

Etude

Enquête InfoProDigital pour Négoce et Hellio :
enquête sur la rénovation énergétique dans le négoce

Décideurs en négoce : un rôle essentiel pour permettre aux artisans d'être accompagnés et formés aux travaux de rénovation énergétique



Notre enquête révèle une véritable prise de conscience : la priorité donnée à la rénovation énergétique conduira les négoce à l'avenir à accompagner davantage les particuliers et plus encore les artisans. Or la majorité des décideurs du négoce admet manquer de moyens pour conseiller ou informer leurs clients

Olivier Cenille, directeur du développement pour Infopro digital études.

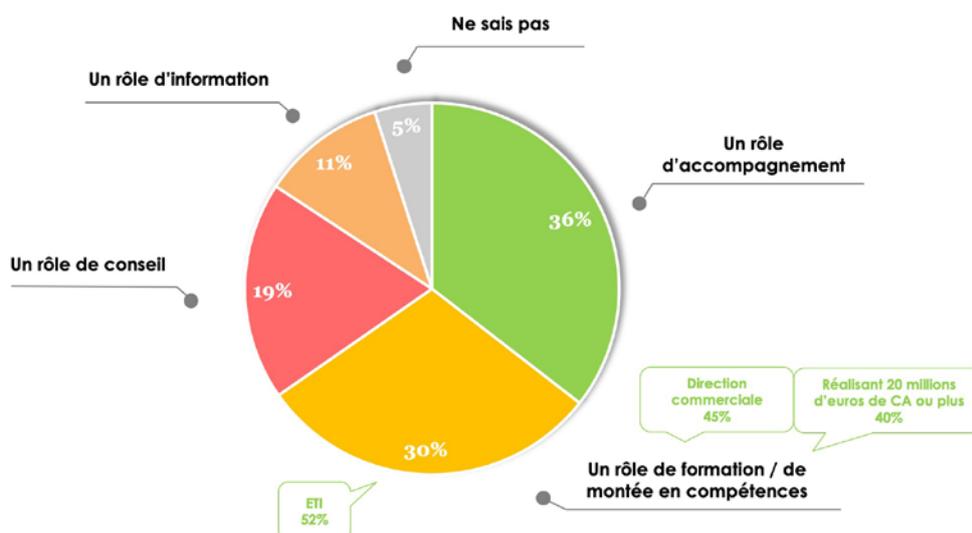
Les dispositifs d'aides à la rénovation énergétique des logements se sont multipliés ces dernières années. Dernier en date, MaPrimeRénov' a été étendue à l'ensemble des ménages. Toutefois, les offres sont perçues par les particuliers comme complexes et les professionnels peinent à les convaincre de passer le pas. Pour limiter ces freins, la structuration d'une filière intégrant décideurs en négoce et artisans est essentielle pour accompagner les particuliers dans leurs démarches de travaux.

Le rôle du décideur en négoce doit s'adapter aux besoins des artisans et des particuliers

9 décideurs en négoce sur 10 se disent concernés par la rénovation énergétique en général (en particulier les commercialisateurs d'outils, équipements, d'accessoires de portes, de fenêtres et de menuiseries). Ils sont 36 % à estimer que leur rôle principal auprès des artisans est de les accompagner, de les former (30 %) et de les conseiller (19 %).

Selon vous, en tant que décideur en négoce, quel doit être votre rôle principal en matière de rénovation énergétique auprès des artisans ?

Base : Ensemble (121 répondants) / Une seule réponse possible

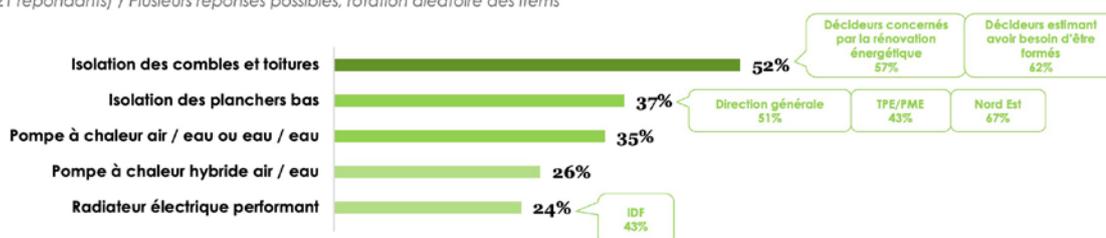


À ce titre, ils font preuve d'une grande pédagogie en conseillant les artisans sur différents types de travaux de rénovation :

- › 52 % des répondants déclare pouvoir conseiller des artisans et des particuliers en matière d'isolation des combles et toitures ;
- › 37 % sur l'isolation des planchers bas ;
- › 35 % sur les pompes à chaleur air / eau ou eau / eau.

