

26 octobre 2012

Conférence de presse

Les tendances de la consommation
des Français
en matière d'aménagement du logement



La FMB en quelques mots



FÉDÉRATION DES MAGASINS DE BRICOLAGE
ET DE L'AMÉNAGEMENT DE LA MAISON

70.000 salariés
2.400 magasins dans toute la France



Le marché du bricolage en 2012

Chiffres de la Banque de France

- **2011** : progression de **+2,80%** (en valeur)
- **2012** : une progression ralentie à **+ 0,7 %** à date
 - Après un excellent début d'année, le secteur a souffert du climat et rappelé que notre activité est fortement météo-dépendante,
 - La crise frappe également notre secteur, notamment en répercussion de l'immobilier:
 - Depuis le début 2012, les transactions dans l'immobilier ancien ont chuté entre 17% à 40% selon les zones (chambre des notaires).
 - Au 3^{ème} trimestre 2012, si le nombre de logements autorisés augmente de 1,1% (après avoir baissé durablement), les logements mis en chantier ont de nouveau reculé, portant la baisse sur trois mois à 7,7% par rapport aux trois mois précédents (chiffres publiés par le Ministère de l'Ecologie)

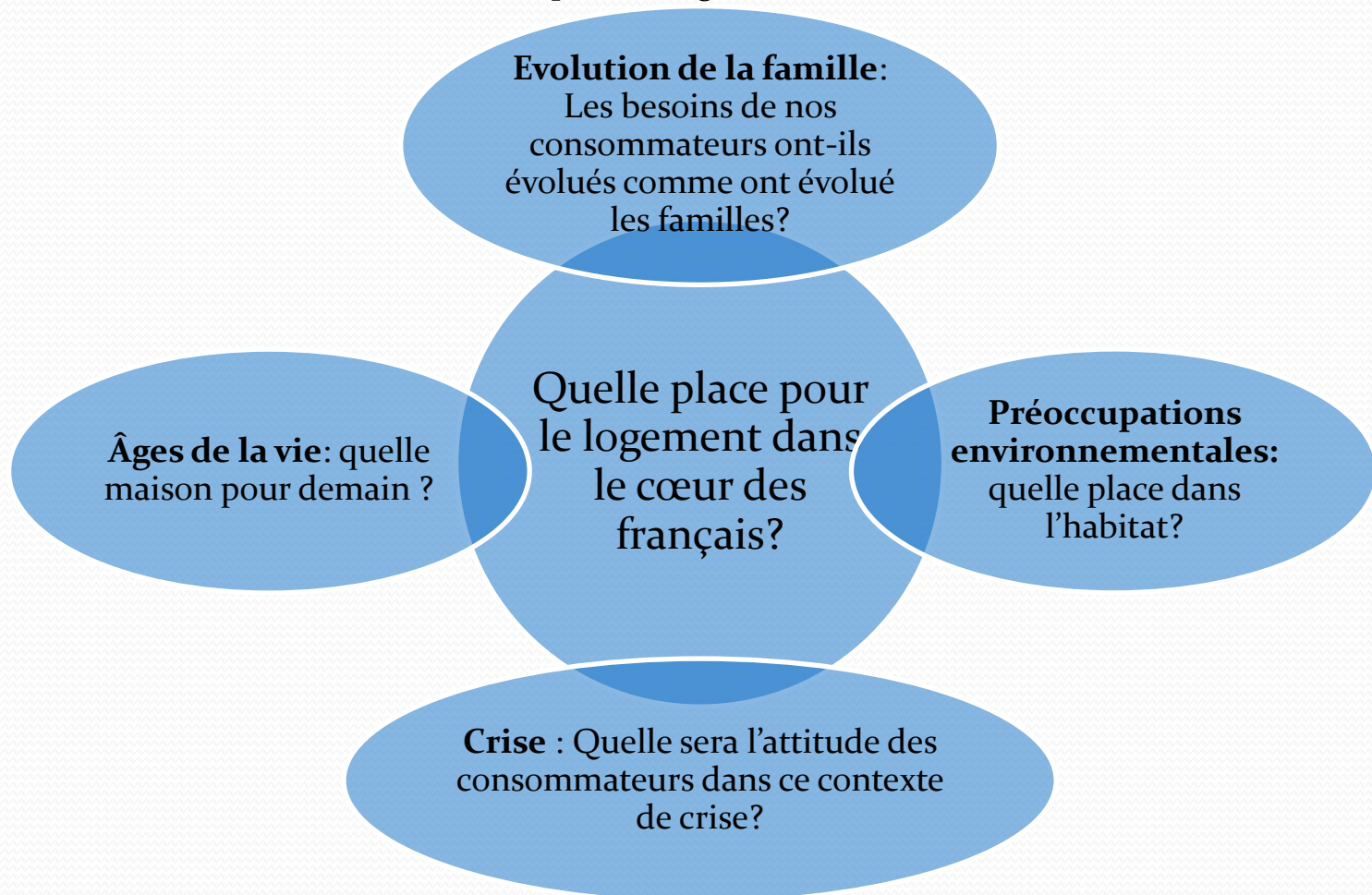
Les GSB accompagnent les Français dans leurs projets

