gouvernance.

Communication

une année 2025 dynamique

En 2025, INOHA a intensifié sa communication afin de renforcer la visibilité et le rayonnement de l'ensemble des acteurs du Nouvel Habitat.

L'année se distingue par une mobilisation soutenue de tous les canaux stratégiques de l'association.

Sur LinkedIn, la communauté poursuit sa progression avec **3915 abonnés à fin 2025**, soit **+16,8% par rapport à 2024** (+563 abonnés). Cette croissance témoigne de l'intérêt de notre communauté à suivre l'actualité d'INOHA.

L'emailing demeure un levier central avec **178 campagnes diffusées** en 2025, dont les trois newsletters mensuelles — Inoha News, Data News et RSE News — qui structurent l'information et accompagnent les professionnels sur les enjeux clés du secteur.

Côté relations presse, **12 actions** ont généré **près de 145 retombées médiatiques**, notamment autour de l'étude sur la santé financière des industriels, des chiffres du marché du bricolage et des Trophées INOHA.

Ces résultats confirment la présence d'INOHA dans l'écosystème du Nouvel Habitat et la consolidation de son rôle de référence au sein de la filière.



AMBASSADEUR INOHA 2025

Lors de l'Assemblée générale du 22 mai 2025, INOHA a eu le plaisir de décerner le prix « Meilleur Ambassadeur 2025 » à Grégoire Duchesne, alors Directeur général de TIBELEC.

Ne pouvant être présent lors de la cérémonie, le prix a été remis à Benoît Liagre, Directeur commercial de l'entreprise.

Grégoire Duchesne s'est distingué par sa participation active aux événements INOHA et par son engagement constant en faveur du développement de notre réseau, en promouvant l'association auprès d'industriels non adhérents tout au long de l'année.

Bien qu'il ait depuis quitté ses fonctions, INOHA le remercie chaleureusement pour son implication et sa contribution au rayonnement de l'association. Nielsen IQ GFK, notre partenaire, lui a offert une étude sur : « la consommation responsable de Biens Techniques ».



11 nouveaux adhérents en 2025

ACTION PIN	Produits insecticides, nettoyage
ASSA ABLOY	Produits de sécurité (cadenas, portes, serrures)
DECORATUM TRENDIY	Décoration de fenêtres
EDDING	Produits de marquage, sprays
FAVEX	Flexible gaz, produit de gaz
GEWISS	Matériel électrique
GROUPE DESCHAUMES	Parquet, plinthe, claustras
JMA	Clé
KIDDE SAFETY FRANCE	Produits de sécurité incendie
LEDUC-LUBOT SAS (JANY)	Jardin : semence, terreau, outillage
SCRIGNO	Portes intérieures, escaliers

Programme de parrainage INOHA

Chez INOHA, chaque adhérent peut devenir ambassadeur et contribuer à faire grandir l'association.

Lors des Inohadays du 22 mai 2025, INOHA a lancé un programme de parrainage pour remercier les adhérents qui contribuent au développement du réseau en aidant à recruter de nouveaux membres. Grâce à ce dispositif, l'entreprise et le prescripteur bénéficient d'avantages exclusifs, calculés en fonction du nombre de nouveaux adhérents parrainés.

Pour en savoir plus, contactez Adelaïde Larcher, Responsable des adhérents et du développement d'INOHA.

Sept entreprises primées pour la 10^{ème} Édition des Trophées INOHA

Pour leur 10^e édition, les Trophées INOHA ont confirmé leur rôle de révélateur de la dynamique des démarches de durabilité et d'innovation portée par le secteur de l'Habitat. Organisée le 2 décembre 2025 au Parc des Princes, lors du forum Bâtir pour le Climat, cette édition anniversaire a distingué sept entreprises parmi 33 candidatures, illustrant la capacité des industriels à conjuguer performance économique, responsabilité environnementale et compétitivité.