Sur quel(s) type(s) de travaux êtes-vous capable de conseiller les artisans et les particuliers en matière de rénovation énergétique ?

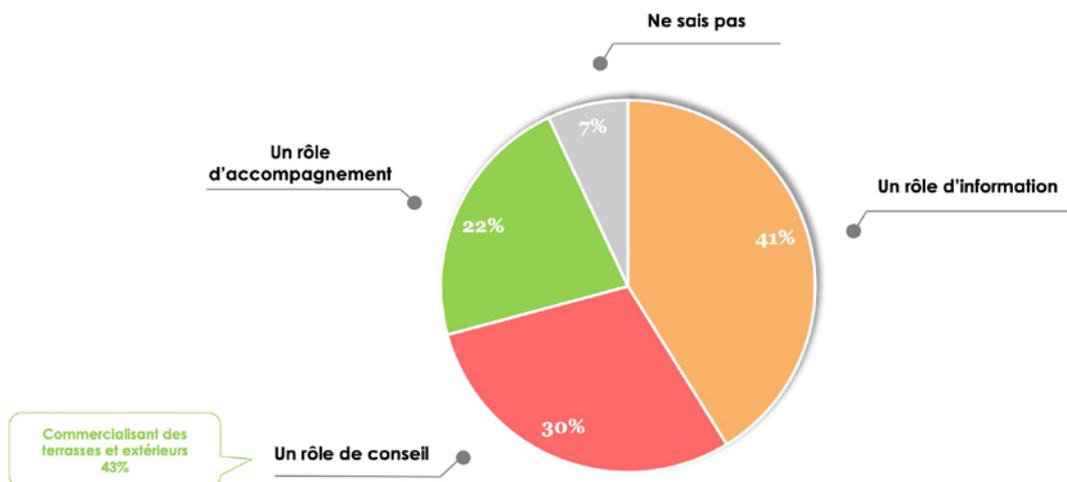
Base : Ensemble (121 répondants) / Plusieurs réponses possibles, rotation aléatoire des items



Après des particuliers, le décideur en négoce joue surtout un rôle d'information (41 %) et de conseil (30 %) ; seulement la moitié s'implique dans l'accompagnement des particuliers, un rôle essentiellement endossé par les artisans.

Et quel doit être votre rôle principal en matière de rénovation énergétique auprès des particuliers ?

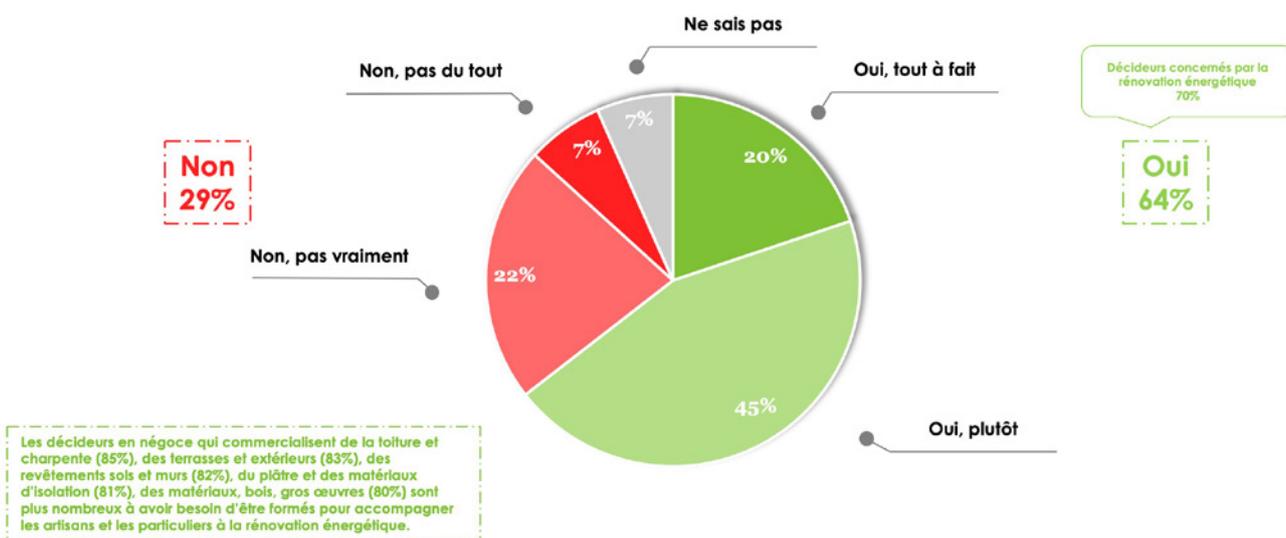
Base : Ensemble (121 répondants) / Une seule réponse possible / Voir un croisement en annexe p.27



Conscients que leur mission ne peut se limiter à celle d'accompagnateur, 64 % des décideurs en négoce interrogés déclarent souhaiter monter en compétence afin de pouvoir former à leur tour les artisans à la rénovation énergétique. Pour y parvenir, les décideurs ont besoin de moyens financiers, humains, matériels, des moyens aujourd'hui jugés insuffisants par près de 4 répondants sur 10.

