

PROJECTEURS

**L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET**

SE LANCER DANS L'ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR



DÉCEMBRE 2022

bpifrance

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, *etc.*), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **Bpifrance-creation.fr**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **statuts juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut fiscal et social de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

Le dossier Projecteurs SE LANCER DANS L'ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16€ TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Sonia Julaud (sonia.julaud@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-042-2

Bpifrance, décembre 2022

MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

SE LANCER DANS L'ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR

“ Créer un espace, à l'intérieur du cadre bâti, c'est sublimer l'architecture pour la mener à son terme. C'est analyser les contraintes d'un bâtiment à une échelle différente de celle de l'architecte, celle de l'individu. Mais c'est aussi valoriser son utilisation sur une durée particulière, celle de l'instant. ”

Roger Fatus*

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions, en particulier :

- Bernard Lacourte, vice-président national de l'Union nationale des architectes d'intérieur, designers (**Unaid**)
- Claire Le Quellec, présidente du Conseil français des architectes d'intérieur (**CFAI**)

N'hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

PROJECTEURS



AVERTISSEMENT

Chers créateurs entrepreneurs,

Vous venez d'acquérir ce dossier Projecteurs rédigé pendant la crise liée à la Covid-19.

Une grande partie des secteurs d'activité et des métiers que nous traitons dans ces dossiers ont vu leurs perspectives de marché à court terme bouleversées par cet arrêt brutal et inédit de l'activité lié aux périodes de confinement et par une reprise plus ou moins effective et rapide selon les activités.

Les informations que nous mettons à votre disposition dans la partie 3 des dossiers Projecteurs sont, pour la plupart, des éléments concernant la structure de votre marché qui restent pertinents pour la mise en place de votre projet.

En cette période incertaine, les organisations professionnelles mentionnées dans la dernière partie de chaque dossier Projecteurs sont mobilisées pour accompagner au mieux leurs adhérents actuels et futurs dans la traversée de cette crise ou la création de leur entreprise. Afin d'obtenir les informations les plus récentes sur l'évolution de votre futur marché, nous vous invitons à vous rapprocher de ces organisations qui sont les plus à même de vous communiquer les derniers chiffres et les éventuelles mesures spécifiques mises en place par le gouvernement en faveur de votre secteur.

Parallèlement à cette démarche, nous vous conseillons d'effectuer une veille régulière en mettant en place les actions suivantes :

- surveillez les nouveaux contenus de **Bpifrance Création** et abonnez-vous à sa **newsletter** ;
- effectuez une veille sur le site du **Cedef**, le centre de documentation du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance ;
- consultez régulièrement des sources qui suivent l'activité sectorielle, comme les *newsletters* des revues sectorielles, notamment celles mentionnées dans la partie 7 de chaque dossier Projecteurs.

Nous vous souhaitons une belle réussite dans votre projet !

L'équipe des dossiers Projecteurs

SOMMAIRE

1.	EN BREF	6
<hr/>		
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	8
<hr/>		
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	12
<hr/>		
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	23
<hr/>		
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	26
<hr/>		
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	31
<hr/>		
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	34

**EN
BREF**

1.

EN BREF

L'architecte d'intérieur restructure les espaces au sein d'un cadre bâti pour les rendre fonctionnels et ergonomiques. Aujourd'hui, il est très sollicité. En effet, les confinements successifs, l'engouement pour les émissions de décoration et la mise en place du télétravail ont fait naître chez les Français l'envie de réagencer leur lieu de vie. Le marché est donc porteur pour qui réussit le défi de cerner avec précision les besoins en ergonomie du client tout en faisant preuve d'une rigueur sans faille dans la gestion des contraintes techniques des lieux à aménager.

L'architecte d'intérieur se voit confier des missions de réaménagement et d'optimisation des logements pour y concevoir notamment des espaces de travail, des cuisines plus fonctionnelles, des salons mieux agencés. Il intervient aussi en entreprise et dans les commerces. Les perspectives sont encourageantes pour cette profession : près de 3 architectes d'intérieur sur 4 ont enregistré une hausse de leurs revenus bruts en 2021.

En effet, l'activité de l'architecte d'intérieur est stimulée par les nouveaux modes de vie des Français. Pendant les confinements dus à la pandémie de Covid-19, ils ont réapprivoisé leur habitat devenu alors unique lieu de vie, et se sont mis au télétravail, pratique désormais courante. Les consommateurs se disent prêts à investir davantage et à monter en gamme pour plus d'esthétique, de confort et d'ergonomie. L'enjeu actuel est de gérer l'augmentation du prix des matériaux et les difficultés d'approvisionnement qui gonflent les devis et retardent l'exécution des chantiers. Mettre en avant son expertise technique, faire preuve de psychologie pour instaurer un dialogue de confiance avec le client et réaliser des projets de grande envergure permet à l'architecte d'intérieur d'assurer la pérennité de son entreprise.

CHIFFRES-CLÉS

10 000 €

**de dépenses médianes* prévues
par les propriétaires
pour leur logement**

41 %

**des ménages ont réaménagé
ou envie de réaménager
leur logement**

(Houzz, Sofinco ; en France en 2022 et 2021)

* La moitié des projets se situe en deçà de 10 000 € et l'autre moitié au-delà.

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

L'architecte d'intérieur est à la fois un créatif, un concepteur et un maître d'œuvre (il suit l'exécution des travaux). Il intervient au sein du cadre bâti (c'est-à-dire sur les éléments structurels d'une construction), qu'il soit public ou privé, pérenne ou éphémère, dans le respect de la loi sur l'architecture (article 4 de la loi de **77-2** du 3 janvier 1977) qui restreint notamment son intervention à des constructions dont la surface maximale de plancher est inférieure à 150 mètres carrés (dans le cas de constructions édifiées ou modifiées par des personnes physiques, à l'exception des constructions à usage agricole).

Il prescrit des travaux d'aménagement, qui vont au-delà de l'agencement, pouvant comporter des modifications de volumes. Il peut aussi être prescripteur de travaux et d'achats de décoration (équipement, ambiance, éclairage, couleur, texture).

POUR ÉVITER TOUTE CONFUSION...

L'architecte d'intérieur intervient sur le bâti pour le restructurer, et doit donc souscrire à une assurance décennale. Il a pour vocation de créer et d'aménager les espaces intérieurs tels qu'ils sont définis dans l'article 4 de la loi **77-2** du 3 janvier 1977 sur l'architecture (voir la partie 6 « **Règles de la profession** »). Suivant les projets, il peut aussi prescrire des travaux de décoration.

Le métier d'architecte d'intérieur est donc différent de celui du décorateur. Ce dernier propose uniquement des prestations d'agencement et de décoration, mais aussi d'achat de mobilier et d'accessoires. Il s'agit de « décoration pure » et les travaux qui en résultent sont « légers » (peinture, revêtement, menuiseries intérieures, etc.) dans le sens où ils n'affectent pas d'éléments structurels (murs, planchers...) et ne comportent pas d'interventions substantielles sur des éléments d'équipement (installations électriques, plomberie, etc.). Contrairement à l'architecte d'intérieur, le décorateur d'intérieur ne peut pas intervenir sur les structures du bâti.

L'architecte d'intérieur n'est pas non plus un architecte. Le titre d'architecte est réglementé et attribué au terme d'une formation spécifique.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Architecte – Réglementation** », rubrique en ligne.
- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « Devenir décorateur d'intérieur », collection dossier Projecteurs, publication à venir.

À partir d'un cahier des charges, de la spécificité de l'espace intérieur à traiter et des contraintes budgétaires, l'architecte d'intérieur établit des esquisses, des plans, et réalise une estimation du coût et une planification des travaux.

Lorsque le projet est validé par le client, l'architecte d'intérieur pilote sa mise en œuvre en choisissant les entreprises et artisans qui réaliseront les travaux, coordonne les différents corps de métier et assure le suivi du chantier jusqu'à sa réception. Cependant, en tant que prestataire de services, il ne sous-traite pas ces travaux. C'est le client qui conserve la relation commerciale avec les entreprises réalisant le chantier sous le contrôle de l'architecte d'intérieur. Du fait de ses responsabilités, l'architecte d'intérieur

DÉFINITION DE LA PROFESSION

doit, outre l'assurance responsabilité civile professionnelle, souscrire une assurance décennale (voir la partie 6 « **Règles de la profession** »).

