

Attentes des habitants

**Rénovation énergétique : un parcours compliqué pour l'habitant,
quelles voies possibles ?**

Paris - Porte de Versailles
Pavillon 6

Audrey Valin, sociologue



Comprendre l'habitant dans son parcours de rénovation

La matrice, un outil de compréhension

Marché entretien-rénovation « propriétaires-occupants » Segmentation croisée : Univers/Attitudes travaux			4 UNIVERS TRAVAUX			
			Améliorer le confort	Embellir, décorer	Réparer, maintenir	Aménager, agrandir
			37%	30%	23%	10%
5 ATTITUDES TRAVAUX	Mainteneur	32%	11,8%	9,6%	7,4%	3,2%
	Modéré	28%	10,4%	8,4%	6,4%	2,8%
	Embellisseur	23%	8,5%	6,9%	5,3%	2,3%
	(Re)constructeur	11%	4,1%	3,3%	2,5%	1,1%
	Passif	6%	2,2%	1,8%	1,4%	0,6%

4 univers travaux



« AMÉLIORER LE CONFORT » Les travaux bien-être

- Projet : améliorer confort et bien-être du quotidien.
- Réponse à un besoin spécifique (sécurité, santé, énergie) ou un désir (modernité, tendance).
- Chantiers privilégiés : amélioration thermique, gain de luminosité, réduction du bruit.



« EMBELLIR, DÉCORER » Les travaux plaisir

- Projet : agrément de vie, améliorer l'esthétique du logement.
- Réponse à la société de consommation : « l'envie crée le besoin ». Modes et tendances influencent le chantier.
- Quatre espaces particulièrement concernés : cuisine, salle de bain, salon, chambre.



« RÉPARER, MAINTENIR » Les travaux incontournables

- Projet : maintenance à caractère obligatoire.
- Réponse à un besoin réel (non-consommatoire) et contraint. Intervention souvent indispensable de professionnels.
- Chantiers de nature palliative : obsolescence, dégradation, panne, incident.



« AMÉNAGER, AGRANDIR » Les travaux projets de vie

- Projet : adapter le logement au parcours de vie.
- Réponse à un besoin spécifique (chambre supplémentaire, aménagement d'un bureau) ou un désir (modernité, tendance) permis par des ressources économiques importantes.
- Chantiers lourds nécessitant l'intervention de professionnels : extension, mise aux normes...

5 attitudes travaux

LES MAINTENEURS

PROFIL

Représentativité : 32% des propriétaires-occupants.

Profil ménage : CSP+ / Retraités / Couples mariés / 45 à 70 ans / Habitent depuis 20 ans ou + dans le logement.

Profil logement : Maison individuelle construite entre 1949 et 1989.



