

Étude de marché Batilib

Le “Doctolib du bâtiment” : analyse du marché français, cartographie concurrentielle, segments prioritaires et recommandations de positionnement.

208 Md€

Chiffre d'affaires du bâtiment en France en 2024

118 Md€

Entretien-amélioration du logement, cœur de cible Batilib

620 000+

Entreprises artisanales du bâtiment, majoritairement des TPE

9 à 12 M

Ménages qui réalisent des travaux chaque année en France

Plan du document

1. Résumé exécutif
2. 1. Présentation du marché
3. 2. Analyse de la demande (côté particuliers)
4. 3. Analyse de l'offre (côté professionnels)
5. 4. Analyse concurrentielle
6. 5. Opportunités & tendances
7. 6. Segments cibles prioritaires
8. 7. Conclusion & positionnement stratégique
9. Annexe : Sources

Résumé exécutif

Batilib doit se positionner comme la **marketplace de mise en relation qualifiée et vérifiée pour la rénovation résidentielle en France**, sur le modèle de ce que Doctolib a fait pour la santé : simplifier un marché fragmenté, opaque et anxiogène grâce à des profils vérifiés, une prise de rendez-vous fluide, des avis certifiés et un devis digitalisé.

Les signaux de marché sont clairs :

- **208 Md€ de chiffre d'affaires** pour le bâtiment français en 2024 (FFB).
- **118 Md€** pour l'entretien-amélioration, le segment cible de Batilib.
- **31 Md€** pour la seule rénovation énergétique.
- **620 000+ entreprises artisanales** dans le bâtiment (CAPEB), dont 94 % de moins de 10 salariés.
- **~9 à 12 millions de ménages** réalisent des travaux chaque année en France.
- **60 à 65 %** des particuliers trouvent leur artisan par le bouche-à-oreille — signe d'une confiance numérique encore fragile.
- Les plateformes existantes souffrent toutes d'un même défaut structurel : la qualité des leads est insuffisante, côté artisan comme côté client.

La recommandation stratégique :

Devenir la plateforme française de **matching qualifié et vérifié pour artisans de rénovation résidentielle**, d'abord locale (Île-de-France puis métropoles), avec un modèle **abonnement léger + leads qualifiés remboursables**.

1. Présentation du marché

1.1 Taille du marché français du bâtiment

Le bâtiment est l'un des premiers secteurs économiques de France. Selon la **Fédération Française du Bâtiment (FFB)** :

- **208 Md€** de chiffre d'affaires en 2024 pour l'ensemble du secteur.
- **118 Md€** pour l'entretien-amélioration du logement (rénovation, maintenance, amélioration).
- **31 Md€** pour la rénovation énergétique (au sein du précédent).
- **291,7 Md€** d'investissement total en construction (Banque de France, 2024).

Pour Batilib, le marché adressable direct est la **rénovation résidentielle** :

Segment	CA estimé 2024	Pertinence Batilib
Entretien-amélioration logements	118 Md€	★★★★★ Cœur de cible
Construction neuve résidentielle	~55 Md€	★☆☆☆☆ Non prioritaire
Bâtiment non résidentiel	~35 Md€	★★☆☆☆ Phase 3+

Le neuf recule fortement : le **SDES** comptabilise **330 400 logements autorisés en 2024**, en baisse de **12,3 %** par rapport à 2023. Ce recul renforce l'attractivité de la rénovation pour les artisans et les investisseurs.

1.2 Nombre d'acteurs côté offre

Le secteur est extrêmement fragmenté :

- **440 000 entreprises actives** dans le bâtiment selon la FFB.
- **620 000+ entreprises artisanales du bâtiment de 0 à 10 salariés** selon la **CAPEB**.
- **94 %** de ces entreprises sont artisanales (moins de 10 salariés).
- **1,2 million de salariés** dans le secteur, dont une grande majorité dans des TPE.