Initialement structurés autour de quatre catégories - Investissement industriel, Collaboration industriel-distributeur, Innovation et Construction durable/RSE - les Trophées ont, face à la qualité des dossiers, donné lieu à un palmarès élargi : un lauréat pour sa démarche globale RSE, deux lauréats ex aequo dans la catégorie construction durable, un Prix spécial du Jury et des trophées attribués dans chacune des autres catégories.

Prix Spécial du Jury

THIRARD SAS

L'entreprise THIRARD a reçu un Prix spécial du jury pour la cohérence de sa démarche globale, alliant innovation, investissements industriels, RSE et collaboration distributeur, démontrant la force d'une stratégie intégrée et responsable.

Trophée remis par le Président du jury, Etienne Crépon, Président du CSTB, à Romain Chivot - Directeur général de l'entreprise Thirard



Trophée Investissement industriel

DESCHAUMES SAS

L'entreprise DESCHAUMES a été récompensée pour Naofloor, parquet massif à bilan carbone neutre en bois local certifié. Soutenu par d'importants investissements industriels (représentant 120% du CA du groupe) et des certifications reconnues, ce produit sans colle, durable et réemployable, s'inscrit pleinement dans la RE2020 tout en valorisant la filière forestière française.



Trophée remis par Jean-Luc Guéry, Président d'INOHA, membre du jury, à Samuel Deschaumes, Président de l'entreprise Deschaumes

Trophée Collaboration industriel-distributeur

ETEX France BUILDING PERFORMANCE

Primée pour sa cloison RESICLIP® co-développée avec l'expertise client et distributeur de Leroy Merlin, l'entreprise ETEX France BUILDING PERFORMANCE illustre la réussite d'un partenariat étroit. Fabriquée en France, cette solution simplifiée et accélère la pose tout en améliorant performance et accessibilité, y compris pour les non-professionnels.



Trophée remis par Paul Cassagnol, Président de la FMB, membre du jury, à Bastien Rouanet - Responsable Performance et Développement Commercial de l'entreprise Etex France Building Performance pour sa collaboration avec Leroy Merlin, Timothée Wallaert - Responsable d'offre - Isolation & cloisonnement

Trophée Innovation

EOLIANCE Résidentiel

Récompensée pour la VMC Ventilis TBC (marque Autogyre), une innovation pensée pour répondre aux enjeux de la rénovation énergétique, l'entreprise EOLIANCE Résidentiel propose une solution compacte et performante. Économe en énergie, simple à installer et certifiée QB, elle permet jusqu'à 7 % d'économies de chauffage tout en garantissant confort et fiabilité.



Trophée remis par Marie Arnout, Présidente de la FDMC, membre du jury, à Romain Salmeron, Responsable Marketing activités GSB et Négoces et Alexandre Vert, Direction Commerciale Distribution / Chef des Ventes France de l'entreprise Eoliance Résidentiel

Trophée RSE

ACTION PIN

L'entreprise ACTION PIN a été distinguée pour son projet « Piloter le changement », structurant sa stratégie RSE autour du renouvellement de la certification B Corp. Fondée sur la chimie verte et une gouvernance participative, cette mobilisation collective a permis de transformer la RSE en un véritable levier de performance, d'impact positif et de cohésion interne pour les 102 collaborateurs d'Action Pin.



Trophée remis par Fabien Renou, Rédacteur en chef Le Moniteur, membre du jury, à Cécile Dumas - Compte clés et Jonathan Hay - Compte clés de l'entreprise Action Pin

Trophée Construction durable

SOPREMA SAS

L'entreprise SOPREMA a été récompensée pour Sopraloop Bâtiment, dispositif d'économie circulaire dédiée à la collecte et à la valorisation des déchets d'étanchéité bitumeuse, réduisant ainsi impacts environnementaux et coûts pour le BTP.



