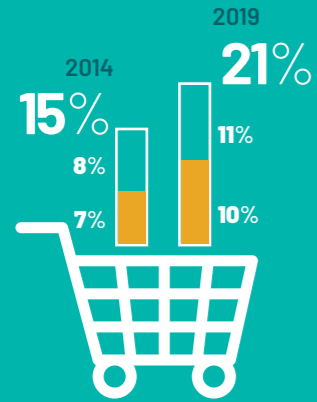


PROGRESSION DES ACHATS ET DES VENTES D'OCCASION DE MATÉRIELS DE BRICOLAGE ET DE JARDINAGE

Vous est-il déjà arrivé de...

Base : 2 834 individus ayant acheté ou recherché de l'information sur un produit de bricolage ou de jardinage au cours des 12 derniers mois

■ Oui, plusieurs fois
□ Oui, une fois



... revendre
du matériel de bricolage
ou de jardinage après vous
en être servi ?



... acheter d'occasion
du matériel de bricolage ou
de jardinage ?

Source : INOHA-CREDOC, « Enquête Pratiques de bricolage, jardinage, décoration », 2019

**LES JEUNES
NETTEMENT
plus adeptes des
achats d'occasion**



49%

des 18-34 ont déjà
acheté d'occasion du
matériel de bricolage
contre 35% de 35-49 ans
et 12% des 50 ans et +

**QUEL
CONSOmmATEUR
EN 2022**



inoha
LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

CRÉDOC
CENTRE DE RECHERCHE POUR L'ÉTUDE ET
L'OBSERVATION DES CONDITIONS DE VIE

EN QUOI LE
CONSOmmATEUR
DE **2019**
EST-IL DIFFÉRENT
DE CELUI DE
2014 ?

QUELS AUTRES ENSEIGNEMENTS POUR LE MARCHÉ DU BRICOLAGE ?

**DES SERVICES POUR RÉALISER SES PROJETS
ON BRICOLE DE MOINS EN MOINS SEULS**



44%

des bricoleurs
ont été aidés par
un membre de
leur famille, amis,
connaissances
(55% des 18-34 ans)

+3PTS

(2014)



6%

des bricoleurs ont
fait appel à
un artisan
ou un
autoentrepreneur
(8% des 18-34 ans)

+2PTS

(2014)

**DES SERVICES POUR TROUVER
UNE SOLUTION À UN BESOIN**



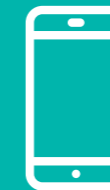
76%

des Français
estiment qu'aujourd'hui,
l'important c'est de
pouvoir utiliser un produit
plus que de le posséder

POSONS LE CADRE GÉNÉRAL DE LA CONSOMMATION :
un consommateur désormais ...

Connecté

(ultra-connecté
pour les plus jeunes)
:
Il pense digital avant
achat en magasin



Surinformé et avisé

Il accède à l'ensemble des
informations en temps
réel (produits, notes, avis,
commentaires, tarifs) avant
de venir en boutique



Exigeant



Il souhaite un produit/
service qui lui convient et une
expérience d'achat de qualité

Éthique



Il est de plus en plus sensible
à la dimension sociétale

Et de plus il est toujours



**à la recherche de
bonnes affaires !**

AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, AVEZ-VOUS RECHERCHÉ DE L'INFORMATION OU ACHETÉ DES ARTICLES ... ?

Base: 1000 individus représentatifs de la France métropolitaine interrogés par téléphone



57% des Français ont cherché de l'information ou acheté un article relatif au bricolage ou au jardinage ou à la décoration dans les 12 mois précédant juin 2019

21% Bricoleurs et décorateurs



plus aisés, diplômés, d'âge médian, banlieusards, csp+, vivant en maison

Source : CREDOC, « Enquête Tendances de consommation », 2019.

INTERNET ESSENTIEL dans les projets de bricolage

26% des bricoleurs ont appris à bricoler sur Internet



80% de ceux qui y ont eu recours, Internet a été déterminant dans le fait de mener à bien son projet

LA MARQUE : UN RÔLE PLUS CENTRAL dans les achats d'articles de bricolage

43% des bricoleurs motivés par la qualité



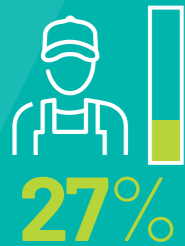
23% des bricoleurs motivés par l'esthétique, le design

+3 PTS

+10 PTS

EN 2019, DES BRICOLEURS PLUS JEUNES ET PLUS AISÉS QU'EN 2014

Des bricoleurs plus jeunes et plus aisés



des bricoleurs ont moins de 35 ans, contre 22% en 2014



des bricoleurs appartiennent à des ménages percevant entre 1900 et 3600€ mensuels, contre 38% en 2014



Les shoppers bricolent plus fréquemment, plus par plaisir et moins par nécessité qu'en 2014

DES JEUNES BRICOLANT PLUS SOUVENT

pour de la décoration ou pour de la rénovation partielle et parce qu'ils pensent qu'ainsi le travail sera bien fait