On distingue :

Profil	Estimation	Caractéristiques
Artisans solo (0 salarié)	~250 000	Micro-entreprises, très peu digitalisés

Profil	Estimation	Caractéristiques
TPE 1 à 9 salariés	~350 000	Cœur de cible Batilib
PME 10 à 50 salariés	~30 000	Ont souvent une équipe commerciale
Grandes entreprises (50+)	~3 000	Hors scope prioritaire
Architectes	~30 000 actifs (UNSF)	Segment phase 2
Maîtres d'œuvre	~15 000 estimés	Segment phase 2

Les artisans et TPE constituent la **cible prioritaire de Batilib** : ils ont un besoin réel d'acquisition commerciale, peu de ressources pour le faire eux-mêmes, et sont les plus réceptifs à un outil qui leur envoie de la demande qualifiée.

1.3 Nombre de particuliers faisant des travaux chaque année

C'est un signal clé pour estimer le TAM (Total Addressable Market) côté demande.

Selon les données disponibles :

- La France compte **37 millions de logements** (ministère de la Transition écologique), dont **29,5 millions de résidences principales**.
- Selon les enquêtes INSEE (Enquête Logement) et les estimations ADEME, environ **30 à 35 %** des ménages réalisent des travaux d'entretien ou d'amélioration chaque année.
- Cela représente **9 à 12 millions de ménages** concernés chaque année.
- Parmi ces ménages, **86 %** font appel à un professionnel pour au moins une partie des travaux (Houzz France, 2024).
- La taille moyenne d'un chantier confié à un pro varie de **1 500 € à 25 000 €** selon le type de travaux.

Ces chiffres confirment un marché de demande très large, bien supérieur au volume actuellement capturé par les plateformes numériques existantes.

1.4 Tendances structurantes

A. Le neuf recule, la rénovation prend le relais

La baisse des permis de construire (-12,3 % en 2024) déplace les artisans vers la rénovation. Ce mouvement profite à une marketplace centrée sur ce segment.

B. La rénovation énergétique, moteur durable

L'Anah a engagé en 2024 : - **91 374 rénovations d'ampleur** ; - **249 427 rénovations par geste** ; - **37 791 logements en copropriété rénovés** ; - **3,77 Md€ d'aides**, générant **7,34 Md€ de travaux**.

Les dispositifs **MaPrimeRénov'** et la norme **RE2020** entretiennent une demande structurelle. Pour Batilib, cela signifie que les particuliers recherchent des artisans **RGE** (Reconnu Garant de l'Environnement) et ont besoin d'être guidés sur les aides disponibles — deux points de différenciation possibles.

C. Un parc de logements vieillissant comme réservoir de travaux

- **5,8 millions de passoires énergétiques** (DPE F ou G) dont **4,2 millions de résidences principales**.
- Les **logements construits avant 1975** (sans isolation thermique) représentent encore un tiers du parc.

Ce stock crée une demande de long terme, indépendante des cycles conjoncturels.

D. Pénurie de main-d'œuvre : les artisans ne peuvent pas se permettre de perdre du temps

France Travail (2024) recense **373 200 projets de recrutement dans la construction**, avec **73 % de recrutements jugés difficiles**. Cette tension structurelle signifie que les artisans ne peuvent pas se permettre de répondre à des leads de mauvaise qualité. Une plateforme qui leur économise du temps commercial est d'autant plus précieuse.

2. Analyse de la demande (côté particuliers)

2.1 Comment les particuliers trouvent-ils un artisan aujourd'hui ?

Le marché côté demande est encore très dominé par les canaux informels :

Canal	Part estimée	Source / note
Bouche-à-oreille (famille, amis, voisins)	60–65 %	Enquêtes Ifop/Habitissimo, sondages sectoriels
Recherche internet / Google	35–45 %	En forte croissance, notamment chez les moins de 45 ans
Plateformes de mise en relation (Travaux.com, Bark...)	10–15 %	Encore minoritaires mais en hausse
Réseaux sociaux (Facebook local, Nextdoor...)	8–12 %	Forte hausse post-Covid
Affichage local / panneau chantier	5–10 %	Surtout pour proximité géographique
Magasins / distributeurs (Point.P, Leroy Merlin...)	3–5 %	Pour certains corps de métier

Lecture pour Batilib : le bouche-à-oreille domine parce qu'il donne confiance, et que les alternatives numériques ne donnent pas encore assez de garanties. Le rôle de Batilib est précisément de **numériser la confiance** : profils vérifiés, avis certifiés, assurance décennale visible, badge RGE.