- Le marché du bricolage a représenté **24,03 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2011**
 - **Les GSB captent 76% de ce marché**
 - **C'est le premier poste de dépense des Français, qui y consacrent 1.058 euros en moyenne par an (aménagement de la maison et jardinage).**
- ➔ **Le « faire soi-même » permet à tous d'améliorer et valoriser son habitat avec un budget maîtrisé.**

Pourquoi cette étude ?

Dans un contexte :

- de mutations technologiques, sociologiques et démographiques (Internet, d'une à des familles, hausse des seniors...),
- de crise du pouvoir d'achat,
- de conscience accrue des enjeux environnementaux et sociaux,
- d'évolution de l'offre (nouveaux concepts de magasins, e-commerce...).





Les grandes tendances de consommation des Français en matière d'aménagement du logement

26 octobre 2012

Etude IFOP réalisée pour : la FMB

Echantillon : 1000 Français de 18 ans et plus, représentatifs de la population (méthode des quotas : sexe, âge, profession de l'interviewé, région et taille d'agglomération)

Mode de recueil : les interviews ont eu lieu via un questionnaire auto-administré en ligne

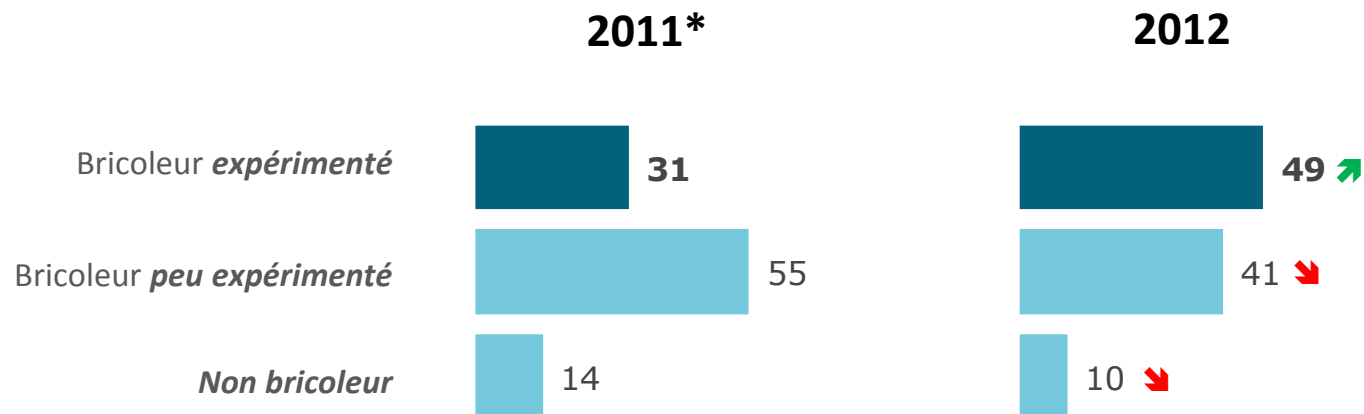
Dates de terrain : du 20 au 24 août 2012

Des Icônes pour visualiser rapidement les différences significatives correspondant à chacune des cibles socio-démographiques observées.