Pensez-vous avoir besoin d'être formé(e) pour accompagner les artisans et les particuliers en matière de rénovation énergétique ?

Base : Ensemble (121 répondants) / Une seule réponse possible



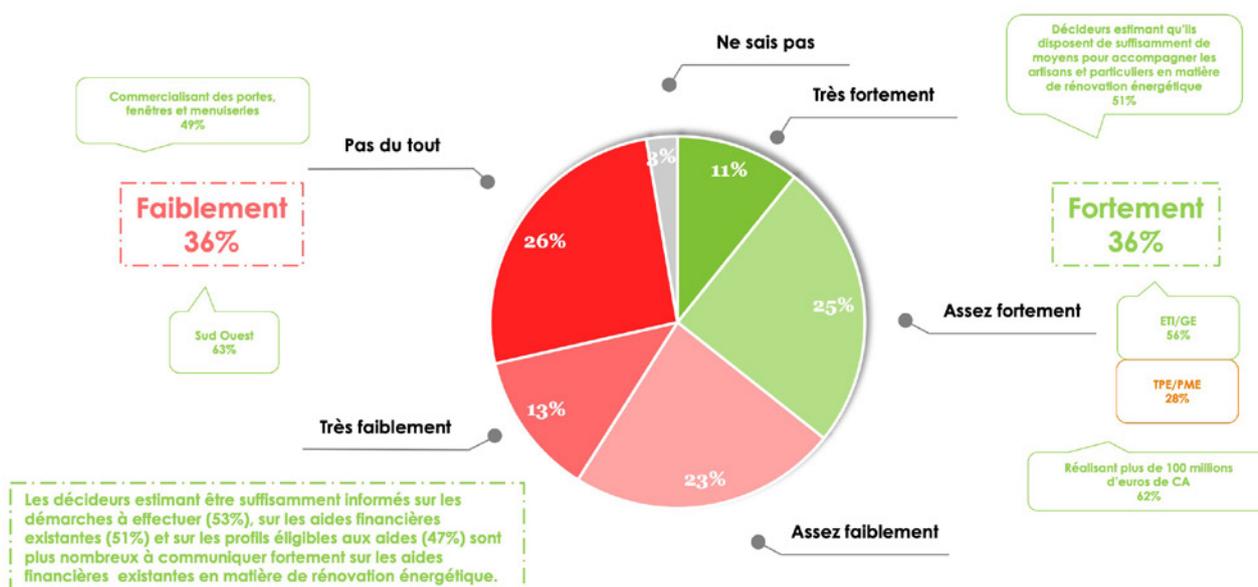
Près d'un décideur sur deux estime ne pas suffisamment être informé sur les aides financières existantes

Pour pouvoir former les artisans et accompagner les particuliers dans leurs démarches, les décideurs en négoce ont besoin d'être suffisamment informés sur les aides financières existantes. Or, seuls 54 % d'entre eux estiment connaître les démarches à effectuer, 51 % les aides financières existantes et 47 % les profils éligibles aux aides et les démarches à effectuer.

Ce défaut de connaissance explique qu'un quart (26 %) des décideurs concernés par la rénovation énergétique ne communique pas du tout sur les aides financières existantes. Alors que les aides financières représentent un élément déterminant dans le passage à l'acte des particuliers pour effectuer des travaux, seul un tiers communique de manière importante (36 % sur celle-ci).

Votre entreprise communique-t-elle sur les aides financières dédiées à la rénovation énergétique ?

Base : 112 répondants concernés par la rénovation énergétique / Une seule réponse possible



Comme observé dans une étude précédente¹ sur les Français et les aides pour la rénovation énergétique, cette tendance observée conforte l'idée selon laquelle les professionnels de la rénovation énergétique doivent proposer une offre intégrée et clé en main, allant de l'audit énergétique au financement des travaux. Elle valide également la stratégie de Hellio visant à structurer un réseau de négoce et d'artisans partenaires, formés et agréés, pour offrir une mise en œuvre des travaux de qualité.