L'architecte d'intérieur intervient dans les domaines suivants :

- Types d'intervention :
 - > le (ré)aménagement ;
 - > la réhabilitation ;
 - > la scénographie (événements culturels, musées, entre autres) ;
 - > le *design* de mobilier.
- Lieux d'intervention :
 - > l'habitat ;
 - > le lieu de travail ;
 - > un espace éphémère et événementiel.
- Secteurs visés :
 - > l'espace industriel et public ;
 - > le commerce de détail ;
 - > l'hôtellerie, la restauration ;
 - > le social, l'hospitalier ;
 - > l'administratif, le culturel.

Sources :

- CFAI. « **Être architecte d'intérieur** », dossier de presse publié en 2018.
- Informations recueillies par BpiFrance auprès de l'Unaid en octobre 2022.

Code APE de la NAF

La profession d'architecte d'intérieur relève du code d'activité principale de l'entreprise (APE) **71.11Z** « **Activités d'architecture** » au sein de la nomenclature d'activités française (NAF, révision 2 de 2008).

Ce code comprend :

- la conception de projets architecturaux : conception de bâtiments et établissement de plans architecturaux ;
- l'urbanisme et l'architecture paysagère ;
- les activités de conseil en matière d'architecture ;
- l'activité des agences d'urbanisme.

Ce code ne comprend pas :

- la construction de maisons individuelles (41.20A) ;
- les activités des consultants en informatique (62.02A, 62.09Z) ;
- les activités d'ingénierie (71.12B) ;
- la décoration intérieure (74.10Z).

Pour en savoir plus :

- ➔ MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET ÉCONOMIQUE. « **Activité de votre entreprise : code APE, code NAF, qu'est-ce que c'est ?** », rubrique en ligne.

Aptitudes

Selon l'Unaid, l'architecte d'intérieur construit à partir de l'intérieur, un cadre de vie, de travail, d'accueil. Il écoute, conçoit et organise tout ce qui concourt au bien-être et au plaisir quotidien dans des lieux fonctionnels aux ambiances harmonieuses.

Pour cela, l'architecte d'intérieur doit :

- avoir de bonnes connaissances en histoire de l'habitat, en techniques des matériaux et de solides connaissances en architecture ;
- être doué en dessin ;
- utiliser et maîtriser des logiciels d'infographie ;
- posséder une bonne mémoire visuelle ;
- pouvoir concilier aspects techniques et esthétiques ;
- se représenter les espaces et les volumes en trois dimensions (3D) ;
- se renseigner sur un espace et en comprendre l'usage et les usagers ;
- faire des métrés et métrages précis sur site et sur plans ;
- réaliser des estimations budgétaires et un planning, et les faire respecter ;
- être très rigoureux ;
- se tenir informé des évolutions de son métier mais aussi de celles du Bâtiment, notamment en matière de législation ;
- coordonner une équipe (prestataires et/ou salariés éventuels) ;
- avoir d'excellentes compétences relationnelles, le sens de la négociation et faire preuve de pédagogie pour expliquer le vocabulaire technique, justifier ses choix sans les imposer, ainsi que les budgets et les délais ;
- posséder une bonne résistance au stress engendré par le respect des délais et la gestion des travaux.

Source : informations recueillies par BpiFrance auprès de l'Unaid en octobre 2022.

3.

**ÉLÉMENTS
DE L'ÉTUDE
DE MARCHÉ**

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

Le Conseil français des architectes d'intérieur (CFAI), avec le ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, évalue à 4 500 le nombre d'architectes d'intérieur en France. Ce chiffre comprend tous les professionnels, qu'ils soient issus d'écoles reconnues par le CFAI ou non. La profession est en majorité féminine (à 62 %).

Source : informations recueillies par BpiFrance auprès du CFAI en octobre 2022.

En raison d'un manque d'information patent pour les cibles que sont les entreprises et le secteur public, les éléments de marché indiqués ci-après concernent essentiellement les clients particuliers. Ne pas oublier cependant que le chiffre d'affaires repose aussi sur les besoins d'une clientèle autre que les ménages (voir la rubrique « **Clientèle** » plus loin dans cette partie).

Le marché de la rénovation en France

Le parc résidentiel français compte 36 à 37 millions de logements, dont 30 millions de résidences principales. Il y a en France 18 millions de propriétaires occupants et 7 millions de locataires.

En 2020, les prestations produites et facturées par les professionnels du bâtiment se sont élevées à 51 milliards d'euros.

En 2022, plus d'un tiers des propriétaires (36 %) a déclaré prévoir des travaux de rénovation. Et près de la moitié (47 %) d'entre eux envisagent des travaux de décoration et d'aménagement d'intérieur. Les dépenses médianes prévues par les propriétaires atteignent pour la première fois 10 000 € en 2022, contre 5 000 € en 2019. Les propriétaires aux budgets les plus élevés envisagent de consacrer 50 000 € à leurs travaux en 2022.

Sources :

- CLUB DE L'AMÉLIORATION DE L'HABITAT. « **Synthèse de l'enquête consommateur CAH-Qualitel/Ipsos 2020** », publiée le 26/04/2021.
- HOUZZ. « **2022 Étude Houzz France : tendances rénovation** », publiée le 22/06/2022.

L'aménagement d'intérieur représente le plus fort investissement

En 2021, 6 propriétaires sur 7 ont accordé la priorité aux projets d'aménagement intérieur. Les chambres et salles de bain arrivent en tête du classement des pièces les plus rénovées (pour respectivement 39 % et 32 % des répondants). Mais ce sont les cuisines (en 3^e position avec 29 %) qui ont occasionné les dépenses les plus élevées (9 000 €). Viennent ensuite les salons et les entrées (26 % et 22 %).

L'enquête menée par Hello Artisan en 2021 montre que pour plus de la moitié des répondants (56 %), la réalisation de travaux avait pour but premier d'améliorer le confort du logement. Parmi les autres raisons citées : la réduction de la facture énergétique (40 % des répondants), l'entretien courant ou la découverte de détériorations (23 %), ainsi qu'un changement du cadre familial ou du mode de vie (7 %). L'arrivée d'un enfant ou l'augmentation du temps passé en télétravail ont été de forts moteurs pour inciter à rénover une pièce.

Sources :

- HELLO ARTISAN. « **Travaux de rénovation : que prévoient les Français en 2022 ?** », article publié le 16/02/2022.
- HOUZZ. « **2022 Étude Houzz France : tendances rénovation** », publiée le 22/06/2022.

Évolution du secteur

Des perspectives encourageantes

Selon l'étude Houzz, en 2021, près de 3 architectes d'intérieur sur 4 ont enregistré une hausse de leurs revenus bruts en 2021 et 2 professionnels de la maison (architectes d'intérieur, décorateurs et architectes) sur 3 ont vu leurs revenus croître d'une année sur l'autre par rapport aux quatre dernières années.

Par ailleurs, plus des deux tiers des entreprises (69 %) ont déclaré avoir constaté une croissance de leurs revenus supérieure ou égale à leurs attentes initiales.

Source : HOZZ. « [2022 Baromètre de l'industrie Houzz France](#) », publié le 29/04/2022.

Augmentation des effectifs

En 2021, 17 % des professionnels de la maison ont augmenté leurs effectifs (dont 11 % d'architectes d'intérieur), soit 1 point de pourcentage de plus qu'en 2020. Ainsi, 16 % des entreprises se sont dit prêtes à embaucher en 2022 pour soutenir la croissance de leur chiffre d'affaires.

Source : HOZZ. « [2022 Baromètre de l'industrie Houzz France](#) », publié le 29/04/2022.

Une activité stimulée par les nouveaux modes de vie des Français

Pendant les confinements, la maison est devenue l'unique lieu de vie, et non plus un lieu de passage. La pandémie a amené les Français à réapprovisionner leur habitat et, bien souvent, à l'améliorer :

- 41 % des ménages ont réaménagé ou eu envie de réaménager leur logement en 2021 ;
- 70 % de ceux qui n'ont pas encore réaménagé leur logement, ou qui ne l'ont fait que partiellement, vont effectuer des achats.

Se sentir bien chez soi est devenu une priorité. Les modes de vie sont bouleversés, et avec eux les achats en décoration et ameublement. Les consommateurs se disent prêts à investir davantage – souvent grâce aux sommes épargnées pendant les confinements – et à monter en gamme pour plus d'esthétique, de confort et d'ergonomie.