Sexe	 
Âges	    
PCF	   
Avec/sans enfants dans le foyer	 
D'autres mentions (célibataires, familles monoparentales/recomposées, propriétaires, bricoleurs expérimentés,...)	<i>Célibataires</i> <i>Familles M/R</i>

Une hausse significative des bricoleurs et de leur niveau d'expertise

Q- Vous personnellement, vous considérez-vous comme... ? (une seule réponse possible)

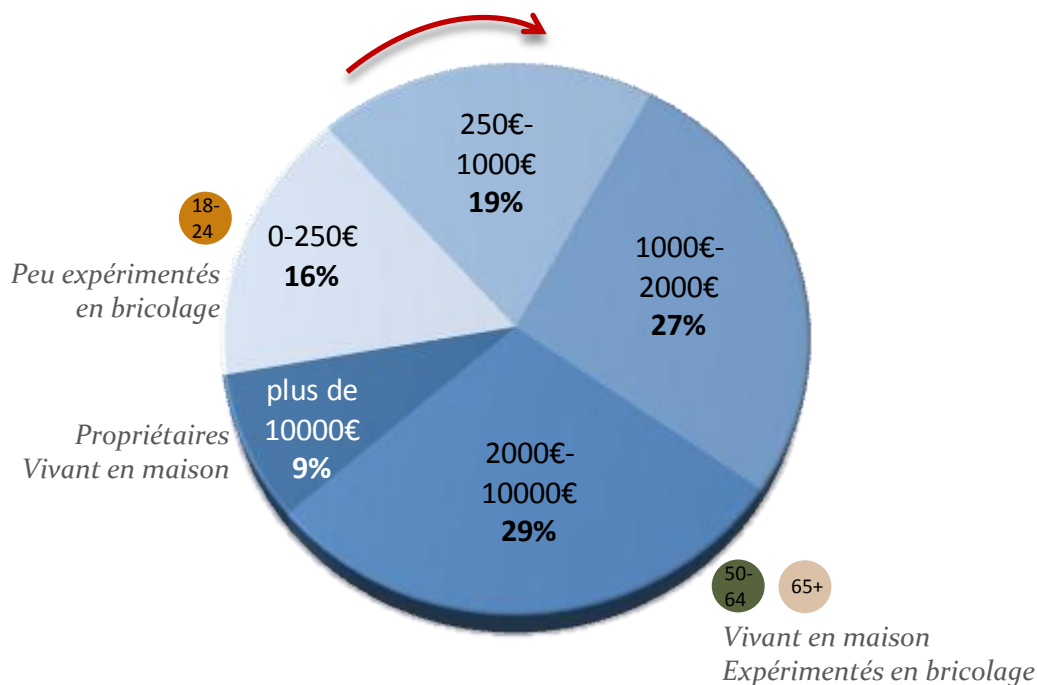


83%

des Français ont effectué des travaux au cours des deux dernières années

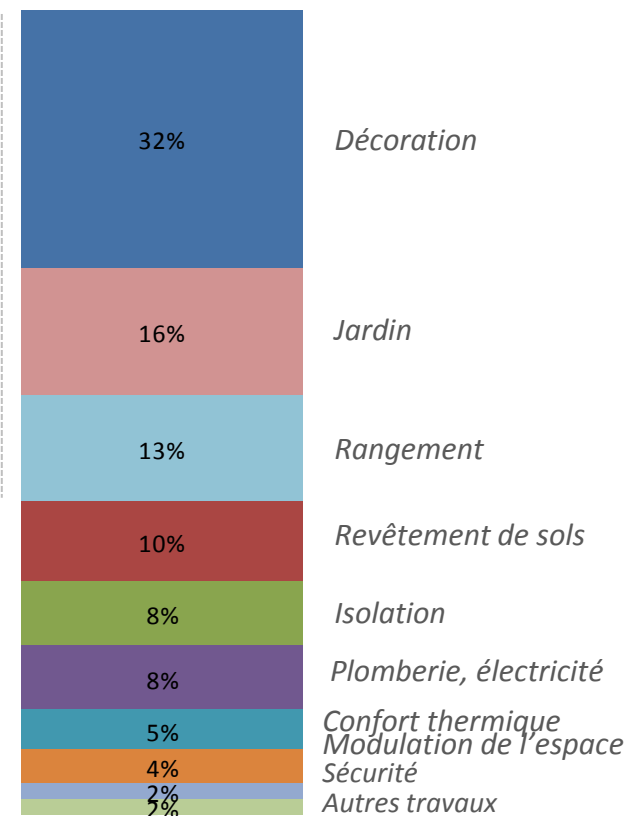
Base : Personnes ayant effectué des travaux (2 dernières années) (100%) = 834

Budget hors installation



Répartition des dépenses

61% des dépenses totales

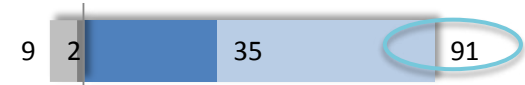


Une situation de crise qui renforce l'attente de bien-être

Q- Pour chacune des phrases suivantes, veuillez indiquer dans quelle mesure elle s'applique à vous personnellement.

