

# Observatoire Habitants-Consommateurs de l'Habitat privé

1<sup>ère</sup> Edition 2019



La dynamique des travaux de Rénovation des  
logements vue par les propriétaires - occupants



Colloque CAH  
Auditorium Saint Gobain – La Défense

Jeudi 20 juin 2019





🕒 Le Club de l'Amélioration de l'Habitat a été créé en 1992

- 🕒 Il est représentatif de la majorité des acteurs **de la filière de la rénovation de l'habitat existant privé**, acteurs publics et privés (sociétés, organismes et associations).
- 🕒 Ces acteurs mettent en commun des moyens pour mieux connaître et comprendre le marché de l'amélioration de l'habitat. Ils étudient ensemble les pistes de réflexions et d'actions permettant de dynamiser ce secteur de l'habitat.



# Les 3 orientations stratégiques du CAH pour la Rénovation de l'Habitat Existant privé

---



- **Elargir les observations existantes a une écoute annuelle des particuliers décideurs en matière de travaux de rénovation,**
  - Apporter aux professionnels du bâtiment une intelligence de la compréhension et de la dynamique du marché de la rénovation
  - 3 observatoires et études quantitatives référentes au service de toute la filière professionnelle du bâtiment (conjoncture, Boréal...)
- **Faire des territoires le laboratoire d'expérimentations et de tests (idées , solutions, moyens, méthodes, ...)**
  - Faciliter la réussite des professionnels sur le terrain et pour leurs relations avec les particuliers
  - Contribuer aux politiques publiques
  - Donner de l'éclairage par expérimentations
  - Lever des freins ressentis par les particuliers
- **Créer et animer un Think tank pour proposer des innovations, des solutions créatives, des nouveaux positionnements, etc.**
  - Faire entrer la rénovation dans une dimension davantage séduisante et attirante pour des particuliers qui sont habitants + consommateurs (apport Association Cap Consommateurs)
  - Mieux coller aux évolutions sociétales
  - Proposer des innovations et des solutions



# L'Observatoire Habitants-Consommateurs du CAH

## La démarche de création d'un outil inédit





## Un Observatoire de la Rénovation

de l'habitat existant privé, dans l'objectif de :

- Mieux connaître les particuliers propriétaires, mieux les comprendre en tant qu'habitants et selon leurs modèles de consommation.
- Les observer dans la durée et dans leurs 3 dimensions (statuts de Propriétaires/Habitants/Consommateurs)
- Enrichir la vision de marché exprimée par les professionnels, par les réalités vécues, ressenties au niveau des propriétaires qu'ils engagent ou non des travaux, et estimer la dynamique de croissance du secteur.

**Projet à ce jour sans équivalent, ambition au service de tous les acteurs, directs et indirects du marché de la rénovation**

# Le cadre de la réflexion et de la recherche

---



## 1. L'Observatoire s'intéressera aux

- Propriétaires, les maîtres d'ouvrage
- Occupant leur résidence principale (maison individuelle, logement collectifs)
- Faisant, ayant fait, ne faisant pas de travaux de rénovation dans leur espace privatif

## 2. L'Observatoire prendra en compte leur triple statut de maître d'ouvrage

- Ils sont propriétaires, habitants, usagers de leur logement au quotidien selon des besoins de fonctionnalité et de confort.
- Ils sont les décideurs de leurs dépenses ou investissements selon des mécanismes de consommation.

## 3. L'Observatoire intégrera des données permettant de répondre à 4 questions jugées cruciales pour qu'un propriétaire occupant soit en disposition de conduire des travaux :

- A-t-il confiance en sa situation personnelle ?
- A-t-il envie de faire (des travaux dans son habitat) ?
- A-t-il la capacité pour faire ?
- Quels sont les facteurs d'influence agissant dans son environnement sociétal.