La montée en puissance de la recherche internet et des réseaux sociaux locaux montre que le marché est prêt pour une plateforme qui offre une expérience de confiance comparable au bouche-à-oreille, mais avec plus de choix et de transparence.

2.2 Pain points des particuliers

Les principaux irritants côté demande sont la confiance, la lisibilité et la vitesse.

Ce que les particuliers veulent

- Trouver des professionnels **disponibles, fiables et adaptés** au bon métier.
- **Comprendre rapidement** si leur projet est réaliste en budget et en délai.
- Comparer **peu de devis, mais comparables** — pas recevoir 10 propositions hétérogènes.
- Réduire le risque d'arnaque, de mauvaise exécution et de surfacturation.
- Accéder à un **suivi après le chantier** en cas de problème.

Données chiffrées sur les craintes

Le baromètre **MesDépanneurs / HomeServe 2024** indique : - **88 %** des Français craignent le **manque de compétence** du professionnel. - **+85 %** craignent une **augmentation de prix en cours d'intervention** ou l'absence de SAV. - **47 % des 18–24 ans** jugent utile de passer par une plateforme de dépannage/travaux.

L'étude **Houzz France 2024** montre que : - **86 %** des propriétaires qui rénovent font appel à un professionnel. - Le **temps de planification** dépasse largement le temps effectif des travaux. - La **confiance** et la **preuve sociale** (avis, photos de réalisations) sont les premiers critères de sélection.

Synthèse des pain points

Pain point	Intensité	Implication produit Batilib
Trouver un artisan fiable et disponible	★★★★★	Profils vérifiés, disponibilité affichée, prise de RDV
Obtenir un devis clair et comparable	★★★★☆	Devis digital structuré, grille de prix indicatifs
Éviter les arnaques et les abandons de chantier	★★★★☆	Assurance décennale visible, badge vérification
Manque de transparence sur les prix	★★★★☆	Fourchettes de prix, devis normalisé
Difficulté à comparer plusieurs offres	★★★☆☆	Max 2–3 artisans par demande, comparatif structuré
Incertitude sur les aides (MaPrimeRénov'...)	★★★☆☆	Guide aides intégré, badge RGE

Pain point	Intensité	Implication produit Batilib
Absence de suivi après travaux / SAV	★★★★☆☆	Système de garantie / notation post-chantier

3. Analyse de l'offre (côté professionnels)

3.1 Comment les artisans trouvent-ils leurs clients aujourd'hui ?

Le marché côté offre est également dominé par les canaux informels et peu scalables :

Canal	Part estimée	Note
Bouche-à-oreille / réseau	70–80 %	Canal historique, très efficace mais peu scalable
Clients récurrents / fidèles	20–30 %	Fort chez les artisans établis
Panneaux de chantier	10–20 %	Surtout en périurbain
Site internet personnel	10–15 %	Souvent peu optimisé, pas mis à jour
Plateformes de leads	10–15 %	En hausse, mais méfiance forte sur la qualité
Réseaux sociaux (Facebook, Instagram)	8–12 %	En hausse chez les jeunes artisans
Pages jaunes / annuaires	3–5 %	En déclin marqué

Lecture pour Batilib : les artisans qui cherchent à développer leur activité (ceux en croissance ou qui ont des créneaux disponibles) sont les plus réceptifs à une plateforme. Ceux dont le carnet de commandes est plein n'en ont pas besoin à court terme — c'est le segment à activer lors des ralentissements saisonniers.