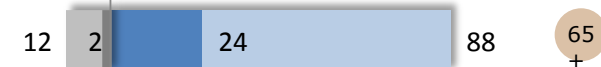
Base : ensemble (100%) = 1001

En période de crise et d'incertitude, **se sentir bien** dans son logement est fondamental



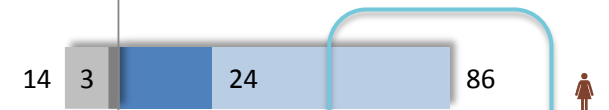
➔ Des Français en quête de sécurisation dans un contexte de crise (« home sweet home »)

Pour l'aménagement de votre logement, vous privilégiez la **qualité**

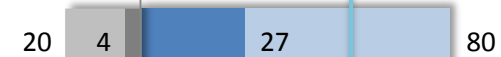


65 +

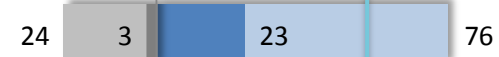
L'amélioration/aménagement de votre logement est pour vous une source de **plaisir**



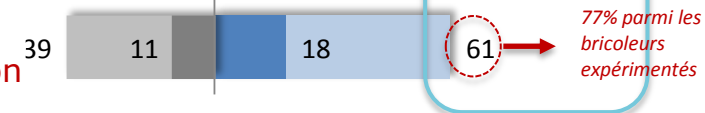
C'est important et agréable de faire des choses de ses **mains**



Vous accordez beaucoup d'importance à la décoration de votre maison : elle doit être à **votre image**, refléter votre personnalité



Bricoler, c'est un plaisir, une **passion**



77% parmi les bricoleurs expérimentés

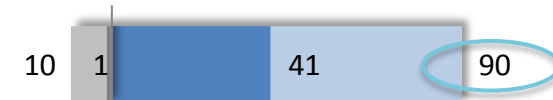
➔ Des Français qui plébiscitent l'aménagement de leur logement

■ ST S'applique ■ S'applique tout à fait à vous
■ ST Ne s'applique pas ■ Ne s'applique pas du tout à vous

Q- Et enfin, pour chacune des phrases suivantes, veuillez indiquer dans quelle mesure elle s'applique à vous personnellement.

Base : ensemble (100%) = 1001

Dans votre foyer, vous êtes particulièrement attentif au **gaspillage**
(ne pas laisser en veille les appareils électriques, coupez l'eau
lorsque vous vous brossez les dents,...)



Vous êtes toujours à l'affût des **bons plans**



➔ Une crise (et à un degré moindre une préoccupation DD) qui impacte les comportements
(économies d'énergie, recherche de bons plans)

Vous avez **personnalisé** votre intérieur **vous-même** (aménagement
et décoration)



Dans votre foyer, vous faites beaucoup de choses par **vous-même**
(jardinage, bricolage, décoration, cuisine, loisirs créatifs)



➔ Un fort intérêt pour l'aménagement et une recherche de personnalisation qui se vérifient dans les actes

Dans vos achats, les produits et les services que vous privilégiez
sont ceux qui vous font **gagner du temps**



➔ Une recherche de praticité

■ ST S'applique
 ■ ST Ne s'applique pas
 ■ S'applique tout à fait à vous
 ■ Ne s'applique pas du tout à vous