Trophée remis par Franck Dessemon, Président de l'UNTEC, membre du jury, à Stefano Millefiorini - Ingénieur en innovation pour les bâtiments durables et Cécile Tassevil - Prescription étanchéité et fonctionnalisation de la toiture de l'entreprise Soprema

TIBELEC

L'entreprise a été primée pour sa gamme d'éclairage Full Screen à source remplaçable, conçue pour durer, être réparée et recyclée, limitant le gaspillage et favorisant la circularité.



Trophée remis par Catherine Guerniou, Vice-présidente de la FFB en charge de la RSE et Vice-présidente Déléguée de la CPME, membre du jury, à Carole Shekh - Responsable Qualité et RSE de l'entreprise Tibelec

À travers ce palmarès exceptionnel, INOHA réaffirme son ambition : valoriser des solutions concrètes de ses adhérents face aux défis climatiques et accompagner la transformation du secteur vers un habitat durable, performant et responsable.



Plus d'info sur notre site

Un jury exceptionnel pour cette 10^{ème} édition

Composé de représentants de Fédérations et d'experts, le jury a su sélectionner des projets exemplaires, innovants et engagés dans chacune des catégories.



Etienne CRÉPON

Président du CSTB (Centre Scientifique et Technique du Bâtiment) et Président du jury

« Le jury des trophées INOHA a été riche des propositions très concrètes et très opérationnelles et parfois disruptives des industriels et de leur capacité à entendre les attentes et les besoins des distributeurs et des usagers des produits. La preuve par l'exemple que quand deux dynamiques se rencontrent et oeuvrent dans le même sens, cela peut produire le meilleur. Ce fut une expérience passionnante et rejouissante. »



Marie ARNOUT

Présidente de la FDMC (Fédération des Distributeurs de Matériaux de Construction)

« Les Trophées INOHA sont un carrefour pour la profession. En tant que Présidente de la FDMC, je suis heureuse de côtoyer, à l'occasion de cet événement, l'ensemble de la filière et des circuits de distribution différents. Les Trophées INOHA récompensent des initiatives phares pour l'habitat et offrent une visibilité essentielle. »



Paul CASSIGNOL

Président de la FMB (Fédération des Magasins de Bricolage)

« Ce prix est une belle initiative pour valoriser l'engagement des entreprises en faveur de l'environnement et des économies d'énergie. Il met en lumière leur créativité et leur capacité à innover pour un habitat plus durable. Une démarche inspirante, essentielle pour l'avenir de notre secteur. »



Franck DESSEMON

Président de l'UNTEC (Union Nationale des Economistes de la Construction)

« Je suis ravi d'avoir participé au jury de qualité des Trophées INOHA et de récompenser Soprema avec le trophée « Construction durable » pour son projet Sopraloop Bâtiment. »



Fabien RENOUE

Rédacteur en chef du Moniteur

« La variété des candidatures témoigne du foisonnement d'innovations qui caractérise le secteur. Le choix des lauréats n'en a été que plus difficile ! »



Catherine GUERNIOU

Vice-Présidente de la FFB (Fédération Française du Bâtiment) en charge de la RSE et Vice-présidente Déléguée de la CPME

« La dynamique des Trophées montre la montée en compétences des entreprises de notre filière et les innovations qu'elles mettent en place ! C'est un moment énergisant d'une très grande qualité pour valoriser, mettre en lumière et aussi remercier les acteurs engagés. »



Jean-Luc GUÉRY

Président d'INOHA

« Je suis très heureux et fier, pour cette édition anniversaire des trophées INOHA, d'avoir su mobiliser un jury de haut vol qui représentait parfaitement toutes les composantes de notre filière. Il convient de noter que les dossiers déposés par nos adhérents étaient à la hauteur de ce jury. »

**À NE PAS MANQUER !
3 décembre 2026**

sur Bâtir pour le Climat au Parc des Princes à Paris pour célébrer les lauréats des 11^{èmes} Trophées INOHA

Gouvernance

Les membres du Conseil d'Administration ont été renouvelés le 11 février 2026. Le CA est composé de huit représentants des secteurs, cinq représentants des régions, deux représentants des différentes tailles d'entreprises, ainsi que d'un Bureau composé de huit membres.