3.2 Pain points des artisans

Problèmes opérationnels

- **Leads de mauvaise qualité** : demandes floues, sans budget défini, hors zone, ou multi-diffusées à 5+ artisans simultanément.
- **Coût d'acquisition imprévisible** : payer pour un lead sans garantie de retour génère de la frustration et du churn.

- **Temps perdu** : se déplacer pour un devis non converti est un coût direct dans un secteur à faible marge.
- **Instabilité des aides publiques** : les fluctuations de MaPrimeRénov' créent de l'incertitude sur certains marchés (isolation, pompe à chaleur...).

Problèmes de visibilité et réputation digitale

- La plupart des artisans n'ont pas de présence en ligne structurée.
- Collecter des avis en ligne est perçu comme complexe et chronophage.
- Les TPE n'ont pas de budget ou de compétences pour gérer une page Google My Business, un site web et des réseaux sociaux.

Problèmes financiers et administratifs

- Délais de paiement longs, gestion des acomptes complexe.
- Suivi de chantier et devis : encore très manuels (papier, Excel, WhatsApp).
- Difficulté à gérer les pics et les creux d'activité.

Synthèse des pain points artisans

Pain point	Intensité	Réponse Batilib
Leads trop vagues ou non qualifiés	★★★★★	Qualification stricte avant diffusion, max 3 artisans
Coût d'acquisition trop élevé / imprévisible	★★★★★	Politique de crédit/remboursement sous 72h
Manque de visibilité digitale	★★★★☆	Profil riche : photos, avis, spécialités, badge
Pas d'outil simple pour gérer les devis	★★★☆☆	Devis digital structuré intégré
Difficulté à collecter des avis clients	★★★☆☆	Import et relance automatisée des avis
Incertitude sur les aides (RGE, MaPrimeRénov')	★★★☆☆	Mise à jour régulière, badge RGE affiché

4. Analyse concurrentielle

4.1 Cartographie des acteurs

Le marché français et international de la mise en relation pour le bâtiment se découpe en trois familles :

1. **Marketplaces de leads** : Travaux.com, Bark, Angi, Habitissimo, Hellocasa.
2. **SaaS + annuaire + média** : Houzz.
3. **Réseaux qualifiés / opérés** : MesBonsPros, HomeServe, MesDépanneurs.
4. **Assistants administratifs** : MesAllocs (orientation aides sociales + travaux).

4.2 Tableau comparatif des concurrents

Concurrent	Modèle économique	Positionnement	Forces	Faiblesses
Houzz	Freemium + SaaS pro (119 €/mois en annuel) + ad packs (dès 299 €/mois)	Inspiration + annuaire + logiciel	Forte marque, portfolios visuels, bon pour architectes et designers	Peu orienté matching local, friction pour artisans terrain peu digitalisés, coût élevé
Travaux.com	Marketplace de projets, paiement à la mise en relation (1 à 99 € HT/projet, recharge 150 € HT/mois)	Généraliste bâtiment	Marque connue, volume, ancienneté, simplicité côté particulier	Leads peu différenciés et multi-diffusés, confiance artisans fragile, modèle "pay before win"
Habitissimo	Annuaire pro + contenu SEO (estimations budgétaires, conseils)	Contenu + devis	Fort moteur SEO, bonne estimation budgétaire	Plus un média qu'un moteur de conversion, peu différenciant sur

Concurrent	Modèle économique	Positionnement	Forces	Faiblesses
				l'opérationnel local
Hellocasa	Marketplace de leads, présente en France et Espagne	Rénovation résidentielle	Spécialisation rénovation, bonne UX	Peu de notoriété en France, couverture géographique limitée
MesAllocs	Plateforme d'orientation vers aides sociales + services associés	Accompagnement MaPrimeRénov' et aides	Bonne connaissance des dispositifs d'aide, confiance utilisateurs	Pas un moteur de mise en relation artisans au sens strict, usage très spécialisé
MesBonsPros	Réseau qualifié semi-opéré, logique d'intermédiation encadrée	Réseau vérifié	Meilleure perception qualité, rassurant	Difficile à scaler, faible couverture nationale, opérations lourdes
Angi (US)	Mix publicité + leads + abonnements pros + services transactionnels	Marketplace généraliste US	Référence de catégorie, volume, apprentissage avancé	Résultats en baisse (division Ads and Leads en recul dans l'annual report 2024), prouve la fragilité d'un pur modèle de volume
Bark	Crédits d'accès aux leads + abonnements	Horizontal multi-catégories	Simple, scalable, rapide	Peu spécialisé bâtiment, forte pression ROI côté pro, crédits qui