66%

des Français pensent que leur pouvoir d'achat a baissé ces 2 dernières années



65+

C

Familles monoparentales/
recomposées

Base : ensemble
(100%) = 1001

Dépenses prioritisées ces 2 dernières années

**Amélioration /
aménagement du
logement actuel**

Epargne

Voiture

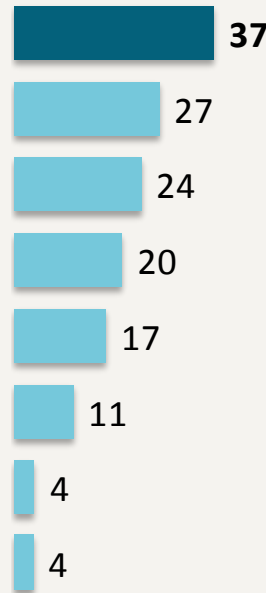
Voyages

Loisirs

Achat d'un logement

Investissements financiers

Autres projets/dépenses



18-24

A

B



65+

18-24

25-34

A

B

A

66%

des Français pensent que leur pouvoir d'achat a baissé ces 2 dernières années

83%

des Français sont inquiets par rapport à l'avenir

C 50-64 65+ ↑↑↑

Base : ensemble
(100%) = 1001

Dépenses prioritisées ces 2 dernières années

Amélioration / aménagement du logement actuel

Epargne

Voiture

Voyages

Loisirs

Achat d'un logement

Investissements financiers

Autres projets/dépenses



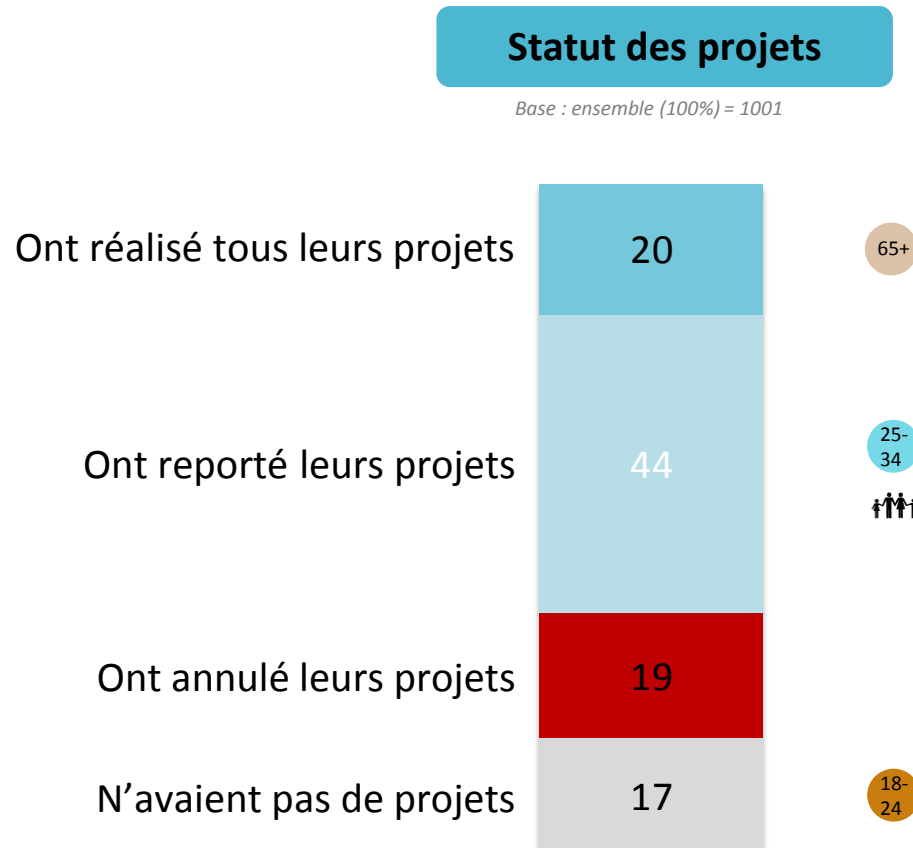
Dépenses prioritisées ces 2 prochaines années



18-24

Malgré la tension sur le pouvoir d'achat, moins d'1 Français sur 5 a annulé ses projets

Q- En pensant plus particulièrement à vos projets et dépenses liés à l'amélioration et à l'aménagement de votre logement principal, quelle a été votre situation ces deux dernières années ?