Ce mouvement de réinvestissement des lieux de vie est accentué par l'instauration massive du télétravail. En 2022, 24 % des Français en activité déclarent être en télétravail 1 jour par semaine en moyenne. Les salons, cuisines et autres pièces à vivre sont alors parfois réorganisés pour accueillir des coins bureau. Ainsi, 30 % des télétravailleurs comptent prochainement aménager ou réaménager leur espace de travail.

Source : SOFINCO PARTNER. « [Profil 2022 : les Français et leur logement](#) », étude publiée le 15/02/2022.

La difficulté actuelle : l'augmentation des coûts et les problèmes d'approvisionnement

La fluctuation des prix des produits et matériaux, mais aussi de l'énergie, représente un des principaux défis dans le quotidien de 11 % des professionnels de la maison (architectes d'intérieur, décorateurs et architectes) interrogés en 2022 dans l'étude Houzz. En effet, 39 % des architectes d'intérieur indiquent que « leurs clients sont trop préoccupés par les coûts », et 35 % indiquent rencontrer « des difficultés avec la disponibilité des produits et matériaux ».

Source : HOZZ. « [2022 Baromètre de l'industrie Houzz France](#) », publié le 29/04/2022.

Tendances du secteur

Des intérieurs adaptés au télétravail

D'après le baromètre Maison&Objet de mai 2021, les prescripteurs du secteur de la maison (architectes d'intérieur, décorateurs, architectes, promoteurs immobiliers, paysagistes) ont noté un nombre croissant des demandes des particuliers en espaces de travail modulable dans l'espace de vie, espaces de travail isolés, salles de détente (jeux, *home cinema*, par exemple).

Même si l'activité sportive à domicile s'est développée pendant les confinements, la demande de salle de sport à domicile est faible.

Source : MAISON&OBJET LE MAGAZINE. « **Bilan d'une année Covid : où en est le marché international de la décoration, du design et de l'art de vivre ?** », baromètre publié le 16/06/2021.

L'éco-responsabilité : un nouvel enjeu

Ces dernières années ont été marquées par la prise de conscience écologique des Français quant à l'aménagement de leur logement. Ils sont de plus en plus sensibles aux démarches durables. En effet, 70 % des architectes d'intérieur ont noté un intérêt croissant chez leurs clients pour les critères d'éco-responsabilité de leurs projets, et 77 % ont une démarche éco-responsable dans la mise en œuvre de certains chantiers, par exemple :

- l'utilisation de matériaux/mobiliers en matières renouvelables (naturelles, végétales, ou organiques) ;
- le choix de matériaux ou mobiliers durables afin de limiter l'obsolescence ;
- le ré-emploi de matériaux ou mobiliers ;
- l'approvisionnement local afin de limiter l'empreinte écologique ;
- les conceptions permettant de réduire la consommation énergétique du bâtiment.

Selon une étude Sofinco, 43 % des ménages sont prêts à payer plus cher pour un produit qu'ils jugent écologique. Pour eux, un meuble ou un objet de décoration écologique est avant tout :

- recyclable (41 %) ;
- de fabrication responsable (37 %) ;
- fabriqué en France (35 %, mais 19 % pour une fabrication régionale) ;
- en matières naturelles (31 %) ;
- en matières recyclées (29 %) ;
- réutilisable (24 %).

Le prix reste cependant un enjeu important :

- Pour un produit écologique :
 - > 40 % des ménages ne seraient pas prêts à accepter une augmentation supérieure à 5 % du tarif initial ;
 - > 55 % des ménages seraient prêts, pour leur part, à payer un montant supplémentaire compris entre 5 % et 10 % du prix de base.
- Pour un produit *made in France* :
 - > 1 % des ménages refusent de payer 5 % de plus ;
 - > 36 % accepteraient une augmentation située entre 5 % et 10 % du prix de base.

Sources :

• MAISON&OBJET LE MAGAZINE. « **Bilan d'une année Covid : où en est le marché international de la décoration, du design et de l'art de vivre ?** », baromètre publié le 16/06/2021.

• SOFINCO PARTNER. « **Profil 2022 : les Français et leur logement** », étude publiée le 15/02/2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Où trouver des sources d'inspiration ?

Pour être au plus près des besoins des clients, développer leur créativité et leur unicité, les professionnels du cadre bâti doivent être constamment à l'affût des nouvelles tendances et de nouveaux matériaux. Ils trouvent de l'inspiration dans :

- les salons professionnels (78 % vs 71 % en mai 2021) ;
- les réseaux sociaux (72 % vs 65 % en mai 2021) ;
- l'art (67 % vs 69 % en mai 2021) ;
- les voyages (61 % vs 67 % en mai 2021) ;
- la presse papier (51 %, sans changement par rapport à mai 2021).

Source : MAISON&OBJET LE MAGAZINE. « [Comment se porte l'industrie ? Un point sur la crise du transport international](#) », baromètre publié le 29/10/2021.

Clientèle

Qui sont les clients de l'architecte d'intérieur ?

- Majoritairement des particuliers, propriétaires ou locataires souhaitant aménager, restructurer, optimiser leur logement ou venant d'emménager dans une construction neuve.
- Des entreprises et des institutions publiques dans le cadre du réaménagement ou de la mise en conformité de leurs locaux.
- Des infrastructures éducatives, culturelles et sportives.
- Des commerces (restaurants, salons de coiffure, bar, hôtels).
- Des acteurs de l'événementiel (salons, télévision, événement éphémère, défilé de mode).

À noter : répondre aux appels d'offres des marchés publics est une stratégie formatrice, car il s'agit d'une pratique très exigeante. Elle dissuade donc un grand nombre d'architectes d'intérieur, mais ceux qui ont franchi le pas offrent des garanties très supérieures à leur clientèle, car ils sont rodés aux *process* rigoureux.

Source : informations recueillies par BpiFrance auprès de l'Unaid et du CFAI en octobre 2022.

Qui sont les propriétaires occupants ?

- Trois quarts ont plus de 45 ans (55 ans en moyenne d'âge). Ce sont majoritairement des actifs. Près de 80 % hébergent au moins 2 personnes. Et 78 % habitent en maison.
- 75 % des logements ont 20 ans *a minima* et sont donc susceptibles de nécessiter des améliorations, des mises à niveau, des rénovations, des transformations.
- L'essentiel des propriétaires répondants (surtout des femmes) se montre très attaché à leur logement.
- Pour la plupart d'entre eux, leur logement a pris de la valeur, grâce au bon entretien, aux travaux réalisés et/ou à leur emplacement dans une zone immobilière bien cotée.

Source : CLUB DE L'AMÉLIORATION DE L'HABITAT. « [Synthèse de l'enquête consommateur CAH-Qualitel/Ipsos 2020](#) », publiée le 26/04/2021.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Qui sont les propriétaires qui rénovent ?

En 2019, les propriétaires de la génération X, dont l'âge est compris entre 40 et 54 ans, représentaient plus d'un tiers (39 %) des propriétaires qui ont fait des travaux de rénovation, suivis par les propriétaires de la génération Y (25-39 ans) et les *baby-boomers* (55-74 ans), qui constituent respectivement 32 % et 28 % du total.

Parmi les propriétaires qui rénovent leur logement, 63 % sont mariés ou en union civile et 52 % ont des enfants vivant avec eux.

Peu de propriétaires se lancent seuls dans des travaux de rénovation : la grande majorité se fait aider d'un ou plusieurs professionnels (77 %) et la tendance est un peu plus marquée chez les propriétaires âgés de 40 à 54 ans (79 %) et de 55 à 74 ans (79 %) que chez les plus jeunes (74 %).

Sources :

• HOUZZ. « **2020 Étude Houzz France : tendances rénovation** », publiée le 23/09/2020.

• RENCONTRE UN ARCHI. « **Les Archis(experts) : décryptage de l'essor du marché de la décoration en France** », article publié le 20/05/2020.

Top 4 des travaux demandés par les clients ayant un projet de décoration

Voici en priorité ce que demandent les clients (particuliers, entreprises, etc.) :

- réaménagement de l'espace ;
- optimisation de l'espace, intégration de rangements et de meubles sur mesure ;
- rafraîchissement ;
- décoration simple et *shopping déco* (*shopping list*, *moodboard* ou planche de tendances).

Source : RENCONTRE UN ARCHI. « **Les Archis(experts) : décryptage de l'essor du marché de la décoration en France** », article publié le 20/05/2020.

Qu'attendent les clients d'un architecte d'intérieur ?