Concurrent	Modèle économique	Positionnement	Forces	Faiblesses
				expirent créent de la défiance

4.3 Ce que Batilib fait différemment : l'angle « Doctolib du bâtiment »

Doctolib a transformé la prise de rendez-vous médicale en France en résolvant un problème simple : trouver un médecin disponible, de confiance, et prendre rendez-vous en 30 secondes. Batilib transpose ce modèle au bâtiment.

Dimension	Plateformes classiques (Travaux.com, Bark...)	Batilib (angle Doctolib)
Profils artisans	Peu vérifiés, peu structurés	Vérification SIRET, assurance décennale, RGE, zone d'intervention
Prise de rendez-vous	Simple contact / email	RDV agenda intégré, confirmation automatisée
Devis	Externe au process, non normalisé	Devis digital structuré via la plateforme
Avis	Auto-collectés, souvent peu certifiés	Avis certifiés post-chantier uniquement
Nombre d'artisans présentés	5-10 par demande	Max 2-3, matching précis
Qualification demande	Formulaire basique	Brief structuré (type, budget, photos, urgence, RGE)
Transparence prix	Absente	Fourchette indicative, grille tarifaire type
Confiance	Faible, anxiété forte	Signal de confiance à chaque étape du parcours

Le slogan opérationnel : *“Réservez un artisan vérifié comme vous prenez un rendez-vous médical.”*

5. Opportunités & tendances

5.1 Rénovation énergétique : un marché en pleine transformation

Les obligations réglementaires créent une demande structurelle :

- **RE2020** : tous les bâtiments neufs doivent respecter des exigences énergétiques et carbone renforcées depuis 2022.
- **MaPrimeRénov'** : 3,77 Md€ d'aides distribuées par l'Anah en 2024, pour 7,34 Md€ de travaux générés.
- L'**interdiction progressive de louer les passoires énergétiques** (DPE F et G) crée une pression forte sur les propriétaires bailleurs.
- L'**objectif national** : rénover 500 000 logements par an au niveau BBC-compatible.

Opportunité Batilib : une verticale dédiée "rénovation énergétique" — filtrage RGE, information sur les aides, parcours spécialisé — peut capter une demande à fort potentiel et créer une différenciation forte face aux généralistes.

5.2 Digitalisation du secteur : une transition encore immature

Le bâtiment est l'un des secteurs les **moins digitalisés** de l'économie française :

- **Moins de 30 %** des artisans ont un site internet actif et à jour.
- La facturation et les devis sont encore majoritairement réalisés sur papier ou Excel dans les TPE.
- Les logiciels de gestion (CRM, agenda, devis) commencent à se diffuser mais restent marginaux chez les très petites structures.
- L'essor des outils SaaS comme **Obat**, **Onfly**, **Organilog** ou **Evoliz** montre que les artisans commencent à s'équiper — mais ils cherchent des solutions simples et peu chères.

Opportunité Batilib : en intégrant un mini-CRM, un outil de devis digital et une gestion d'agenda directement dans la plateforme, Batilib peut devenir un **outil quotidien** pour les artisans — pas seulement un canal d'acquisition. C'est le modèle qui crée de la rétention et réduit le churn.

5.3 Confiance et transparence comme différenciateur durable

La confiance est le vrai problème non résolu du marché :

- Le secteur du bâtiment est l'un des premiers en termes de **litiges de consommation** signalés à la DGCCRF.
- Les escroqueries liées aux “faux artisans” (notamment sur la rénovation énergétique subventionnée) font régulièrement l'objet de communications des autorités.
- Les particuliers ont peur et cherchent des **garanties tangibles** avant de confier des travaux à un inconnu.