Et plus de 7 Français sur 10 envisagent de faire des travaux dans les 2 prochaines années

Base : ensemble (100%) = 1001

DEUX DERNIÈRES ANNÉES

83% des Français ont effectué des travaux

TRAVAUX RÊVÉS

81% des Français rêvent de faire certains travaux

TRAVAUX ENVISAGÉS POUR LES
2 PROCHAINES ANNÉES

71% des Français envisagent des travaux dans les 2 prochaines années

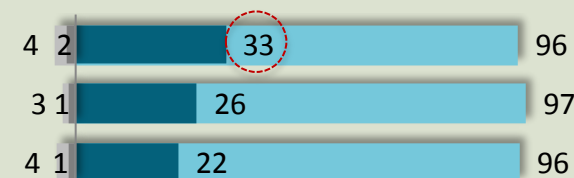
Prospective : 3 attentes primordiales se distinguent Et des attentes fortes en devenir

Q- Pour chacun de ces bénéfices apportés par la réalisation de travaux d'amélioration et d'aménagement du logement, merci d'indiquer l'importance qu'il a pour vous.

Base : ensemble (100%) = 1001

Attentes primordiales

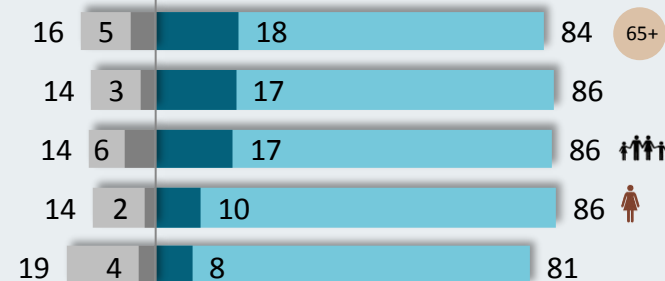
Faire des économies d'énergie
Avoir un logement fonctionnel et simple à vivre
Avoir un logement plus confortable, pour plus de bien-être



Attentes importantes

Anticipation
Sécurité,
Environnement,
Design,

Avoir un logement adapté à l'avenir (vieillesse, perte de mobilité)
Être en sécurité (anti-cambriolage)
Avoir un logement sécurisé (pour les enfants, les personnes âgées...)
Avoir un logement plus respectueux de l'environnement
Développer le côté esthétique/design du logement



Attentes 'niche', latentes

Adaptabilité,
automatisation
& valorisation

Avoir un logement modulable, pour une famille recomposée*
Augmenter la valeur du logement dans l'idée de le revendre
Automatiser le logement (volets, chauffage, portail...)
Avoir un logement permettant l'autonomie des adolescents