Les particuliers ayant répondu à l'étude Houzz souhaitent que l'architecte d'intérieur :

- soit à leur écoute : qu'il sache comprendre leurs besoins et les guide sans imposer ses choix ;
- respecte leurs goûts et besoins, sans céder à l'appel des modes : le client veut un intérieur à son image, intemporel, qui continuera à lui plaire au fil des années ;
- fasse plusieurs propositions, présentées entre autres en plan 3D ;
- respecte leur budget ;
- gère le suivi des travaux, tâche stressante dont le client veut se délester, à savoir sélectionner les entreprises, gérer le chantier et faire en sorte que les délais soient tenus ;
- respecte les lieux et leur histoire et fasse des propositions en fonction des contraintes du bâti ;
- partage ses connaissances et fasse preuve de pédagogie ;
- soit original et créatif : les clients veulent vivre dans un intérieur unique, reflétant leur personnalité, et qui ne se voit pas ailleurs.

Source : HOUZZ. « **2020 Étude Houzz France : tendances rénovation** », publiée le 23/09/2020.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Quels sont les styles préférés des Français ?

Les Échos indiquent que 20 % des Français plébiscitent le style contemporain (les hommes et les plus de 65 ans en sont particulièrement friands), devant le style *design* (16 %) et chic classique (13 %). Les 18-34 ans, quant à eux, préfèrent de loin le style *design*. Dans l'ensemble, l'étude réalisée par Rencontre un archi montre que les ambiances bohèmes, scandinaves, actuelles et industrielles ont la préférence des Français.

Sources :

- LES ÉCHOS. « **Décoration : les 11 chiffres à retenir sur ce marché en plein boom** », article publié le 04/03/2022.
- RENCONTRE UN ARCHI. « **Les Archis(experts) : décryptage de l'essor du marché de la décoration en France** », article publié le 20/05/2020.

Quelles sont les intentions d'achat des consommateurs en équipement d'intérieur ?

En 2021, les Français (particuliers) ont investi dans des produits de :

- peinture, papier peint, revêtement de sol (46 %) ;
- décoration (43 %) ;
- meubles, tables, chaises (30 %) ;
- canapé, fauteuil, banquette (21 %) ;
- literie (19 %) ;
- aménagement terrasse, jardin (18 %) ;
- meubles salle de bains (18 %) ;
- meubles cuisine (17 %) ;
- dressing (14 %).

Source : SOFINCO PARTNER. « **Profil 2022 : les Français et leur logement** », étude publiée le 15/02/2022.

Conseils pour choisir voire élargir sa clientèle

Voici quelques pistes pour s'assurer du chiffre d'affaires et se développer :

- Améliorer ses compétences relationnelles. Le CFAI et l'Unaid soulignent qu'une des qualités principales de l'architecte d'intérieur doit être la psychologie ! L'écoute active des besoins du client, la reformulation, la pédagogie, voire la conciliation dans un couple de clients dont les avis divergent est centrale pour remporter un chantier.
- Réaliser des projets de plus grande envergure : 65 % des architectes d'intérieur souhaitent adopter cette stratégie.
- Éviter les missions à très petit budget (de type cuisines, dont les clients sous-évaluent souvent les dépenses).
- Discuter en amont du budget précis dont les clients disposent, pour ne pas avoir de mauvaises surprises et d'abandons de projets.
- N'accepter que des projets correspondant à vos spécialités pour être efficace et ne pas perdre de temps sur des missions que vous savez d'emblée ne pas maîtriser.
- Présenter plusieurs propositions d'aménagements, car le budget du client s'avère souvent extensible.
- S'inscrire sur des plateformes de mise en relation, entre autres : Mon coach déco par Leroy Merlin, Côté Maison, Houzz. Attention cependant aux conditions imposées par ces plateformes : abonnements, commissions parfois élevées.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- Développer un réseau relationnel avec d'autres architectes d'intérieur pour les recommander sur des chantiers en cas de *surbooking* ou de mission hors de votre périmètre (et inversement), sous réserve que la répartition des tâches au sein d'une mission soit parfaitement explicite.
- Travailler en réseau avec d'autres architectes d'intérieur, avec des architectes, des bureaux d'études pour constituer un *pool* élargi de compétences, mieux couvrir votre périmètre géographique et pouvoir répondre à des appels d'offre.

Sources :

- HOUZZ. « **Conseils de pros pour rentrer des projets plus coûteux** », article publié le 16/05/2022.
- HOUZZ. « **Quelles stratégies pour les pros de la maison en 2022 ?** », article publié le 04/05/2022.
- MARIE-CLAIRE MAISON. « **Conseils et solutions : comment les professionnels de la déco nous aident-ils à réinventer notre intérieur ?** », article publié le 17/12/2021.

AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les **données de l'Insee** (ex-Odil) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFIP) du ministère de l'Économie des finances et de la Souveraineté industrielle et numérique permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « **Contacts et sources d'information** ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La **base de données publiques** en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

Concurrence

Les concurrents des architectes d'intérieur sont :

- les architectes indépendants ;
- les grands cabinets d'architecture qui intègrent l'architecture d'intérieur dans leurs offres : Renzo Piano Building Workshop (RPBW), Wilmotte & Associés, AIA Life *Designers*, Valode et Pistre, ou encore Ateliers Jean Nouvel.

À noter : les décorateurs d'intérieur ne sont pas des concurrents directs des architectes d'intérieur, car ils ne peuvent intervenir sur les structures du bâti.

Source : XERFI. « **L'activité des architectes** », étude publiée le 21/02/2022.

Communication

Selon l'étude Houzz, en 2022, les professionnels de la maison (architectes d'intérieur, décorateurs, architectes) sont plus nombreux à prévoir de réinvestir dans le marketing et la communication qu'en 2021. Ils sont 42 % dans ce cas, contre 35 % l'année précédente.

En matière de communication digitale, le baromètre Maison&Objet publié en mai 2021 indique que 72 % des répondants (architectes d'intérieur, décorateurs, architectes, promoteurs immobiliers, paysagistes) utilisent Instagram comme outil de communication, 61 % leur site Internet, 49 % Facebook et 33 % LinkedIn.

La prospection commerciale active peut être utile. L'erreur fréquemment commise est de croire que votre site Internet et/ou votre présence sur les réseaux sociaux soient suffisants pour attirer des clients. La plupart du temps, ce n'est pas le cas. En effet, ces supports sont tout simplement des versions en ligne de votre *book* et de votre plaquette commerciale.

Bon à savoir : n'hésitez pas à accorder des **interviews** ou à rédiger des **articles** pour tous types de médias. C'est un excellent accélérateur de visibilité.

Sources :

- HOZZ. « [Quelles stratégies pour les pros de la maison en 2022 ?](#) », article publié le 04/05/2022.
- MAISON&OBJET LE MAGAZINE. « [Bilan d'une année Covid : où en est le marché international de la décoration, du design et de l'art de vivre ?](#) », baromètre publié le 16/06/2021.

Les supports de communication

Le portfolio ou *book*

Avant toute chose, il est indispensable de créer un portfolio de vos réalisations, à présenter à vos clients potentiels. Vous pouvez inclure des croquis, des photographies (maquettes, les fameux avant/après), des textes explicatifs, des titres et des légendes.

Le site Internet

Indispensable, le site Internet présente vos réalisations et services. C'est votre portfolio numérique. Présentez le type de prestations que vous proposez, votre profil professionnel, votre parcours et de nombreuses photos des projets que vous avez réalisés. Rendez la rubrique « Contact » bien visible et facile d'utilisation, incluant un éventuel formulaire de prise de contact.

Le blog

En complément du site Internet, le blog peut générer 73 % de prospects supplémentaires. Publiez des actualités, des articles sur les tendances, des conseils produits et déco. Par la multiplicité des sujets abordés et la fréquence de publication, un blog est souvent mieux référencé sur les moteurs de recherche qu'un site Internet.