# Les Habitants-Consommateurs occupent trois statuts distincts mais complémentaires représentant une seule et même personne:



**PROPRIETAIRES**  
=  
**DECIDEURS**

+

**HABITANTS**  
=  
**USAGERS**

+

**CONSOMMATEURS**  
=  
**PRODUITS ET SERVICES**

- Vente / ACHAT
- Décision de travaux ou non : maître d'ouvrage !
- Investissement / dépenses
- Perspectives pour leur logement
- Modèle de gestion patrimoniale et trésorerie

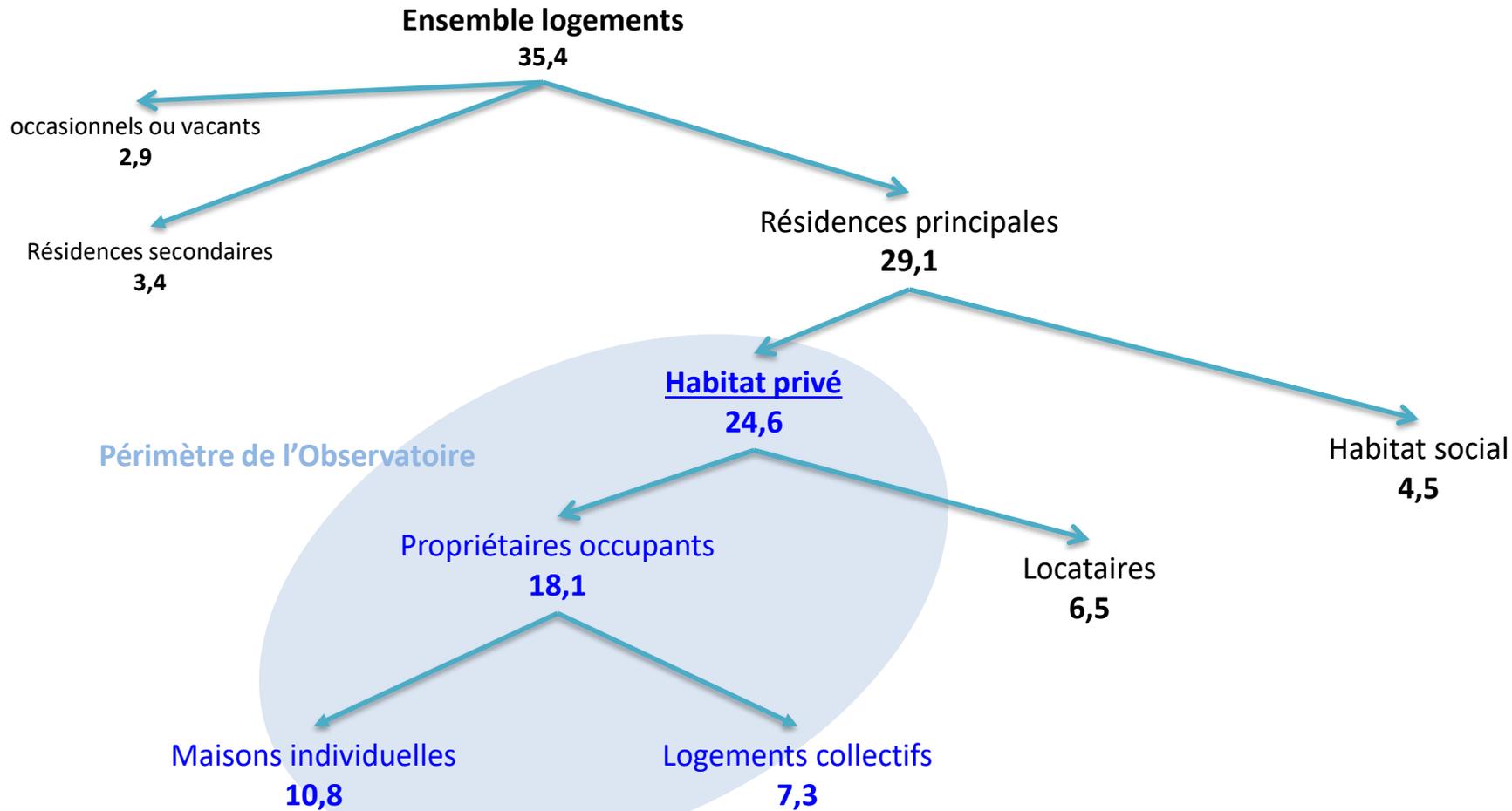
Evolutivité du confort et des comportements selon le cycle de vie et ses événements