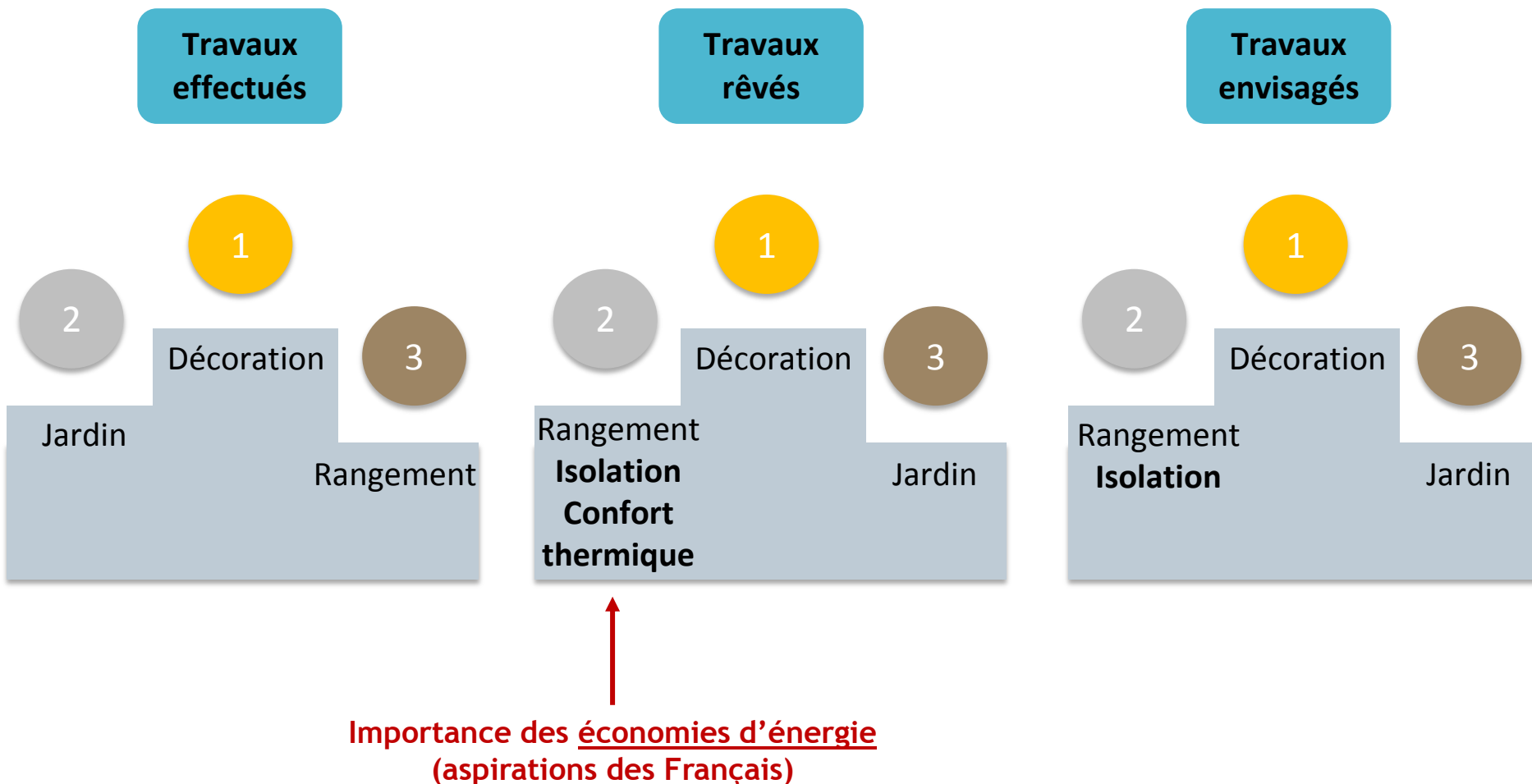


*Parmi ceux vivant dans une famille recomposée.

■ ST Important
■ ST Pas important

■ Primordial
■ Pas du tout important

Base : ensemble (100%) = 1001



Q- Aujourd'hui, quand vous devez faire des travaux dans votre logement et que vous avez besoin de conseils, où allez-vous chercher les informations dont vous avez besoin ?

Q- Et quelle est la source que vous consultez prioritairement pour chercher ces informations ?

Base : ensemble (100%) = 1001



Résumé de l'étude : 4 profils types de consommateurs français



**Les fans de
la maison**
13%

Plutôt des...
Femmes, Inactifs

Pas inquiets face à l'avenir

Plutôt des...
Hommes, Jeunes, Urbains



**Les techno
urbains**
25%

Logement fonctionnel

Bricoleurs peu expérimentés



Les contraintes
37%

Plutôt des...
Hommes, Célibataires

Inquiets face à l'avenir

*Logement émotionnel
(« home sweet home »)*
Bricoleurs expérimentés

**Les
traditionnels
bricoleurs**
25%

Plutôt des...
Femmes, Seniors, Ruraux



- Un **très fort attachement** des Français à leur logement qu'ils veulent confortables et à leur image.



L'habitat est et restera la **dépense prioritaire** des Français.

- Les enjeux pour les acteurs de l'amélioration et l'aménagement du logement :
 - multiplier les offres **économiques** à l'achat et/ou à l'usage,
 - répondre aux attentes de respect de **l'environnement**,
 - **accompagner** les bricoleurs les moins expérimentés et les Français les plus en demande : famille avec enfants, seniors, familles mono-parentales,
 - répondre aux attentes **multi-sources** en termes de **conseils** (peer-to-peer, magasins, vendeurs, Internet...)

Contacts



FÉDÉRATION DES MAGASINS DE BRICOLAGE
ET DE L'AMÉNAGEMENT DE LA MAISON

Caroline HUPIN

Secrétaire Générale

caroline.hupin@fmbricolage.org

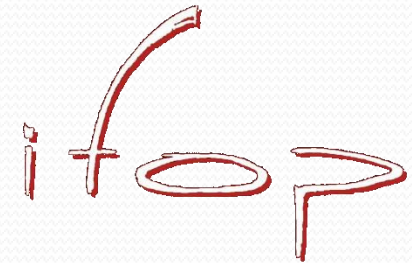


PRESSE ET COMMUNICATION

Michelle KAMAR

Consultante Presse

michelle@agence-dehais.com



Florence SOYER

Directrice du développement
des expertises

florence.soyer@ifop.com