

SYNTHESE DE L'ENQUETE SOCIOLOGIQUE « OBSERVATOIRE HABITANT-CONSOMMATEURS » DU CAH 2022

Objectif de l'enquête 2022 CAH-QUALITEL :

Mesurer et comprendre les comportements des « habitants-consommateurs » afin de déterminer des leviers favorables à la dynamisation du marché de la rénovation/amélioration.

Cadre technique de l'enquête :

- Cible : 3000 propriétaires occupants de leur résidence principale, constituant un échantillon national représentatif des ménages propriétaires en France.
- Période : du 16 au 24 février 2022
- Mode de sondage : Échantillon interrogé par un questionnaire en ligne via l'Access Panel Online d'Ipsos.
- Méthode des quotas : sexe, âge et profession de la personne de référence du foyer, par catégorie d'agglomération et région
- Appui de l'enquête par le travail de la sociologue Audrey Valin

1/Données économiques du marché des travaux dans l'habitat existant : Entretien-Amélioration, extension-agrandissement en métropole et Dom (Compte Satellite du Logement étude CAH/QUINT)

Le marché des **travaux dans l'habitat existant** (parc privé et social) représente un chiffre d'affaire global (dépenses des ménages) de l'ordre de 60 milliards d'€ HT, réparti entre :

- Les prestations produites et facturées par les **professionnels** du bâtiment : **50 Mds€**
- Les dépenses engagées par les **particuliers** pour eux-mêmes (auto-rénovation) : **10 Mds€**.

Par type d'habitat :

- **Parc privé : 53 Mds€**
 - Maisons Individuelles : 35 Mds€
 - Logements collectifs : 13 Mds€
 - Copropriétés, parties communes : 5 Mds€
- **Parc social : 7 Mds€**

Par natures d'ouvrage (grands postes de travaux) :

TRAVAUX DANS L'HABITAT EXISTANT PAR NATURES D'OUVRAGE		%	CA en Mds€
ENVELOPPE DU BÂTIMENT (42,4%)	OUVERTURES Fenêtres, volets, stores, portes, vérandas	13,8	8,6
	TOITURE Charpentes, couvertures, isolation toiture/extérieure, gouttières	12	8,0
	FAÇADE Ravalement, bardage, crépis, peinture, isolation thermique par l'extérieur	10,6	6,6
	STRUCTURE Fondations, planchers et murs porteurs, dalles, ossature	6	3,7
STRUCTURES INTÉRIEURES ET ÉQUIPEMENTS (56,8%)	REVÊTEMENT SOLS ET MURS – PEINTURE INTÉRIEURE Parquets, carrelage, moquettes, papiers peints, rideaux, ...	20,5	12,8
	SANITAIRE-PLOMBERIE Salle de bains, cuisines, toilettes, robinetteries, alimentation, évacuation,...	14,6	9,1
	AGENCEMENT-ISOLATIONS INTÉRIEURES Cloison, plâtrerie, isolation thermique par l'intérieur, sols et combles	5,9	3,7
	CIRCULATION-ACCESSIBILITÉ Escaliers, rampes, équipements techniques de mobilité verticales,...	5,3	3,3
	CHAUFFAGE-VENTILATION-CLIMATISATION Générateurs et émetteurs de chaleur, ventilation, climatisation, cheminées	5,7	3,6
	ELECTRICITÉ-DOMOTIQUE Commandes, réseau de distribution, sécurités, domotiques, multimédias	4,8	3,0
ENSEMBLE DES TRAVAUX DE RÉNOVATION-ENTRETIEN		100	62,3

2/ Opérations de travaux, par nature d'ouvrage regroupés en 4 univers majeurs de travaux :

L'enquête met en évidence l'existence de 4 catégories majeures de travaux constituant des univers distincts en termes de causes et de motivation menant à la décision :

1. Embellir, décorer
2. Améliorer le confort
3. Réparer, maintenir
4. Aménager, agrandir

3/ Profils comportementaux des maitres d'ouvrages (Habitants-Consommateurs) vis à vis des travaux d'entretien-rénovation dans leur habitat.

Cinq Attitudes Travaux identifiées par l'enquête traduisent des profils d'habitants (propriétaires-occupants) caractérisant leur relation à la réalisation de travaux à différents moments dans leur parcours de vie, ainsi que leurs projets dans les années futures. L'appartenance à une Attitude Travaux peut évoluer en fonction de l'âge, des conditions d'existence, des événements personnels, des influences extérieures.

1. Mainteneurs
2. Embellisseurs
3. Reconstructeurs
4. Modérés
5. Passifs

4/ Matrice de segmentation du marché par corrélation entre Univers Travaux et Attitudes Travaux

Cette observation a permis d'établir une segmentation originale du marché Rénovation-Entretien des logements croisant ces facteurs, selon les valeurs statistiques relevés dans l'enquête.

La version 2022 et la structure du questionnaire établi ont confirmé cette segmentation en précisant ses valeurs de répartitions (Univers/Attitudes travaux)

Marché entretien-rénovation des "propriétaires occupants"			4 UNIVERS TRAVAUX			
			Réparer, maintenir	Améliorer le confort	Aménager, agrandir	Embellir, décorer
Segmentation croisée : Univers/Attitudes travaux			26%	28%	12%	34%
ATTITUDES TRAVAUX	Mainteneurs	40%	10%	11%	5%	14%
	Embellisseurs	27%	7%	8%	3%	9%
	(Re)Constructeurs	15%	4%	4%	2%	5%
	Modérés	11%	3%	3%	1%	4%
	Passif	7%	2%	2%	1%	2%

Cette représentation apporte un éclairage nouveau pour la mesure et la compréhension de ce marché permettant ainsi d'imaginer plus largement les solutions de sa dynamisation.