Des 18-34 ans aménagent et décorent



EN 2019, **15% à 20% DES BRICOLEURS SENSIBLES À LA MARQUE**



21%

des bricoleurs décorateurs entament leurs recherches par le nom de la marque



14%

des bricoleurs recherchent de l'information sur des sites de marque



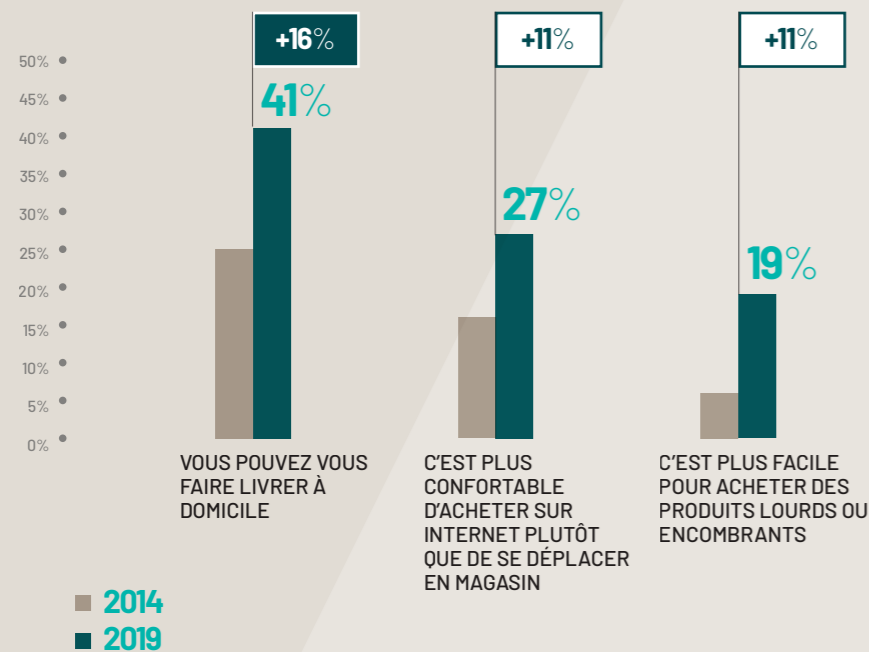
15%

des bricoleurs motivés par l'achat d'un article de bricolage ou de jardinage pour la marque

CROISSANCE DES PRINCIPALES MOTIVATIONS POUR ACHETER SUR INTERNET ENTRE 2014 ET 2019 : prix plus bas, large choix, confort d'achat

Quelles sont les raisons pour lesquelles vous avez effectué cet achat sur Internet

Base: 227 bricoleurs-jardiniers ayant acheté sur Internet un produit de bricolage, de jardinage ou de décoration - étude 2019



Source : INOHA-CREDOC, « Enquête Pratiques de bricolage, jardinage, décoration », 2019



FORTE PROGRESSION DE CERTAINS ÉLÉMENTS DÉCEPTIFS D'INTERNET

Quelles sont les raisons pour lesquelles vous avez effectué cet achat sur Internet ?

Base: 227 bricoleurs-jardiniers ayant acheté sur Internet un produit de bricolage, de jardinage ou de décoration - étude 2019



30% La qualité de la visualisation du produit (+23 PTS)



28% Être privé du plaisir de déambuler dans le magasin (+23 PTS)

LES BRICOLEURS EXPERTS VALORISENT PLUS SOUVENT LES MARQUES



36%

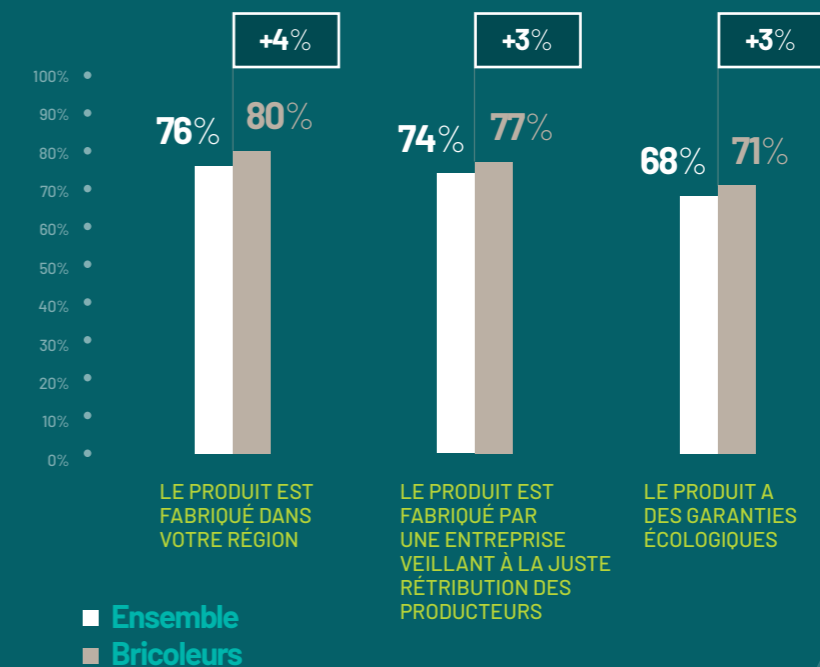
des bricoleurs experts (24% des réguliers) ont entamé leurs recherches via la marque 21% en moyenne

LA MARQUE, LEVIER D'ATTRACTIVITÉ ET DE FIDÉLISATION

Les bricoleurs surreprésentés parmi les consommateurs MOTIVÉS PAR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation, dites-moi si vous personnellement, elle vous incite à acheter un produit - réponse Beaucoup + assez

Base: 1000 individus représentatifs de la population résidant en France métropolitaine



Source : CREDOC, Enquête «Tendances de Consommation», 2019