Les réseaux sociaux

Même si la tâche est assez chronophage, être présent sur les réseaux sociaux est de plus en plus nécessaire. Voici les spécialités des différents réseaux :

- **Facebook** est surtout fréquenté par la génération X. Créez votre Page pour y poster des photos de vos dernières réalisations, partagez les éventuels articles de presse dont vous faites l'objet. Vous pouvez aussi faire réagir vos abonnés en créant des sondages. Il faut veiller à faire un *post* au moins une fois par semaine pour apparaître régulièrement dans les fils d'actualité de vos fans, et ne pas donner l'impression de négliger votre communication. Vous pouvez aussi utiliser la publicité payante ciblée en fonction de l'âge, la localisation, le genre et les centres d'intérêt de chacun.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- **Instagram** est le royaume du visuel. Soyez à l'affût des nouvelles fonctionnalités mises en place régulièrement. Publiez des *posts*, des *stories* (visibles pendant 24 heures), des vidéos en direct (*lives*), des *reels* (courtes vidéos de 90 secondes tout au plus) présentant vos réalisations.
- **LinkedIn** est utile pour communiquer sur votre actualité, entrer en contact avec des clients potentiels, suivre vos concurrents. Une page d'entreprise est mieux référencée qu'une page personnelle. Le visuel de couverture est indispensable, ne sous-estimez pas son impact. Les *posts* ici peuvent être particulièrement longs (jusqu'à 1 300 caractères). Plus le temps d'attention accordé à un *post* par un utilisateur est long, mieux celui-ci est référencé. Privilégiez les *posts* avec photos et vidéos, rédigez des titres accrocheurs, posez des questions qui attirent l'attention, demandez l'avis de vos abonnés sur un produit, sur votre logo. Interpellez-les en mentionnant certains d'entre eux avec l'arobase (@). Recensez ceux qui ont aimé vos publications, leur localisation, leur fonction, le type d'entreprise dans lesquelles ils travaillent.

L'âge moyen des utilisateurs de LinkedIn est de 44 ans. Ils fréquentent le réseau 10 à 20 minutes par jour en semaine, en particulier les mardis, mercredis et jeudis. L'idéal est de poster pendant les heures de bureau, vers 10-11h, et non tard le soir ou le *week-end*. Publier deux fois par semaine est idéal pour être visible régulièrement.

- **Pinterest** est utile pour trouver de l'inspiration et de nouvelles idées. Les utilisateurs y partagent leurs centres d'intérêt, passions et conseils, sous forme de photos, vidéos ou infographies. Pinterest comptabilise près de 400 millions d'abonnés actifs chaque mois et plus de 200 milliards de *posts* épinglés sont enregistrées. Vous y trouverez fréquemment des publications, entre autres, sur les loisirs créatifs, la mode, la décoration. Le réseau a la réputation d'être essentiellement féminin : il est utilisé à 70 % par des femmes. Les publications ont une durée de vie pouvant aller jusqu'à 4 mois.

La publicité directe

Acheter des espaces publicitaires sur Google Ads, dans les Pages Jaunes, dans des magazines spécialisés, des bulletins municipaux, ou lancer une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux peut se révéler efficace en fonction du public que vous visez.

Sources :

- MAISON&OBJET ACADEMY. « **Développer son activité avec LinkedIn** », vidéo publiée en 2022 avec Julie Réjean, consultante et formatrice en marketing (disponible sur abonnement)
- SALON SME TV. « **5 étapes pour (enfin !) trouver des clients avec le Web** », conférence vidéo publiée le 02/09/2021.

Pour en savoir plus :

- ➔ AFNIC. « **50 conseils pour construire sa présence en ligne** », guide publié en 2022.
- ➔ BDM. « **Étude : l'usage des avis en ligne par les Français en 2022** », article publié le 04/04/2022.
- ➔ MAISON&OBJET ACADEMY. « **Réussir votre présentation client** », vidéo publiée en 2022 avec Matteo Bianchi, *designer*.
- ➔ PELLMELL CRÉATIONS. « **Mon métier de décoratrice d'intérieur : les questions qu'on me pose le plus souvent** », article publié le 07/09/2020.

Prospection commerciale active et réseautage

Les envois de courriel

Dans le baromètre de Maison&Objet publié en mai 2021, 45 % des prescripteurs interrogés (architectes d'intérieur, décorateurs, architectes, promoteurs immobiliers, paysagistes) utilisent le courriel comme outil de prospection, avant tout auprès des entreprises.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Il est efficace surtout lorsqu'il est personnalisé. Adapter son message à l'activité et aux besoins potentiels du prospect est certainement plus impactant que d'envoyer un courriel standardisé à la liste d'adresses de votre base de données. La tâche prend donc un peu de temps, d'où l'intérêt d'identifier avec soin les entreprises qui pourraient recourir à vos services. Mettez en avant votre expérience et les compétences susceptibles de les intéresser.

Source : MAISON&OBJET LE MAGAZINE. « **Bilan d'une année Covid : où en est le marché international de la décoration, du design et de l'art de vivre ?** », baromètre publié le 16/06/2021.

GESTION D'UN FICHER CLIENT ET RGPD

La gestion des fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel qui ne sont pas utiles directement à l'exercice de la profession. Ces informations relèvent du Règlement général de protection des données (RGPD) visant à la protection de la vie privée.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « **Me mettre en conformité avec le RGPD (Cnil)** », rubrique en ligne.
- CNIL. « **RGPD : par où commencer** », rubrique en ligne.

Les salons, formations et ateliers

Participer à des conférences ou des ateliers est un bon moyen de se faire connaître. Même si vous n'êtes que simple visiteur, être présent permet aussi de distribuer ses cartes de visite, de montrer son *book* et de faire de belles rencontres.

Les clubs d'entrepreneurs

S'inscrire à un réseau d'affaires et à des clubs d'entrepreneurs peut être une bonne façon de développer votre carnet d'adresses grâce aux rencontres entre professionnels organisées de manière régulière. C'est l'occasion de faire connaître votre activité et d'accroître le bouche-à-oreille en distribuant des cartes de visite, ou bien en organisant un atelier, en donnant des conférences... ou tout simplement en faisant du relationnel.

4.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Ressources humaines

Formations

La profession d'architecte d'intérieur n'est pas réglementée. Il est cependant indispensable d'être solidement formé, car les responsabilités engagées dans l'exercice du métier sont lourdes.

Les formations post-Bac proposées par les établissements publics sont les suivantes :

- le BTS *Design* d'espace et agencement de l'environnement architectural (en 2 ans) ;
- le Diplôme des métiers d'art (DMA) Arts de l'habitat et décor architectural (en 2 ans) ;
- le Diplôme national d'arts et techniques (DNAT) *Design* d'espace (en 3 ans) ;
- la Licence diplôme d'études en architecture (DEEA) (en 3 ans) ;
- le Diplôme national d'arts plastiques (DNAP) *Design* (en 5 ans).

Attention : vérifiez que la formation que vous souhaitez entreprendre figure au [Répertoire national des certifications professionnelles](#) (RNCP). Le CFAI et l'Unaid déconseillent les formations rapides à distance.

Le CFAI a signé une charte de l'enseignement avec le ministère de la Culture en 1996. Cette charte détermine notamment la durée des études, fixée à 5 années post-Bac. Les écoles qui adhèrent au CFAI ont fait l'objet d'une reconnaissance au regard de l'application de cette charte dans leurs cursus de formation. Pour obtenir le titre d'architecte d'intérieur certifié CFAI, l'architecte doit envoyer un dossier au Conseil français des architectes d'intérieur. Il sera examiné par un jury qui décidera de l'attribution du titre CFAI. La [liste des écoles reconnues](#) par le CFAI est disponible sur son site.

De son côté, en tant que syndicat patronal, l'Unaid s'engage pour l'identification de l'architecte d'intérieur et respecte un planning de rapprochement continu avec les écoles représentatives du secteur. La [liste des écoles partenaires](#) de l'Unaid est disponible sur le site du syndicat.

Sources :

- Informations recueillies par Bpifrance auprès de l'Unaid et du CFAI en octobre 2022.
- UNAPL. « [Architecte d'intérieur](#) », fiche métier publiée en 2020.

Convention collective

La convention collective nationale applicable est la [Convention collective nationale du personnel des prestataires de services dans le domaine du secteur tertiaire du 13 août 1999](#).

Pour en savoir plus :

- ➔ Toute convention est disponible au [Journal Officiel](#) et consultable sur le site de [Légifrance](#).

Locaux

L'architecte d'intérieur peut exercer à domicile, dans un local loué ou acheté, mais aussi dans un espace de *coworking*.

Attention : il existe des restrictions à l'exercice de l'activité à son domicile.

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « [Domiciliation et exercice de l'activité chez soi](#) », rubrique en ligne.