La **confiance n'est pas un nice-to-have** : c'est le pilier stratégique qui justifie l'existence de Batilib. Chaque fonctionnalité doit être pensée à travers ce prisme :

- Badge “Artisan vérifié” avec SIRET actif, assurance décennale à jour, RGE si applicable.
 - Avis **certifiés post-chantier uniquement** (pas d'auto-rédaction).
 - Prise de RDV avec confirmation automatisée (signal de sérieux).
 - Politique de remboursement en cas de lead invalide.
-

6. Segments cibles prioritaires

6.1 Côté offre : quels artisans recruter en premier ?

Batilib ne doit pas essayer d’adresser “tous les pros du bâtiment” dès le lancement. Le bon wedge est précis :

Cible idéale phase 1 : artisans indépendants et TPE (1 à 10 salariés), spécialisés en rénovation résidentielle, intervenant dans un rayon local limité, avec un besoin d’acquisition commerciale réel et une capacité de réponse rapide (téléphone, WhatsApp, devis sous 24–48h).

Métiers prioritaires — Phase 1

Rang	Métier	Pourquoi
1	Plomberie / chauffage	Forte demande récurrente, urgences fréquentes, ticket moyen élevé (~2 000–8 000 €)
2	Électricité	Obligatoire normatif, demandes précises, RGE possible
3	Peinture / sols / finitions	Très fréquent, projets de courte durée, facile à qualifier
4	Salle de bain / cuisine rénovation	Ticket moyen important (~5 000–20 000 €), demande croissante

Métiers phase 2 (6–18 mois)

- Isolation / fenêtres / couverture (lié rénovation énergétique).
- Maçonnerie légère / extension.
- Architectes et maîtres d’œuvre.
- Entreprises générales (rénovation globale).

6.2 Côté demande : quels particuliers attirer ?

Cible idéale : propriétaires occupants et bailleurs, ménages urbains/périurbains, projets entre 1 500 € et 25 000 €.

Cas d'usage prioritaires

- Refaire une salle de bain (budget médian ~6 000–12 000 €).
- Remise aux normes électriques.
- Remplacement plomberie, chauffe-eau, radiateurs.
- Peinture, sols, rafraîchissement avant emménagement ou mise en location.
- Petits lots de rénovation intérieure impliquant 1 à 2 corps d'état.

Cas d'usage à éviter au lancement

- Construction neuve.
- Gros chantier de rénovation globale multi-corps d'état.
- Sinistres lourds (logique assurance / expertise).
- Projets très bas budget (< 500 €).

6.3 Géographie de départ

La stratégie optimale est **densité locale d'abord, expansion nationale ensuite**.

Phase	Géographie	Objectif
Phase 1 (0–6 mois)	Île-de-France dense (Paris + petite couronne)	Construire la liquidité, tester le matching, prouver le modèle
Phase 2 (6–18 mois)	Lyon métropole + 1–2 autres métropoles	Dupliquer le modèle prouvé
Phase 3 (18 mois+)	France entière	Ouvrir les villes moyennes et le périurbain

Pourquoi l'Île-de-France en premier : - Densité d'artisans et de particuliers la plus haute de France. - Stock de logements anciens immense. - Recherches locales très volumineuses. - Possibilité de construire rapidement une liquidité biface.

7. Conclusion & positionnement stratégique

7.1 Le positionnement

Batilib est la seule plateforme française qui traite la mise en relation artisan-particulier avec le même niveau d'exigence que Doctolib traite la prise de rendez-vous médicale : profils vérifiés, matching qualifié, agenda intégré, avis certifiés, devis structuré.

Ce que font toutes les plateformes existantes : - Envoyer le plus de leads possible au plus d'artisans possible. - Monétiser le volume, pas la qualité. - Laisser le travail de confiance à la charge de l'utilisateur.