- Modes de pensée
- Modes de vie et de choix
- Pratiques de vie
- Relations avec les services de l'Etat, des Collectivités Territoriales ; etc.
- Gestion quotidienne

Selon l'étape du cycle de vie

- Circuits d'information et d'achat
- Relations avec les professionnels du bâtiment
- Tendances sociétales et influenceurs
- Culture habitat
- Culture travaux
- Gestion économique

# Le parc résidentiel existant France Métropolitaine (en millions de logements)



# Elaboration de l'Observatoire Habitants-consommateurs du CAH

## Principe méthodologique

- **Constitution d'un Groupe de travail :**

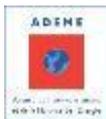
- Pilote : Jean-Pascal Chirat avec Geneviève N'Dour (CAH)
- Conseil et animation : Jean-Yves Gouret, Energie Active



- **Participants au Groupe de Travail et représentant la commission des experts**

- ADEME : Albane Gaspard
- ANAH : Eric Lagandré
- ATLANTIC : Hélène El Manouni, Cécile Delecambre
- CERQUAL : Corine Maupin
- EDF : Stanislas Nösperger, Catherine Grandclément
- QUALITEL : Sandrine Louit
- THERMORENOV : Giovanni Lecat

- **Période de l'étude:** Octobre 2016 à juin 2019



# Elaboration de l'Observatoire Habitants-consommateurs du CAH

## Principe méthodologique



- **Deux logiques d'analyse complémentaires**

Une logique d'interprétation et d'anticipation s'appuyant sur des variables macro-économique, permettant d'identifier et analyser les facteurs « déterminants » et les facteurs « influenceurs » rythmant les tendances de marché.

### Données statistiques

- Vision macroéconomique
- Temps long



### Tendances générales

ce qui est « Déterminant » et donc « influenceur » ou non

Une logique de compréhension et de ciblage intégrant les observations orientées vers les comportements individuels de consommation et révélant les situations à privilégier pour soutenir les tendances de marché.

### Données individuelles

Considérations qualitatives sur les facteurs influents et les choix finaux des propriétaires

+

Calcul de la moyenne statistique



### Traits marquants

Situations à privilégier

# Elaboration de l'Observatoire Habitants-consommateurs du CAH

## Principe méthodologique. Recherche des sources d'information

---

**Théorie:** Dans le but de nourrir l'Observatoire sur le long terme, il faut pouvoir utiliser des données économétriques :

- Publiés régulièrement, selon des rythmes identiques, depuis plusieurs années par des émetteurs crédibles
- Offrant aussi des informations récentes (n-1 dans l'idéal)



**Constats:** Plus de 80 sources (données économétriques ) récurrentes répertoriées en accès libres sur des sites publics

- Beaucoup plus de facteurs d'influences extérieurs a priori à prendre en compte
- Très peu de sources réellement spécialisées sur la rénovation de l'habitat
- Des manques importants de sources récurrentes traitant Par exemple :
  - Des relations entre foyers et professionnels
  - De la nature et des types de travaux
- Et trop de sources (irrégulières dans leur publication et/ou s'interrompant soudainement, alors que très intéressantes)

**Aboutissement:**

- Les sélections opérées selon des critères de choix spécifiques, retiennent **une vingtaine de sources publiques** et proposent de combler le déficit d'information dans certains domaines par la **création d'une enquête annuelle récurrente** à visée qualitative.