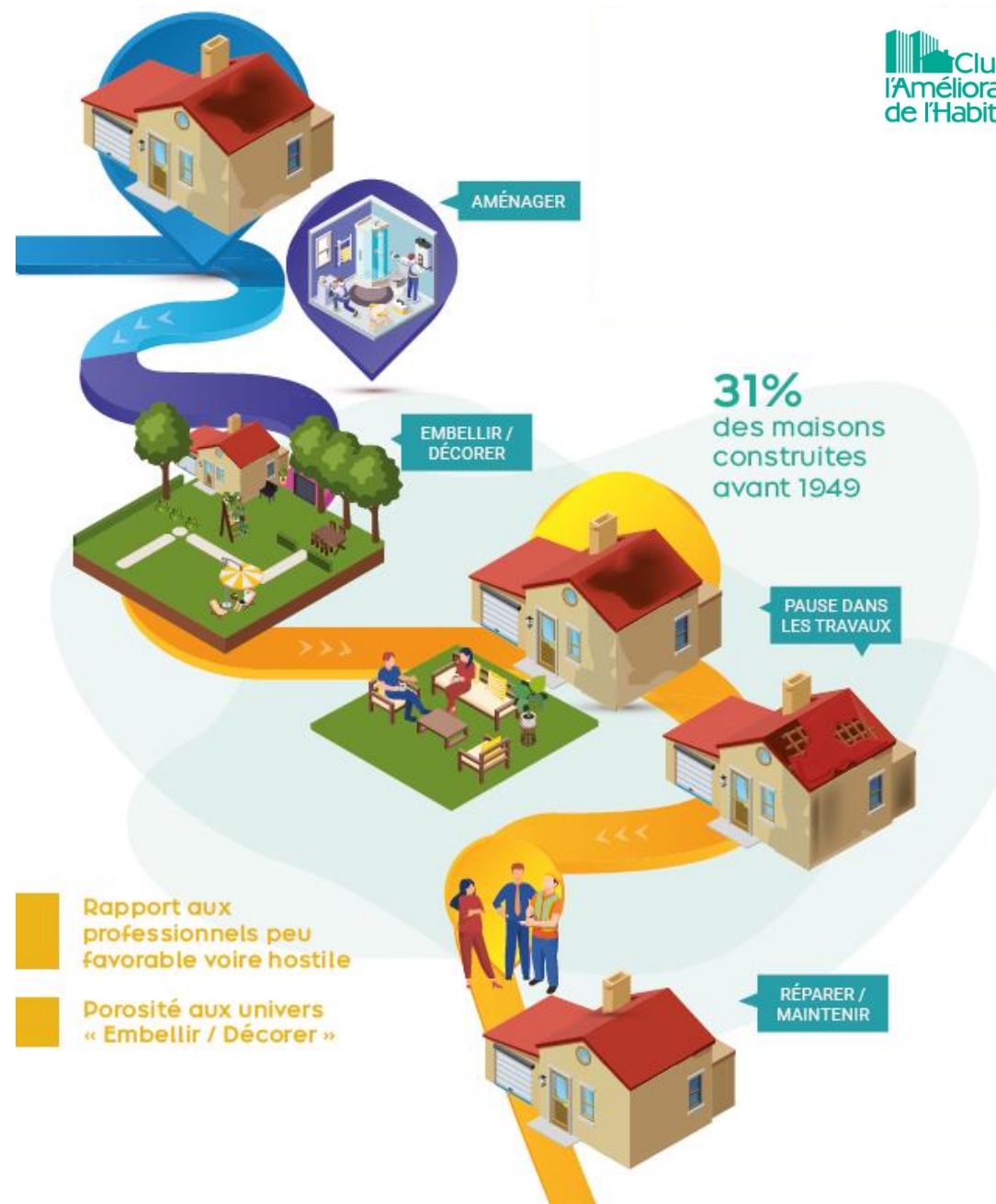
LES MODÉRÉS

PROFIL

Représentativité : 28% des propriétaires-occupants.

Profil ménage : CSP+ / Actifs / Couples mariés / 45 à +70 ans / Habitent depuis +20 ans dans le logement.

Profil logement : Maisons les plus anciennes.