Équipement – Investissement de départ

L'investissement de départ est raisonnable. L'équipement de base comprend :

- un ordinateur de bureau et/ou portable ;
- des logiciels de bureautique, de gestion (stock, devis et facturation) et de conception assistée par ordinateur (DAO/CAO), de traitement de l'image, un anti-virus, des espaces de stockage virtuels ;
- une imprimante ;
- un téléphone portable ;
- des cartes de visite, des plaquettes commerciales ;
- un site Internet et/ou un blog ;
- les assurances professionnelles dont l'assurance décennale ;
- la documentation technique payante comme les normes ;
- le mobilier pour l'accueil des visiteurs le cas échéant.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Chiffre d'affaires – Facturation

Quels tarifs pratiquer ?

En 2022, selon Houzz, 42 % des professionnels de la maison du secteur de la décoration (architectes d'intérieur, décorateurs et architectes) ont augmenté leurs prix et leurs marges, contre 33 % en 2021.

Avant tout début de chantier, le préalable d'un contrat ou d'une lettre de mission signée du client est indispensable. Ce document doit décrire l'objet et la nature de la mission, les conditions de sa réalisation, le ou les délais de remise des documents pièces à produire ainsi que la valeur de la rémunération et les conditions de paiement.

Le tarif de l'architecte d'intérieur peut être, au choix :

- à l'heure (entre 60 et 100€), dans le cas de mission de type conseil ponctuel ;
- journalier (environ 600 à 650€ par jour selon l'Unaid) ;
- forfaitaire, lorsque la mission et le projet sont parfaitement connus à l'avance et sous réserve de la signature préalable d'un contrat stipulant les conditions d'exécution et les limites de la prestation ;
- au mètre carré (entre 1 200 et 1 500€) ;
- au pourcentage des travaux (entre 8 et 15 % du montant hors taxes – HT – des travaux).

La rémunération peut être, dans un premier temps, estimée sur la base d'une enveloppe prévisionnelle résultant de l'élaboration du projet programme. Cette enveloppe est ensuite ajustée à la réalité de l'ampleur du projet lorsque l'avant-projet définitif est validé. Le contrat définit alors dès le départ, outre les éléments déjà cités, le taux de rémunération, l'échelonnement des paiements et les engagements réciproques du client (le maître d'ouvrage) et de l'architecte d'intérieur (le maître d'œuvre).

Pour les projets de longue durée (dépassant un an), une clause de révision sera adjointe permettant de compenser l'augmentation du coût général de la construction pendant la période de l'opération.

Pour préserver la rentabilité, certains professionnels facturent l'étude des projets sous forme de forfait, déduit de la commande si celle-ci est conclue.

La question cruciale, sur ce marché concurrentiel fortement impacté par la volatilité des prix des matières premières et les délais d'approvisionnement, est de justifier ses tarifs aux clients. Vous pouvez :

- proposer des devis « tiroirs » composés d'un tarif pour le projet de base, auquel s'ajoutent des options supplémentaires au choix du client ;
- pratiquer des formules d'appel (packs forfaitaires adaptés au *coaching* déco et qui permettent également de rentabiliser de petits projets en limitant les coûts et le temps passés).

Dans tous les cas, le CFAI et l'Unaid soulignent qu'une des qualités principales de l'architecte d'intérieur doit être la psychologie ! L'écoute active des besoins du client, la reformulation, la pédagogie, voire la conciliation (lorsque vous êtes face à un couple de clients dont les avis divergent) sont centrales pour négocier un devis.

Sources :

- Informations recueillies par Bpifrance auprès de l'Unaid et du CFAI en octobre 2022.
- HOZZ. « [Conseils de pros pour rentrer des projets plus coûteux](#) », article publié le 16/05/2022.
- HOZZ. « [Quelles stratégies pour les pros de la maison en 2022 ?](#) », article publié le 04/05/2022.
- UNAID. « [Le métier d'architecte d'intérieur : définition](#) », rubrique en ligne.

Les revenus des architectes d'intérieur

Les statistiques recueillies en 2019 par le CFAI montrent que 34 % des répondants réalisent un chiffre d'affaires annuel inférieur à 35 000 €, 15 % entre 35 000 et 50 000 €, 19 % entre 50 000 et 100 000 €, 17 % entre 100 000 et 200 000 €, et 15 % dégagent un chiffre d'affaires de plus de 200 000 €.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès du CFAI en octobre 2022.

Charges d'exploitation

Voici la liste des principales charges d'exploitation pour un architecte d'intérieur :

- forfait téléphonique et Internet ;
- fournitures, petit matériel ;
- location éventuelle de matériel ;
- maintenance et licences informatiques ;
- frais de déplacement éventuels ;
- dépenses de promotion : communication classique (cartes de visite, brochures, communiqués de presse, etc.), stratégie de *webmarketing* (temps passé à l'administration du site Internet, ajout de photos, rédaction de contenus, gestion des rendez-vous, temps passé sur les réseaux sociaux...) ;
- assurances des locaux et assurances professionnelles (dont la garantie décennale) ;
- coûts de fonctionnement éventuels d'un local professionnel (loyer, eau, gaz, électricité, impôts et taxes – d'habitation, foncière –, ménage), qui ne doivent pas dépasser 20 % de votre chiffre d'affaires estimé pour la première année ;
- coût de la location d'un espace de travail ;
- cotisations aux réseaux d'entrepreneurs, clubs, associations ;
- frais de comptabilité.

Si vous travaillez à domicile, pensez à évaluer la part de votre consommation d'énergie et d'éventuels impôts et taxes liés à votre activité.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Par où commencer pour faire ses comptes prévisionnels et vérifier la rentabilité du projet ?](#) », rubrique en ligne.

Les ratios de gestion

Voici les principaux ratios de l'activité « Architecte d'intérieur, décorateur » tels que collectés par l'Union nationale des associations agréées (Unasa) auprès des entreprises libérales adhérentes.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

RATIOS DES ENTREPRISES DU SECTEUR « ARCHITECTE D'INTÉRIEUR, DÉCORATEUR », 2019

ARCHITECTE D'INTÉRIEUR, DÉCORATEUR	
Montant net des recettes	60 182 €
EN % DES RECETTES NETTES	
Achats	3,7
Charges de personnel	4,1
Impôts et taxes	3,7
Charges externes	43,7
Bénéfice	45,8

Note de lecture : les données indiquées ici sont relatives à l'exercice 2019, année ante-crise sanitaire, car les niveaux d'activité de l'année 2020 peuvent être anormaux (aussi bien à la baisse qu'à la hausse).

Champ : France entière, ensemble des 283 entreprises libérales adhérentes de l'Unasa relevant de l'activité « Architecte d'intérieur, décorateur ».

Source : Unasa (statistiques 2019).

DÉTAIL DES CHARGES EXTERNES DES ENTREPRISES DU SECTEUR « ARCHITECTE D'INTÉRIEUR, DÉCORATEUR », 2019

ARCHITECTE D'INTÉRIEUR, DÉCORATEUR	
EN % DES RECETTES NETTES	
Loyers et charges locatives	5,6
Locations	1,1
Honoraires	3,7
Primes d'assurance	4,1
Autres TFSE*	2,8
Frais de déplacement	6,4
Charges sociales personnelles	13,6
Frais de réception	1,6
Fournitures de bureau	2,5
Autres frais divers de gestion	2,4

* Travaux, fournitures, services extérieurs.

Note de lecture : les données indiquées ici sont relatives à l'exercice 2019, année ante-crise sanitaire, car les niveaux d'activité de l'année 2020 peuvent être anormaux (aussi bien à la baisse qu'à la hausse).

Champ : France entière, ensemble des 283 entreprises libérales adhérentes de l'Unasa relevant de l'activité « Architecte d'intérieur, décorateur ».

Source : Unasa (statistiques 2019).

Financement – Aides spécifiques

Le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans la rubrique « [Comment financer un projet de création d'entreprise ?](#) ».

Les aides à la création ou à la reprise d'entreprise sont décrites dans les rubriques « [Quelles sont les aides pour créer une entreprise ?](#) » et « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) ».

6.

RÈGLES DE LA PROFESSION

RÈGLES DE LA PROFESSION

Règles et usages de l'activité

Le respect de la loi sur l'architecture

L'architecte d'intérieur a pour vocation de créer et d'aménager les espaces intérieurs tels qu'ils sont définis dans l'article 4 de la loi [77-2](#) du 3 janvier 1977 sur l'architecture.