Il s'agit en cela de pouvoir interagir simultanément sur les deux facteurs conditionnant le passage à l'acte des travaux de rénovation chez les ménages de propriétaires-occupants (habitants-consommateurs) :

- Univers travaux : en appréhendant le parcours de rénovation des décideurs selon les types de travaux engagés et leur raison d'être tout en favorisant leur élargissement vers des opérations associées voire vers une plus large globalisation.
- Attitude travaux : en observant les comportements susceptibles d'être mobilisés ou activés pour stimuler chaque attitude et la rendre évolutive vers une autre générant un effet progressif

5/Exploitation des résultats de l'étude :

L'interprétation des résultats statistique de l'enquête permet également de mettre en valeur des leviers d'action, à partir de constats empiriques et théoriques, en vue de soutenir les mécanismes comportementaux des consommateurs-habitants dans l'engagement de travaux de rénovations de leur habitat. Plusieurs thématiques apparaissent marquantes en tant que facteurs d'accélération décisionnelle.

- 1. Partenariat avec les professionnels et connaissance des valeurs qui animent les ménages :**
Les différents univers travaux nécessitent une technicité à laquelle aspirent les ménages ; « Trouver de bons professionnels » « Posséder les connaissances techniques pour faire les bons choix » La Demande des ménages exprime une attente forte en termes de « garantie sur la qualité des travaux leur assurant toute satisfaction dans le temps »
Levier d'action : Former les professionnels à la connaissance des attentes consommateurs permet de participer à leur compétence pour rendre leur accompagnement bénéfique aux deux parties. Connaître les valeurs que mobilisent les propriétaires pour décider de leurs travaux aide à déterminer des éléments de communication efficaces pour susciter l'envie des consommateurs.
- 2. Part grandissante des travaux d'auto-rénovation (Do It Yourself, DIY)**
Les projets de rénovation mobilisent des spécialistes même quand ils sont pensés en travaux réalisés par le particulier lui-même car dans ce cas bien souvent, les travaux sont réfléchis avec ou par des professionnels. L'auto-rénovation s'arrête là où commence la technique, les normes, la sécurité.
Levier d'action : (Re) valoriser l'indispensabilité de l'acte professionnel en responsabilisant le choix de l'accession à la propriété permettra de conférer une place indispensable à l'expertise technique permettra de conférer une place indispensable à l'expertise technique.
- 3. Influences des médias dans le décisions travaux :**
Les ménages sont amateurs de supports médiatiques de rénovation, décoration, aménagement... (Succès des émissions TV + chaînes YouTube + magazines) pouvant constituer une influence pour passer à l'acte de rénovation.

Levier d'action : Affiner la connaissance de l'influence médiatique (type de travaux réalisés, etc.) permettra d'orienter des campagnes de publicités ciblées, voire d'inspirer des programmes TV ou Web novateurs.

4. Conscience écologique et environnementale dans le processus décisionnel :

Constat : Une conscience écologique importante. Place prépondérante de la protection de l'environnement pour 3/4 des ménages. L'Intégration de la transition énergétique et écologique dans les mentalités (« question de bon sens » pour 53% des répondants)

Levier d'action : La sensibilité aux questions environnementales doit participer à la responsabilisation de l'acte d'achat : être propriétaire engagé à respecter des impératifs de transition écologique.

5. Importance du phénomène du vieillissement dans le cadre de vie.

Une demande unanime de vieillir chez soi : Préférence pour le « maintien à domicile » mais manque d'anticipation même chez les plus âgés qui n'ont pas encore pensé leurs aménagements et ne connaissent pas les aides.

Levier d'action : Déconstruire la notion de maintien à domicile qui suggère la passivité pour booster le caractère actif du vieillissement chez soi afin que les rénovations soient mieux anticipées.

6. Impact de la crise sanitaire et pandémie Covid 19 en terme de modification des modes de vie et d'adaptation des logements.

Une crise sanitaire marquant une nécessité de flexibilité, Intégration du télétravail dans la vie quotidienne.

Levier d'action : Développer une éthique de la flexibilité permettra de répondre aux enjeux d'incertitude du contexte social et environnemental et de dynamiser les pratiques des consommateurs, que ce soit par de nouveaux achats (travaux d'appropriation) ou par des aménagements de l'existant (travaux de reconstruction).

Les observations faites à partir des résultats de l'enquête permettent de mieux baliser les voies d'accès au marché de l'amélioration de l'habitat en évoquant quelques hypothèses d'études. La propriété répond à un besoin de sécurité qui génère de l'immobilisme, ce qui peut expliquer la résistance aux changements (homéostasie) du marché de la rénovation. Ainsi créer du mouvement permettrait de dynamiser les pratiques de consommations sur ce marché, que ce soit par de nouveaux achats (travaux d'appropriation) ou par des aménagements de l'existant (travaux de reconstruction). En ce sens, deux recommandations semblent utiles à formuler en termes d'actions prospectives :

- Convertir en facteur de force, l'incertitude prégnante de notre contexte social, économique et environnemental, de son imprédictibilité déroutante et de ses bouleversements, face à nos schémas classiques de contrôle qui risquent de nous affaiblir et nous rendre vulnérables.
- Développer les concepts de souplesse et d'adaptabilité de l'habitat en s'appuyant sur l'infinie capacité d'acclimatation de l'être social, dont l'ensemble des populations de la planète ont pu en faire la démonstration durant la crise pandémique mondiale.