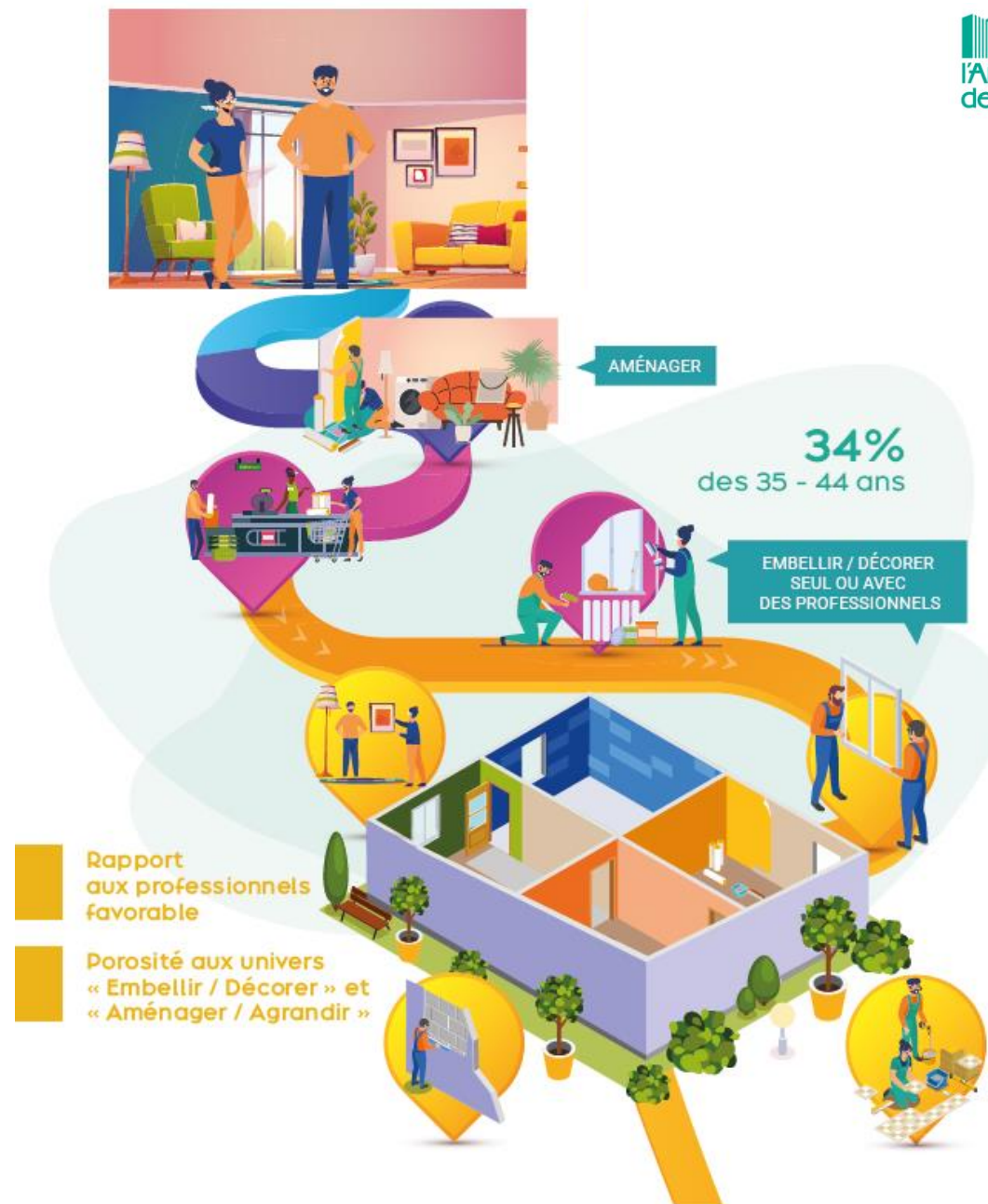
LES EMBELISSEURS

PROFIL

Représentativité : 23% des propriétaires-occupants.

Profil ménage : CSP+ / Actifs / Couples mariés / 35 à 59 ans / Habitent depuis 3 à 8 ans dans le logement.

Profil logement : Construction entre 1990 et 2013 ou plus.



LES RECONSTRUCTEURS

PROFIL

Représentativité : 11% des propriétaires-occupants.

Profil ménage : CSP+ / Actifs et retraités / Couples mariés (sous-représentation des célibataires) / 45 à +70 ans / Les plus anciens occupants (sur-représentation des ménages habitant depuis 20 ans dans le logement).

Profil logement : Maison individuelle construite entre 1975 et 1989 (sur-représentation des maisons par rapport aux appartements).



LES PASSIFS

PROFIL

Représentativité : 6% des propriétaires-occupants.