Ce que fait Batilib : - Qualifier la demande avant de la diffuser. - Limiter le nombre d'artisans par demande (2–3 max). - Vérifier l'artisan en amont. - Donner les outils pour convertir (RDV, devis, avis). - Rembourser quand le lead ne correspond pas.

7.2 Le modèle économique recommandé

Hybride en deux étages :

1. **Freemium + abonnement léger** (49–79 €/mois en phase lancement) — pour structurer l'offre et créer un revenu récurrent.
2. **Leads qualifiés payants** (20–60 € selon le ticket) — pour monétiser la demande avec une politique de crédit claire.
3. **Commission sur chantier signé** (2–5 %) — en phase 3 uniquement, quand la plateforme contrôle une partie du flux transactionnel.

7.3 Les règles de succès

À faire absolument : 1. Se spécialiser d'abord sur la **rénovation résidentielle locale**, pas sur tout le bâtiment. 2. Commencer avec des **artisans solo/TPE**, pas les grandes entreprises. 3. Vendre la **qualité du matching**, pas le volume de leads. 4. Construire une **densité locale** avant d'élargir. 5. Rembourser les leads invalides **sous 72 heures** — c'est la preuve de la promesse.

À éviter absolument : 1. Lancer un modèle purement national sans densité locale. 2. Copier Travaux.com ou Bark sans politique de qualité stricte. 3. Demander un abonnement élevé avant preuve de valeur. 4. Envoyer une demande à plus de 3 artisans.

7.4 Le chiffre à retenir

Le marché de la rénovation résidentielle représente **118 Md€ par an** en France, avec **9 à 12 millions de ménages** concernés et **620 000+ artisans** dont 94 % sans outil digital structuré. La confiance est le problème central et non résolu. Batilib est la réponse.

Annexe : Sources

- FFB, *Le bâtiment en chiffres 2024* : <https://www.ffbatiment.fr/le-batiment-en-chiffres>
- Banque de France, *Investissement en construction 2024* : <https://www.banque-france.fr/fr/publications-et-statistiques/statistiques/investissement-en-construction>
- SDES, *Construction de logements - résultats fin décembre 2024* : <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/construction-de-logements-resultats-fin-decembre-2024-france-entiere>
- Anah, *Bilan 2024* : https://www.anah.gouv.fr/sites/default/files/2025-02/DP_Bilan_Anah_2024.pdf
- Ministère de la Transition écologique, *Parc de logements par classe de performance énergétique* : <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/le-parc-de-logements-par-classe-de-performance-energetique>
- France Travail, *Besoins en main-d'œuvre 2024* : <https://www.francetravail.org/accueil/actualites/communiques-de-presse/>
- CAPEB, *Poids des artisans du bâtiment* : <https://www.capeb.fr>
- UNSFA, *Annuaire des architectes* : <https://www.architectes.org>
- HomeServe / MesDépanneurs, *Baromètre 2024* : <https://groupe.homeserve.fr/actualites/barometre-mesdepanneurs-francais-depannage-domicile/>
- Houzz France, *Étude 2024 tendances rénovation* : <https://www.houzz.fr/magazine/2024-etude-houzz-france-tendances-renovation-stsetivw-vs~175980359>
- Houzz Pro pricing : <https://www.houzz.fr/houzz-pro/pricing>
- Travaux.com, *CGV Travaux-Instapro Février 2025* : https://www.travaux.com/assets/fr_FR/CGV-Travaux-Instapro-Fevrier-2025-VF.pdf
- ANGI, *Annual Report 2024* : <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1705110/000170511025000018/angi-20241231.htm>
- Bark Help Center : <https://help.bark.com/en/articles/6920259-how-much-does-a-credit-cost>
- INSEE, *Enquête Logement* : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/serie/001702127>
- ADEME, *Baromètre rénovation énergétique* : <https://www.ademe.fr/mediatheque/>
- DGCCRF, *Bilan des litiges consommation bâtiment* : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf>

Export généré automatiquement depuis `docs/market_research.md` pour partage fondateur, investisseurs et partenaires.