Soucieux de simplifier les démarches pour les artisans comme pour les particuliers, 63 % des décideurs en négoce interrogés déclarent avoir mis en place ou avoir l'intention de mettre en place une offre adaptée au plan de relance du gouvernement auprès des artisans en matière de rénovation énergétique (notamment les ETI et les GE).

Dans le contexte du plan de relance qui consacre plus de 7 millions d'euros à la rénovation énergétique des bâtiments, l'accompagnement à la rénovation énergétique revêt une importance certaine, en particulier auprès des artisans. Cette évolution justifie que le rôle du décideur en négoce évolue progressivement de celui d'informateur à celui de formateur pour permettre aux artisans de monter en compétences.



Les résultats de cette étude sont une formidable nouvelle et se recourent avec le terrain. Nos équipes constatent une véritable volonté des négoce à monter en compétences pour prendre part à la transition énergétique.

Paulo de Freitas, responsable des solutions Hellio pour les négoce.

Devenir les négoce de la rénovation énergétique

Convaincu depuis la première heure que les négoce sont les premiers relais d'informations auprès des professionnels, mais aussi des particuliers grâce à leur maillage national pour promouvoir la rénovation énergétique, Hellio, spécialiste de la rénovation énergétique de l'habitat, déploie depuis septembre 2020 un nouveau dispositif d'accompagnement : le guichet primes.

Objectif : faire monter en compétences les négoce sur les aides possibles pour le financement des travaux de rénovation énergétique, et ainsi mieux conseiller leurs clients : les professionnels et les bénéficiaires des travaux. A ce jour, ce sont 290 personnels des négoce qui sont inscrits dans 45 journées de formations qui s'échelonnent du 1^{er} décembre 2020 à fin février 2021 pour un total d'environ 2 600 négoce de matériaux répartis sur l'ensemble du territoire français.

Méthodologie : Etude réalisée en ligne par Infopro Digital Etudes pour Négoce et Hellio, du 01 octobre au 08 novembre 2020, auprès 121 décideurs en négoce.

¹ Etude Harris Interactive pour Hellio réalisée en octobre 2020 " Les Français et les aides pour la rénovation énergétique "

À propos de Hellio



Hellio, spécialiste des économies d'énergie de l'habitat, accompagne les ménages dans leurs projets de rénovation énergétique, du conseil à la réalisation, en passant par leur financement. Fort du succès de MesAmpoulesGratuites, Hellio développe aujourd'hui des programmes de travaux clés-en-main et sur mesure avec le versement de primes énergie. Hellio capitalise sur l'expertise des équipes du groupe GEO PLC depuis 2008 et celles de ses entreprises partenaires, sélectionnées et auditées pour garantir la qualité des travaux.

A propos d'Infopro Digital Etudes

Véritable institut d'études internalisé depuis 2013 composé de 20 collaborateurs (chargés d'étude, statisticiens, superviseurs, enquêteurs etc.), notre équipe intervient sur l'ensemble de la prestation d'étude : de la rédaction du questionnaire à la restitution des résultats en passant par la collecte des réponses. Pour les Études Éditoriales, nos chargés d'étude associent les équipes de rédaction durant les phases préparatoires afin de trouver la réponse appropriée aux enjeux de chaque projet d'étude.

Nous réalisons des études BtoB online représentatives de nombreux marchés ou de nombreux secteurs en nous appuyant sur la puissance et la richesse de nos bases de données, là où la plupart des instituts ne peuvent interroger ces cibles que par téléphone ou face à face, rendant la collecte plus coûteuse et plus longue ou se contentent d'échantillons plus restreints qui accroissent la marge d'erreur.

Nous savons donner la parole aux décideurs qui font confiance à l'impartialité et aux connaissances sectorielles de nos marques médias. Ils ne sont pas incentivés et pourtant ils s'impliquent, ils parlent d'eux car ils savent qu'ils s'adressent à leurs pairs, à leurs partenaires, à leurs clients qui lisent aussi nos contenus. Ils sont aussi plus attentifs à la diffusion des résultats de l'étude à laquelle ils ont pris part. L'enquête réalisée par nos soins crée un lien qui commence dès l'email de sollicitation et se poursuit lors des opérations de médiatisation des résultats.

Étant leader de l'information professionnelle en France et ayant internalisé un véritable institut d'études marketing, nous avons su créer une synergie unique entre nos rédactions et nos équipes opérationnelles. En outre, nous avons mis à la disposition de nos clients, une grande variété de solutions de diffusion des résultats au travers d'opérations marketing allant du compte rendu éditorial jusqu'à l'emailing « ultra-ciblé ».

Pour en savoir plus : www.infopro-digital-etudes.com