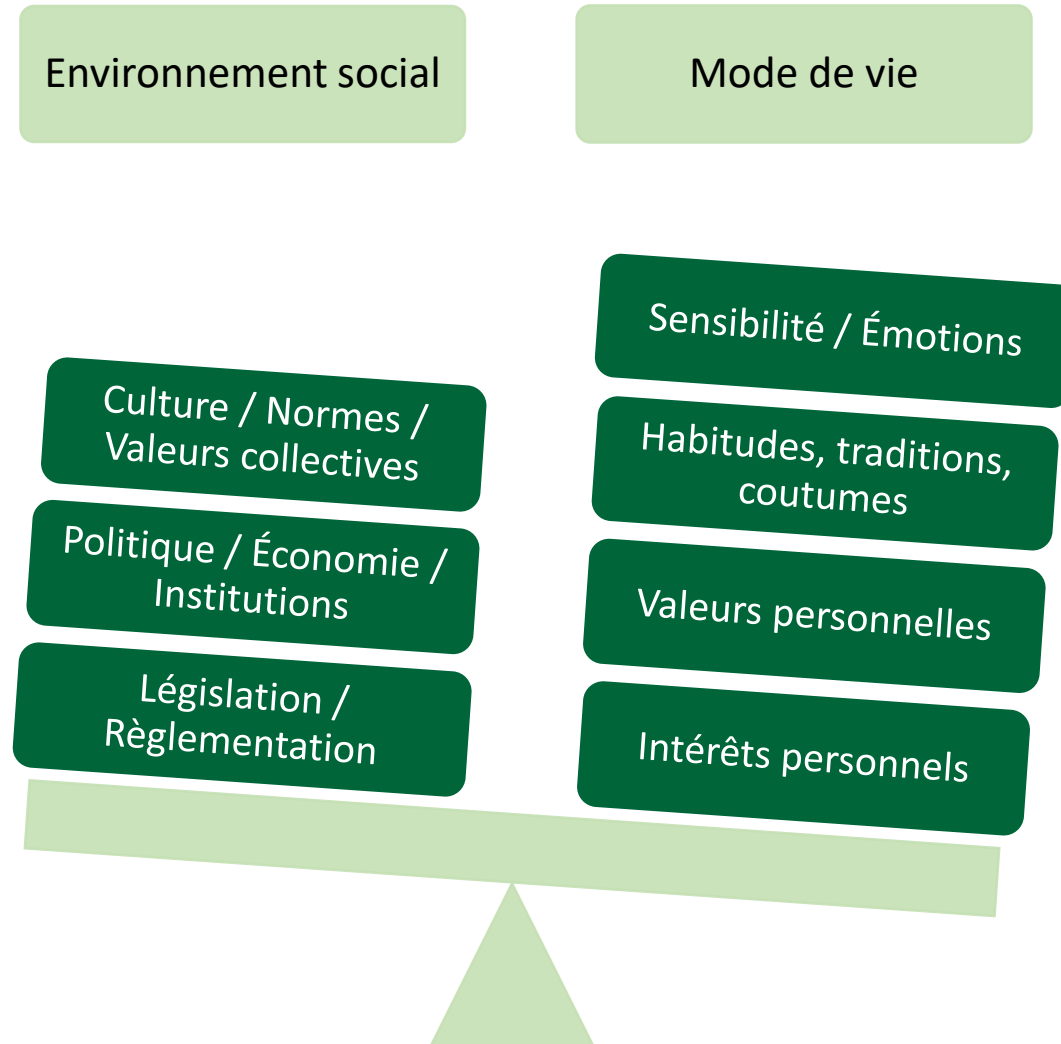
Profil ménage : CSP+/- Actifs / Couples et célibataires / 18 à 59 ans / Habitent depuis 4 à 11 ans dans le logement.

Profil logement : Logements les plus récents (construction entre 2011 et 2013) et sur-représentation des appartements.

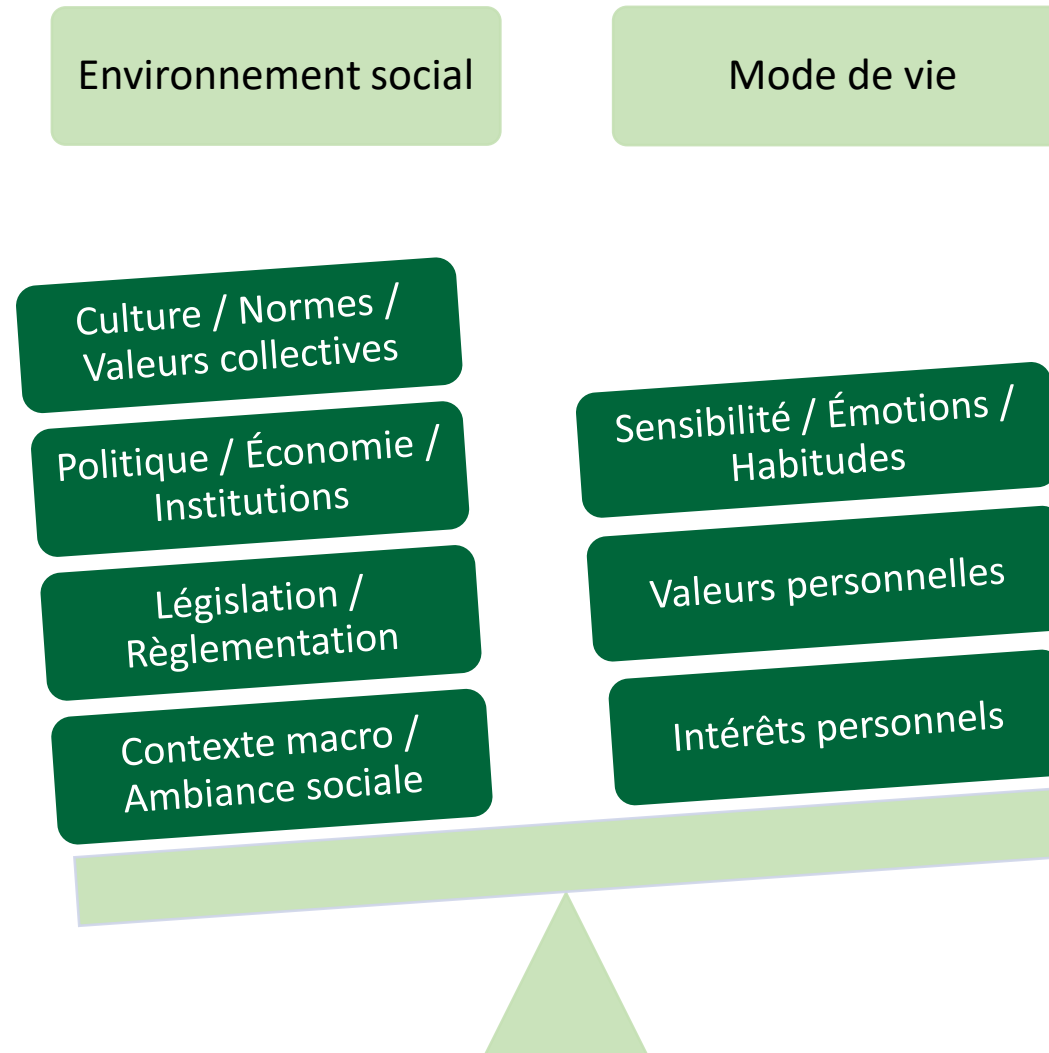
- Rapport aux professionnels favorable
- Porosité potentielle à tous les autres univers
- Projets de rénovation à venir