Il peut ainsi intervenir dans les situations suivantes :

- Lorsque les personnes physiques ou exploitations agricoles et les coopératives d'utilisation de matériel agricole qui déclarent vouloir édifier ou modifier, pour elles-mêmes, une construction de faible importance dont les caractéristiques, et notamment la surface maximale de plancher sont déterminées par décret en Conseil d'État. Ces caractéristiques peuvent être différentes selon la destination des constructions. Pour les constructions édifiées ou modifiées par les personnes physiques, à l'exception des constructions à usage agricole, la surface maximale de plancher déterminée par ce décret ne peut être supérieure à 150 mètres carrés.
- Dans les situations de travaux soumis au permis de construire ou à autorisation, qui concernent exclusivement l'aménagement et l'équipement des espaces intérieurs des constructions et des vitrines commerciales ou qui sont limités à des reprises n'entraînant pas de modifications visibles de l'extérieur.

Les assurances obligatoires

L'assurance décennale

Parce qu'il occupe les fonctions de maître d'œuvre, de coordinateur des travaux, l'architecte d'intérieur est considéré porter la qualité de « constructeur » au sens de l'article [1792-1](#) du Code civil. C'est la loi [78-12](#) du 4 janvier 1978 relative à la responsabilité et à l'assurance dans le domaine de la construction, dite « Spinetta », qui a soumis l'ensemble des professionnels du bâtiment, y compris l'architecte d'intérieur, à la souscription d'une assurance décennale et de responsabilité civile professionnelle (RC Pro).

Le contrat d'assurance décennale couvre les dommages qui peuvent résulter d'un vice caché et affecter la construction dans sa solidité. Il protège toutes les entreprises et tous les professionnels réalisant des travaux dans le bâtiment pendant dix ans contre les malfaçons affectant le sol, le bâtiment, et découlant de la non-conformité aux normes obligatoires de construction. Il couvre également les travaux de rénovation ou d'aménagement des espaces intérieurs qui touchent à la charpente, aux murs, aux revêtements (carrelage, parquet, etc.), ainsi que les travaux sur des éléments liés aux ouvrages de base du bâtiment. Sa mise en œuvre peut démarrer à compter de la date de la livraison ou de la réception des travaux.

Le défaut de souscription de cette assurance est passible de prison.

Avant le début des travaux, l'architecte d'intérieur doit justifier de son assurance pour architecte d'intérieur en responsabilité civile et de son assurance décennale.

Le maître d'ouvrage (le client de l'architecte d'intérieur) doit, quant à lui, prendre une assurance dommages ouvrage pour tous les travaux engagés, qui lui permet en cas de sinistre d'avoir une prise en charge immédiate du coût des réparations, quelles que soient les responsabilités.

Seul le maître d'ouvrage peut signer la réception des travaux, car c'est lui qui a conclu un marché avec les entreprises. L'architecte d'intérieur est là pour organiser cette réception et conseiller, mais pas pour la signer.

L'assurance de responsabilité civile professionnelle

Vous devez souscrire une assurance de responsabilité civile professionnelle (RC Pro) afin d'être couvert pour les dommages que vous pourriez causer dans le cadre de votre activité. En effet, une erreur peut engendrer des dommages matériels, immatériels et corporels à des tiers. Cette assurance peut vous couvrir contre ces risques puisqu'elle prend en charge les dommages intermédiaires, les défauts de conformité et les désordres apparents.

Les autres assurances non obligatoires

Le cas échéant, vous pouvez également souscrire à une protection juridique (vous protégeant en cas de litige avec vos clients) et à une assurance des stocks de marchandise (si vous entreposez des matériaux).

Statut de l'entrepreneur

Le métier d'architecte d'intérieur correspond au statut de profession libérale.

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « [Vérifier la nature de mon activité](#) », rubrique en ligne.

Structure juridique

Nous ne disposons pas à ce jour de données chiffrées officielles concernant les structures juridiques choisies par les seuls architectes d'intérieur. En effet, le code NAF 71.11Z correspondant aux « activités d'architecture » ne reflète pas l'activité des seuls architectes d'intérieur.

L'architecte d'intérieur peut exercer en entreprise individuelle (micro-entrepreneur, EURL) ou sous forme sociétaire.

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « [Infographie : quel statut juridique choisir pour mon entreprise ?](#) », rubrique en ligne.

TVA

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) applicable aux activités d'architecture d'intérieur est de :

- 10 % pour une mission complète, intégrant conception et suivi du chantier ;
- 20 % pour une mission de conception seule.

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « [TVA](#) », rubrique en ligne.

7.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

Cela comporte de nombreux avantages, comme rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, etc. Les services offerts sont généralement mis en valeur sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

Pour en savoir plus :

- CEET – CNAM. « [Pourquoi adhérer à une organisation patronale ?](#) », fiche publiée en juin 2022.

Les principaux organismes professionnels et fédérations

- **Conseil français des architectes d'intérieur (CFAI)**

Cette association loi 1901 a pour objectif d'organiser la profession par la reconnaissance de compétences individuelles et le suivi des enseignements. Elle développe l'image de la profession par sa présence sur des salons internationaux ou régionaux, et son dialogue permanent avec les institutionnels publics et privés. Elle fédère la profession à travers, notamment, une charte de déontologie, un règlement intérieur, la mise en ligne de contrats-types, le conseil aux jeunes professionnels, une *newsletter*, etc. C'est aujourd'hui un label. Chaque année, le CFAI publie sur son site la [liste officielle](#) des architectes d'intérieur « certifiés compétents ».

- **Union nationale des architectes d'intérieur et designers (Unaid)**

Depuis 1978, la mission de l'Unaid est de défendre et de promouvoir les professionnels de l'architecture d'intérieur, indépendants, à titre individuel ou en société. Elle est présente sur de nombreux salons nationaux et internationaux. L'appartenance à l'Unaid est valorisée par de nombreux outils labellisés Unaid (affiches, dossiers, panneaux de chantier...). L'organisme dialogue avec les écoles et les membres de l'Unaid participent aux jurys de fin d'étude.

Ouvrages, rapports et études

- CLUB DE L'AMÉLIORATION DE L'HABITAT. « [Synthèse de l'enquête consommateur CAH-Qualitel/Ipsos 2020](#) », publiée le 26/04/2021.
- HELLO ARTISAN. « [Travaux de rénovation : que prévoient les Français en 2022 ?](#) », article publié le 16/02/2022.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

- HOUZZ. « [2022 Étude Houzz France : tendances rénovation](#) », publiée le 22/06/2022.
- HOUZZ. « [2022 Baromètre de l'industrie Houzz France](#) », publié le 29/04/2022.
- HOUZZ. « [2020 Étude Houzz France : tendances rénovation](#) », publiée le 23/09/2020.
- GRIMLEY Chris, HARRIS SMITH Kelly. « [Les grands principes de l'architecture d'intérieur : 100 clés pour créer des aménagements simples, efficaces et innovants](#) », livre publié en 2022.
- GRIMLEY Chris, LOVE Mimi. « [L'architecture d'intérieur : un guide pratique de référence](#) », livre publié en 2019.
- IPEA. « [Résultats du marché 2021 : le marché du meuble en forte croissance en 2021](#) », dossier de presse publié le 15/03/2022.
- MAZEAU Karine. « [Booster son activité déco](#) », livre publié en 2021.
- RENCONTRE UN ARCHI. « [Les Archis\(experts\) : décryptage de l'essor du marché de la décoration en France](#) », article publié le 20/05/2020.
- SOFINCO PARTNER. « [Profil 2022 : les Français et leur logement](#) », étude publiée le 15/02/2022.
- XERFI. « [L'activité des architectes](#) », étude publiée le 21/02/2022.

Revue et médias

Pour les professionnels

- [Ateliers d'art](#), magazine bimestriel, papier et numérique, édité par Ateliers d'art de France. Reportages, portraits et témoignages de professionnels des métiers d'art.
- [Centre de ressources de l'Institut national des métiers d'art](#), publications, études, articles et actualités relatifs aux métiers d'art et du patrimoine vivant.
- [Courrier du meuble et de l'habitat](#), 45 numéros par an, 10 suppléments « Spécial fournitures » et 2 hors-série, papier et numérique. Conjoncture économique, l'actualité de la profession, les acteurs du marché (fabricants, distributeurs, fournisseurs...), les rendez-vous majeurs de la profession (salon, séminaires, congrès, colloques).
- [LSA](#), magazine mensuel, papier et numérique. L'actualité du commerce et de la consommation. Newsletter sectorielle quotidienne, dont « Meuble, brico et jardin ».
- [Maison&Objet](#), magazine gratuit, en ligne. Tendances déco, portraits de professionnels, histoires inédites de l'univers Maison&Objet, chiffres, tourisme, podcast.
- [Univers habitat](#), magazine bimensuel, papier et numérique. Équipement de la maison, secteurs blanc-brun (TV, HiFi et électroménager), mobilier, cuisine, brico-jardin. Enquêtes, interviews, tableaux de bord, agenda des salons, vitrines produits, zooms marchés.