LE BUREAU	LES REPRÉSENTANTS DES SECTEURS D'ACTIVITÉ	LES REPRÉSENTANTS DES RÉGIONS
 <p>Jean-Luc GUÉRY Président jusqu'au 11 juin 2026</p>	<p>OUTILLAGE Didier Mauron WOLFCRAFT</p>	<p>NORD EST Jean BLEU SOGEM FRANCE</p>
 <p>David RIQUIER Président depuis le 11 juin 2026</p>	<p>ELECTRICITE Bertrand DELHOM SCANELEC Groupe Schneider Electric France</p>	<p>NORD OUEST Alexandre CHAVEROT AVIDSEN</p>
 <p>Christian GUILLOU Vice-Président BRICONORD</p>	<p>BATIMENT Pierre-Yves DESJEUX SEMIN</p>	<p>SUD EST Laurent GALL AC MARCA IDEAL</p>
 <p>Katty STAHL Vice-Présidente CERLAND</p>	<p>BOIS ET DÉRIVÉS Lionel GODARD CHAUVAT PORTES</p>	<p>SUD OUEST Florent FOCHE SATO HBF</p>
 <p>Stanislas BAUDRY Vice-Président BRUNEL</p>	<p>PLOMBERIE / SANITAIRE / CHAUFFAGE Laure EMPEREUR ODREA - GROUPE THERMADOR</p>	<p>ÎLE-DE-FRANCE Guillaume BAILLON ABUS FRANCE</p>
 <p>Thomas RABANIT Trésorier LEGRAND FRANCE</p>	<p>DECORATION Clément des BOSCS RECA PEINTURES</p>	<p>LES REPRÉSENTANTS PAR TAILLE D'ENTREPRISE</p>
 <p>André WINTERHOFF Vice-Président LM France SAS</p>	<p>QUINCAILLERIE Alexandre VEDERE THIRARD</p>	<p>+ DE 20 MILLIONS DE CA Carine MIQUEL PPG AC France</p>
 <p>Marc BENOLOL Secrétaire GROUPE ATLANTIC</p>	<p>JARDIN Antoine GACHET FITT FRANCE</p>	<p>- DE 20 MILLIONS DE CA Xavier LAMBERT CORYL ETS L. LAMBERT</p>
 <p>Guy MAXIS Vice-Président ADIB</p>		
 <p>Pierre-Emmanuel BOIS Délégué Général</p>		

L'équipe permanente



Pierre-Emmanuel Bois
Délégué Général
Email : pebois@inoha.org
Tel. : 06 07 90 26 71



Eric Flusin
Responsable Data services
et appropriation de l'offre
Email : eflusin@inoha.org
Tel. : 06 58 06 06 79



Adelaïde Larcher
Responsable des adhérents
et du développement
E-mail : alarcher@inoha.org
Tel. : 07 50 71 06 55



Delphine de Labarrière
Responsable RSE
Email : ddelabarriere@inoha.org
Tel. : 06 59 91 03 40



Anne-Marie Pouliquen
Responsable de la
communication
Email : ampouliquen@inoha.org
Tel. : 06 58 06 06 28



Mara Testagrossa
Assistante coordinatrice
E-mail : mtestagrossa@inoha.org
Tel. : 01 53 42 36 50



José Miguel Olasso
Responsable Comptable
Email : jmolasso@inoha.org
Tel. : 01 53 42 36 46



Les membres du Conseil d'Administration le 6 mai 2026

Les partenaires

MEMBRES ASSOCIÉS GOLD



MEMBRES ASSOCIÉS PREMIUM



MEMBRE PARTENAIRE



Rédaction : INOHA

Conception / réalisation :
agence ZZB - 2026

Crédits photo : Dr, Inoha, Istock, Studio Cabrelli





10 rue de Sèze
75009 PARIS
Tél.: 01 53 42 36 42
Email : contact@inoha.org
inoha.org