L'habitant-consommateur



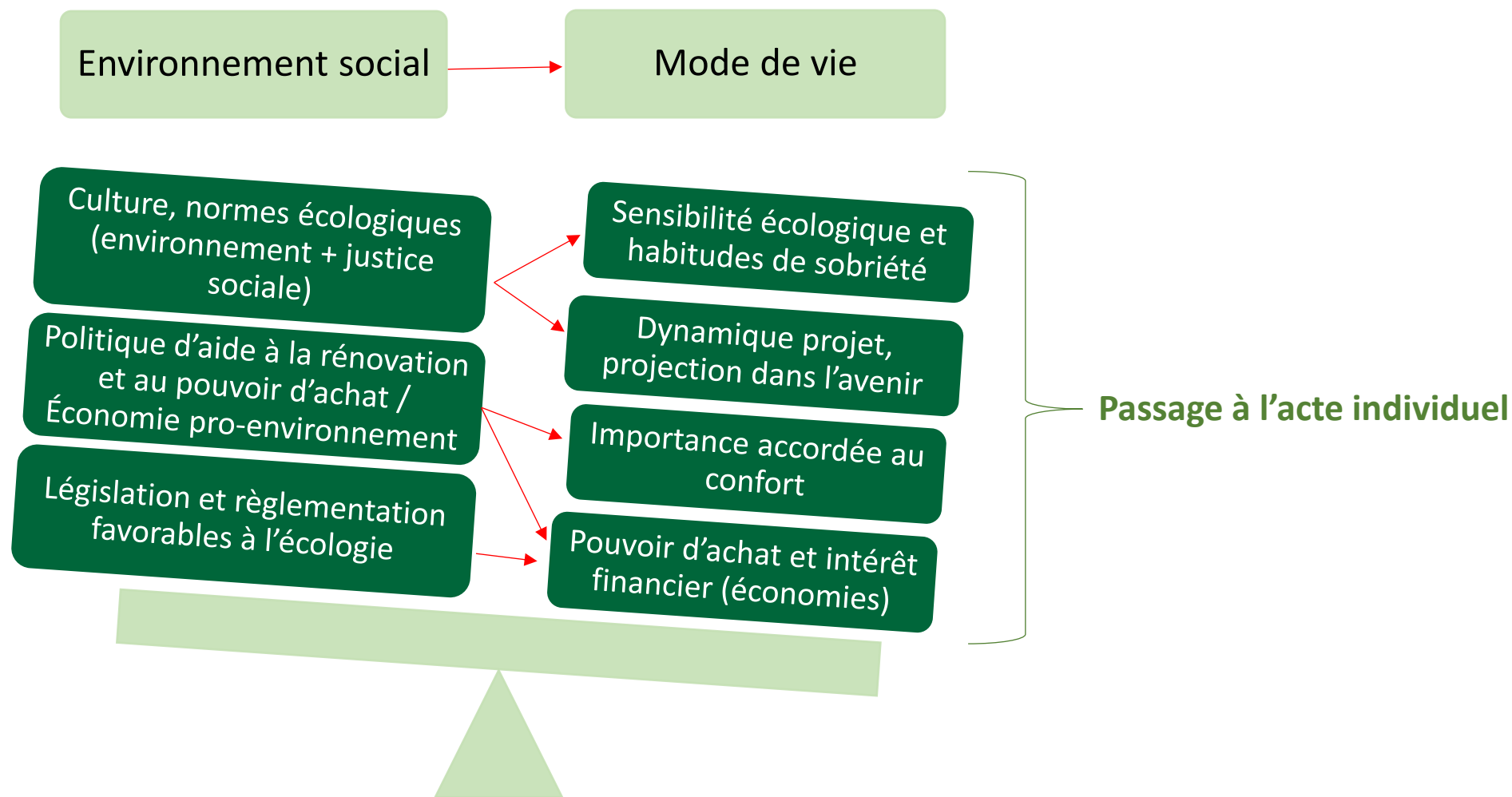
L'habitant-consommateur



La rénovation énergétique en particulier

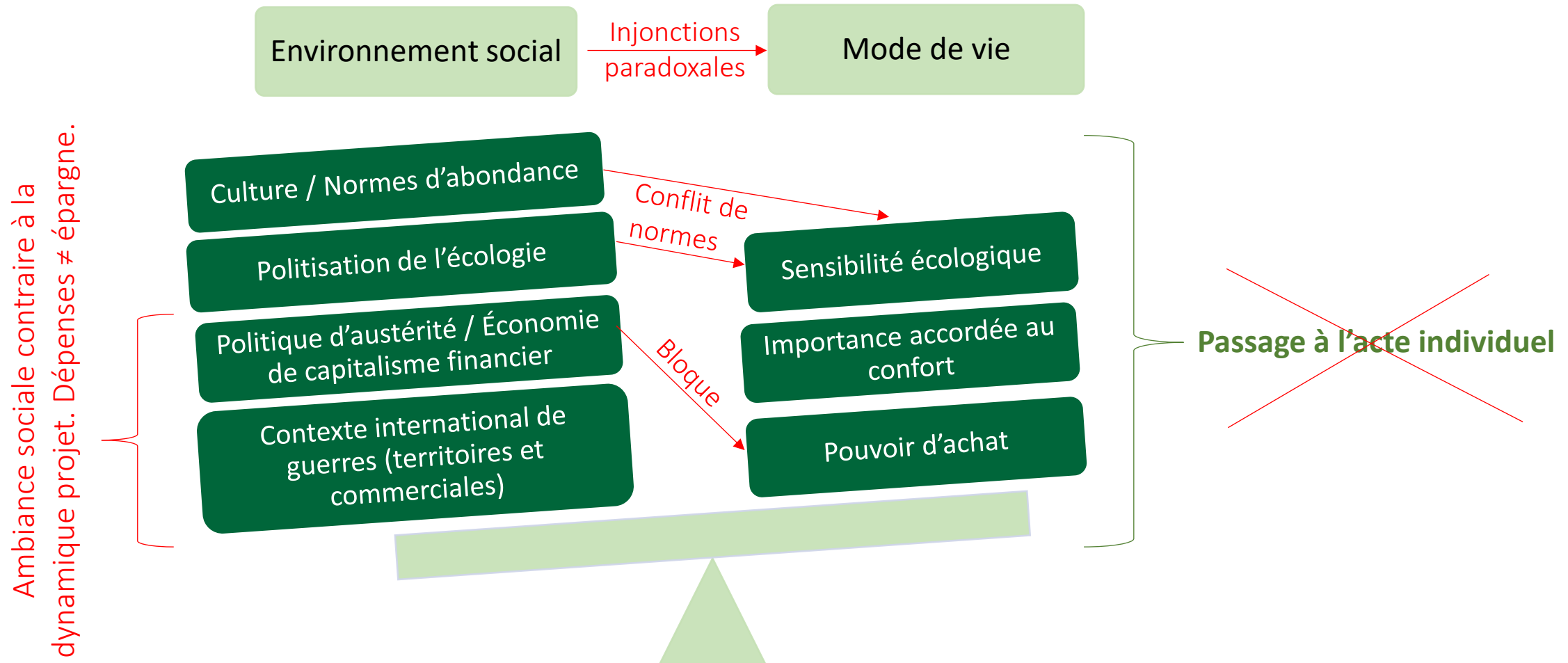
Le passage à l'acte de la rénovation énergétique

Pour faire pencher la balance vers un passage à l'acte de rénovation énergétique, c'est à l'environnement social de ménager les conditions favorables à l'adoption par les ménages d'un mode de vie en faveur de ce passage à l'acte.