Pour le grand public

- [AD Magazine](#), magazine bimestriel, papier et numérique. Maisons à vendre, visites privées, shopping, portraits, adresses, pièces de la maison, expositions.
- [Côté Maison](#), magazine bimestriel, papier et numérique. Maisons de rêve, jardins et terrasses, conseils déco, cuisine, rénovation. Boutique d'objets en ligne. Magazines régionaux : Ouest, Sud, Paris et Est.
- [D'a](#), 9 numéros par an, papier et numérique. Débats techniques, photographie, économie du projet, muséographie, questions environnementales, arts plastiques, mutations esthétiques.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

- **DKOmag**, blog créé par Stéphanie Caumont, consultante en stratégie digitale. Actus déco, tendances, conseils, jardin, rénovation, *interview* de *designers*.
- **DecoFinder**, plateforme de vente d'objet de décoration qui publie une *newsletter* hebdomadaire de nouveautés déco.
- **Domodeco**, magazine trimestriel, papier et numérique. *Design*, architecture, décoration.
- **Elle Décoration**, 9 numéros par an, papier. Actualités, tendances, repérage, *shopping*, *interviews*.
- **Ideat**, magazine bimestriel, papier et numérique. *Design*, *lifestyle*, architecture, tourisme, tendances.
- **Le Journal de la Maison**, magazine en ligne. Décoration par styles, par pièce, petites surface, actualités, nouveautés. *Newsletter* bihebdomadaire.
- **Le Journal du Design**, magazine en ligne. *Design*, architecture, intérieurs, art, pop culture.
- **Maison Actuelle**, magazine bimestriel, papier et numérique. *Design*, décoration, extérieur, art de vivre, gastronomie, évasion.
- **Maison à part**, site de conseils et tendances décoration, édité par Batiactu qui publie une *newsletter* mensuelle.
- **Maison créative**, magazine bimestriel, papier et numérique. Actualités, *shopping*, *Do It Yourself* (DIY), visites de maison, conseils en décoration et rénovation.
- **Maisons de campagne**, magazine bimestriel, papier et numérique. Reportages sur les maisons de charme, les maisons d'hôtes, focus sur différents styles et pièce par pièce.
- **Marie-Claire Idées**, magazine bimestriel, papier et numérique. Rubriques décoration, tendances, *interviews* de créateurs, DIY, *shopping* maison, mode, cuisine, beauté-forme-médecines douces, tourisme.
- **Marie-Claire Maison**, 8 numéros par an, papier et numérique. Actualités et tendances, *coach* déco, salon, cuisine, chambre, jardin et terrasse.
- **Milk décoration**, magazine trimestriel, papier et numérique. *Design*, produits, voyage, portraits, arts et culture.
- **The Good Life**, magazine bimestriel, papier et numérique. Magazine *business* et *lifestyle* publié par Ideat Éditions.
- **VivaDeco**, magazine bimestriel, papier et numérique. Actualités, architecture, luminaire, mobilier, tendances, portraits de créateurs, conseils décoration.

Salons et événements

En France

- **Architect@Work France**, salon annuel, à Paris, Nantes, Bordeaux, Marseille, Lyon. Salon des professionnels de l'architecture : produits innovants, matériaux, applications et services.
- **Artibat**, salon annuel, à Rennes. Salon de la construction de l'Ouest. Gros œuvre, second œuvre, plateau technique, équipement, gros matériel.
- **Batimat**, salon annuel, à Paris. Pour les professionnels de la construction et de l'architecture.
- **Carrousel des métiers d'art et de création**, salon biennal, à Paris. Organisé par la CMA d'Île-de-France, ce salon est destiné au grand public désireux de découvrir le monde de l'artisanat d'art et de la création, de dénicher de nouveaux talents et d'acquérir des pièces uniques en période de fêtes de fin d'année. Il donne notamment lieu à la présentation des lauréats du prix **Jeunes talents**.
- **Cocoon**, 2^e édition en 2021, à Bordeaux. Salon dédié à la décoration, à la maison et à l'art de vivre.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

- **EquipHotel**, salon annuel, à Paris. Pour les professionnels des secteurs de l'hôtellerie et de la restauration.
- **Equipmag**, salon annuel, à Paris. Regroupe des professionnels de l'agencement et de l'équipement du point de vente.
- **France Design Week**, salon annuel, sur tout le territoire. Organisé par un comité composé d'une trentaine d'experts du *design* et coordonnés par l'APCI, agence de promotion du *design*. Salon qui a pour objectif de « promouvoir le *design* et les expertises de ses *designers* auprès des professionnels et de sensibiliser le grand public à sa pratique, en mettant à l'honneur tous les champs du *design* ».
- **Ideobain**, salon annuel, à Paris. Dédié à l'univers de la salle de bains, de la technique sanitaire et du *design* des produits.
- **Rendez-vous de la matière + Fair(e)**, salon professionnel annuel, à Paris. Ce salon est consacré aux matériaux innovants pour l'architecture, le *design*, la décoration et l'aménagement d'intérieur.
- **Maison&Objet** (M&O), salon grand public de la décoration, du cadeau et des arts de la table, à Paris. Organisé depuis 25 ans par Safi (filiale d'Ateliers d'Art de France et de RX France). Deux salons réservés aux professionnels sont également organisés : In the City et Paris Design Week. Sa plateforme MOM (Maison&Objet and More) permet aux acheteurs et aux marques d'échanger et de lancer les nouvelles collections. La plateforme Maison&Objet Academy, disponible sur abonnement, propose aux professionnels une chaîne Web dédiée à la formation et aux décryptages du marché.
- **Materials and Lights**, salon annuel, à Paris. Organisé par le magazine *d'a* en partenariat avec Muuz, c'est un événement dédié aux prescripteurs et créateurs sur le thème des matériaux de l'architecture.
- **Mipim**, salon annuel, à Paris. Salon pour professionnels de l'immobilier, avec conférences, plateforme de mise en relation, Mipim Awards (récompensant les meilleurs projets architecturaux).
- **Salon du Retail et de l'immobilier commercial** (Siec), salon annuel, à Paris. Organisé par le Conseil national des centres commerciaux, pour promoteurs, gestionnaires, investisseurs, sociétés de conseil et prestataires.
- **Salon marketing point de vente**, salon professionnel annuel, à Paris. PLV (publicité sur le lieu de vente) permanente et éphémère, *digital retail*, activation, conseil et *design*, agencement et mobilier.

À l'étranger

- **Ambiente**, salon annuel, à Francfort. Dédié à l'univers de la maison.
- **Architect@Work International**, salon annuel, en Belgique, aux Pays-Bas, au Luxembourg, en Angleterre, Allemagne, Pologne, Autriche, Suisse, Italie, Espagne, Danemark, Suède, Norvège, Turquie, Canada. Salons des professionnels de l'architecture : produits innovants, matériaux, applications et services.
- **Design London**, salon annuel, à Londres. *Design* contemporain d'ameublement.
- **Heimtextil**, salon professionnel annuel, à Francfort. Mobilier, literie, décoration.
- **Homi**, salon bisannuel, à Milan (ancien salon Macef). Arts de la table, mobilier, luminaires, jardin, beauté et mode, bijoux et tourisme.
- **Houseware Fair**, salon annuel, à Hong Kong. Décoration, arts de la table, mobilier, accessoires de salle de bain, beauté, nettoyage, jardin, loisirs créatifs, beauté, santé, œuvres d'art, électroménager.
- **Interior Lifestyle**, salon annuel, à Tokyo. Arts de la table, mobilier haut de gamme, alimentation...
- **Salone del Mobile**, salon annuel, à Milan. *Design* d'intérieur, décoration, mobilier, cuisine, antiquités.
- **Springfair**, salon professionnel, à Birmingham. Décoration, arts de la table, cadeaux et mode.

Pour en savoir plus :

- ➔ Pour accéder au répertoire des foires et expositions à travers le monde, consultez le site **Foiresinfo.fr**.

NOTES

PERSONNELLES



<https://bpifrance-creation.fr>



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://linkedin.com/company/bpifrance>

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16€ TTC

ISBN : 978-2-38076-042-2