Le passage à l'acte de la rénovation énergétique

Si l'environnement social est défavorable à la dynamique des ménages, les dépenses de rénovation seront plutôt injectées dans l'épargne.



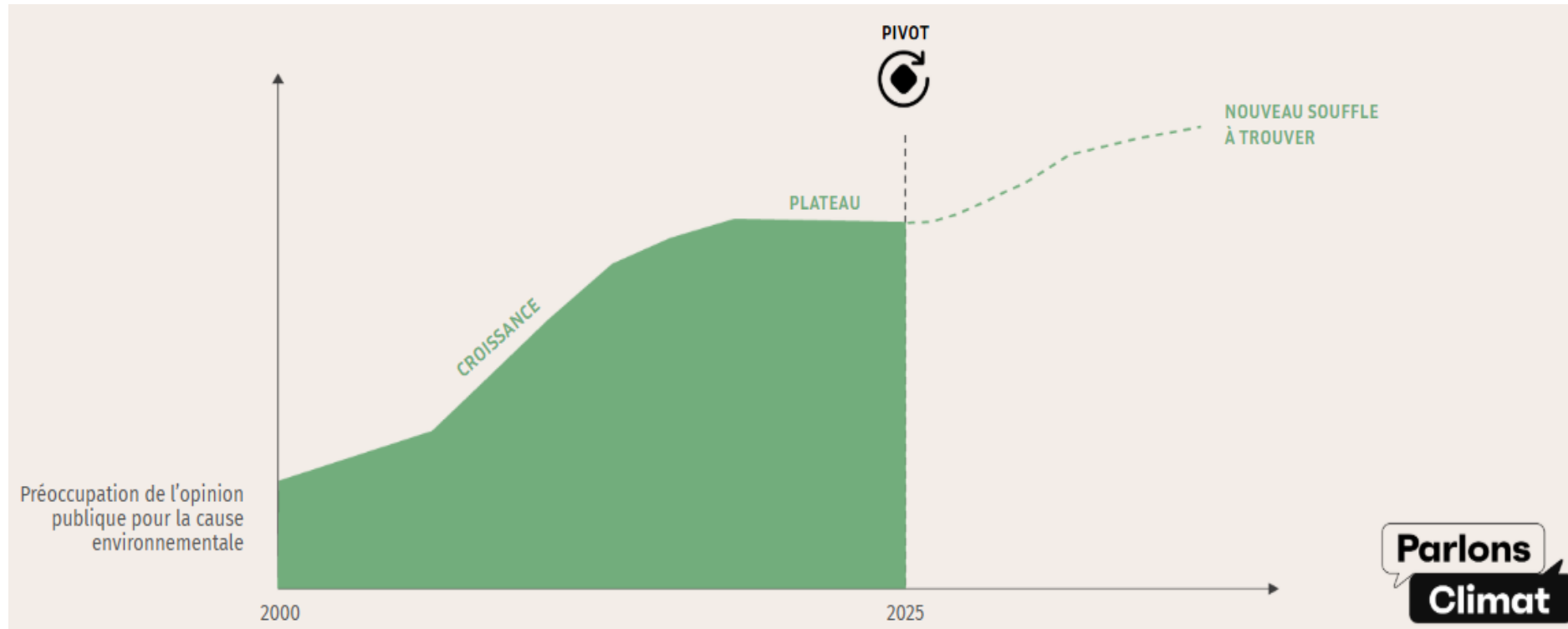
Les PO face à la rénovation énergétique

- **CONFORT** → **Conflit** entre la **norme** sociale **écologique** appelant à la sobriété et la norme **d'abondance** héritée du modèle hégémonique des 30 glorieuses.
 - **ÉCONOMIES D'ÉNERGIE** → **Projets** de rénovation énergétiques freinés par la réduction du **pouvoir d'achat**.
 - **SENSIBILITÉ ÉCOLOGIQUE** → **Représentations sociales** induites par le discours politique et médiatique opposant économie : crée une **double contrainte** pour les consommateurs.
- + Problème global d'un **contexte socio-économique** national et international anxiogène et incertain, contraire à la dynamique projet qui nécessite confiance dans l'avenir et stabilité pour la projection.

Un plateau atteint dans la conscience écologique

Limite des stratégies d'« influence minoritaire » qui reposent sur une minorité cohérente et persistante d'individus pour créer un conflit susceptible d'influencer la majorité en :

- Forçant l'inscription de l'écologie à l'agenda politique et l'adoption de lois,
- Renforçant la place de la question environnementale dans l'opinion publique.



BET Marion, FRANCOU Lucas, SAUJOT Mathieu (2025), *Vers un pivot majoritaire de l'écologie ?*, Éd. Parlons Climat et IDDRI [<https://www.parlonsclimat.org/pivot-majoritaire>].

Les voies possibles pour dynamiser le marché de la rénovation énergétique

L'innovation économique et sociale

Exemple de l'**économie de la fonctionnalité et de la coopération** (EFC)

Étude d'offres pour les équipements fonctionnels de l'habitat.

Principe économique

- Performance $\neq$ Volume
- Durabilité $\neq$ Obsolescence
- Contractualisation $\neq$ Transaction

Principe social

- Coopération $\neq$ Compétition
- Alliance $\neq$ Rapport de force
- Bien commun $\neq$ Profit financier

L'innovation économique et sociale

Profils idéaux-typiques de PO dans leur rapport consommatoire à l'habitat.

Comportements face à l'EFC, innovation écologique pour les équipements fonctionnels de l'habitat.



Les volontaires

Ce profil va de l'engagement *a priori* dans une démarche jugée vertueuse ou au moins responsable par le **sens commun**, conformément aux **normes** sociales véhiculées par les **pouvoirs publics**, jusqu'à une réflexion plus poussée sur les inégalités mondiales dues aux modes de vie, aux systèmes économiques et politiques.



Les sceptiques

Ce profil ne rejette pas la cause environnementale. Au contraire, sa méfiance est due à une position plus "radicale" concernant les changements sociétaux à opérer en matière d'écologie. Le discours est souvent plus politique, moins consensuel, fruit d'une **réflexion critique** considérant que les solutions apportées actuellement sont inutiles ou, pire relèvent de "l'ultrasolution".



Les opportunistes

Ce profil relève typiquement de la norme sociale véhiculée par le **discours dominant la sphère publico-médiatique** en matière d'écologie, à savoir qu'il convient de réaliser de menus efforts quotidiens sans "sacrifices" qui relèveraient d'une "écologie punitive". Le **calcul coût/bénéfice individuel** guide la pratique adoptée, à défaut d'un volontarisme collectif (mondial) partagé.



Les reticents

Ce profil prolonge celui des opportunistes dont **l'intérêt individuel** prime sur le collectif. Ici, c'est moins la réflexion critique (typique de sceptiques) qui justifie le rejet mais un système de valeurs attaché à la PP parce qu'elle s'inscrit dans un **cadre connu** garantissant une sécurité rassurante. La **méconnaissance** de l'EF et des enjeux environnementaux en général caractérise ce profil.

Priorité à une ambition environnementale de fond

1. Utiliser **l'attention écologique** citoyenne des habitants-consommateurs .
2. Orienter le marché de la rénovation vers un projet de **bien commun**.
3. Formation des **professionnels** :
 - Sortir les **métiers du BTP** de l'approche centrée sur la technicité (RS de pénibilité)
→Projet de bien commun autour de l'**habitat** (utilité, sens).
 - Faire du **secteur du bâtiment** un **domaine de l'écologie** plutôt qu'intégrer l'écologie dans la question du bâtiment (renversement paradigmatique).

Inscrire de la rénovation énergétique dans une culture écologique de fond
garantit une dynamique favorable au marché sur le long terme.



Crédit image : <https://www.codial.fr/blog/tendances-batiment-partie-1-transition-ecologique>

3. Se saisir de l'appétence des ménages pour le **confort thermique**.
4. Identifier les **attitudes** et **univers** travaux favorables à la rénovation énergétique :
 - L'attitude « **(re)constructeur** » est un levier idéal pour « embarquer » le ménage vers une rénovation performante.
 - Les univers « **réparer, maintenir** » et « **embellir** » sont d'excellentes occasions de diriger les maîtres d'ouvrages particuliers vers un projet de rénovation thermique.

Garder à l'esprit que les **comportements consommatoires** sont **volatiles** car ils reposent sur un **contexte social mouvant** (v/s ancrage d'une éthique culturelle écologique intériorisée).

→ L'intérêt pour la rénovation énergétique est sous **contrainte du pouvoir d'achat** dans le contexte d'une politique présidentielle de l'Offre (v/s politique de relance par la Demande).

Retrouvez-nous :

- Sur le site du Club <https://cah.fr/>
- Sur LinkedIn Audrey Valin
<https://www.linkedin.com/in/valinaudrey/>

Paris - Porte de Versailles
Pavillon 6