**Cela conduit à structurer une matrice distinguant : Plusieurs facteurs déterminants et influenceurs, dans laquelle les sources sont distribuées.**



**7 familles d'Influenceurs**  
(dont 5 facilement mesurables)  
qui expliquent les déterminants  
Données ciblée sur la population

Niveau de ressources économiques

Coût des énergies

Risques environnementaux

Ressenti environnemental

Flux des transactions dans l'habitat

Intérêt des Français pour leur logement

Innovation technologique et technique

**3 familles de Déterminants,**  
qui expliquent le marché  
Données ciblées sur les individus

Avoir confiance en sa  
situation personnelle

Avoir envie  
de Faire

Avoir les capacités  
pour



### Modèles d'Enquêtes IPSOS (réalisées en trois étapes)

- Une enquête de cadrage « **1000 online** »
- 17 entretiens qualitatifs avec les 5 profils
- L'Enquête online : **3000 interviewés**

**Dans le but de pouvoir identifier 5 situations / profils de propriétaires en relation avec les travaux de rénovation et constituer une base de données exploitable statistiquement.**

1. A fait des travaux
2. Va faire des travaux
3. Travaux n'ayant pas abouti
4. N'a pas besoin de travaux
5. N'a pas envie de travaux

**En parallèle, étude statistique confiée à la Junior Entreprise de l'Ensaï « Ecole nationale de la statistique et de l'analyse de l'information »**

- Mesures statistiques (régressions linéaires multiples) à partir de la vingtaine sources présélectionnées, intégration des résultats de l'enquête réalisée par IPSOS auprès des propriétaires-occupants.
- Analyse factorielle des 5 profils



# Mécanismes du marché de la Rénovation de l'Habitat existant privé ?

Comprendre et anticiper



# Méthodologie générale

---

- Analyser les **sources sélectionnées**
- Distinguer « **déterminants** » et « **influenceurs** »
  - Vérifier quels sont leurs impacts sur la dynamique de croissance du marché de la rénovation pour l'habitat existant privé : évolution positive/négative ou sans évolution
- Formaliser et formater les **données**
- Réaliser des **régressions statistique** pour mesurer la pertinence individuelle et globale de chaque variable et la complétude du modèle ( $R^2$ )

Echanges permanents { par et entre les experts métiers et sectoriels du CAH pour affiner les modèles



# Distinguer

---



- **3 familles déterminants incluant 8 sous-déterminants**

- Avoir confiance en sa situation personnelle,
  - A quel point le moral des ménages français paraît-il favorable ?
  - Dans quelle mesure la situation de consommation paraît-elle favorable ?
  - Part des personnes pensant qu'il s'agit du bon moment pour acheter ?
- Avoir envie de faire,
  - A quel point l'intérêt des ménages pour leur(s) habitat(s) traduit-il une envie de faire des travaux ?
  - Dans quelle mesure la dynamique de la demande de crédits des Français traduit-elle une envie de faire des travaux ?
  - Dans quelle mesure l'évolution de l'activité entretien/amélioration traduit-elle une envie de réaliser des travaux ?
- Avoir les capacités pour faire,
  - Dans quelle mesure les prix des produits affectent-ils l'engagement de dépense des ménages ?
  - Dans quelle mesure les ménages estiment-ils avoir accès à de bons professionnels pour leurs travaux ?

# Les facteurs explicatifs du marché issus de l'étude statistique

---



- **Les influenceurs (agissant sur les déterminants)**
- **Variables très influentes**
  - Croissance du pouvoir d'achat
  - Le réchauffement climatique causé par les activités humaines
  - Part des personnes jugeant importantes les factures d'énergie dans les dépenses
- **Variables influentes**
  - Le nombre de transactions de logements anciens
  - Il faudra modifier de façon importante nos modes de vie pour empêcher l'augmentation de l'effet de serre
  - Les désordres du climat sont causé par l'effet de serre
  - Le crédit nouveau à l'habitat des particuliers
- **Variables peu influentes**

Les assurances liées aux risques environnementaux ;

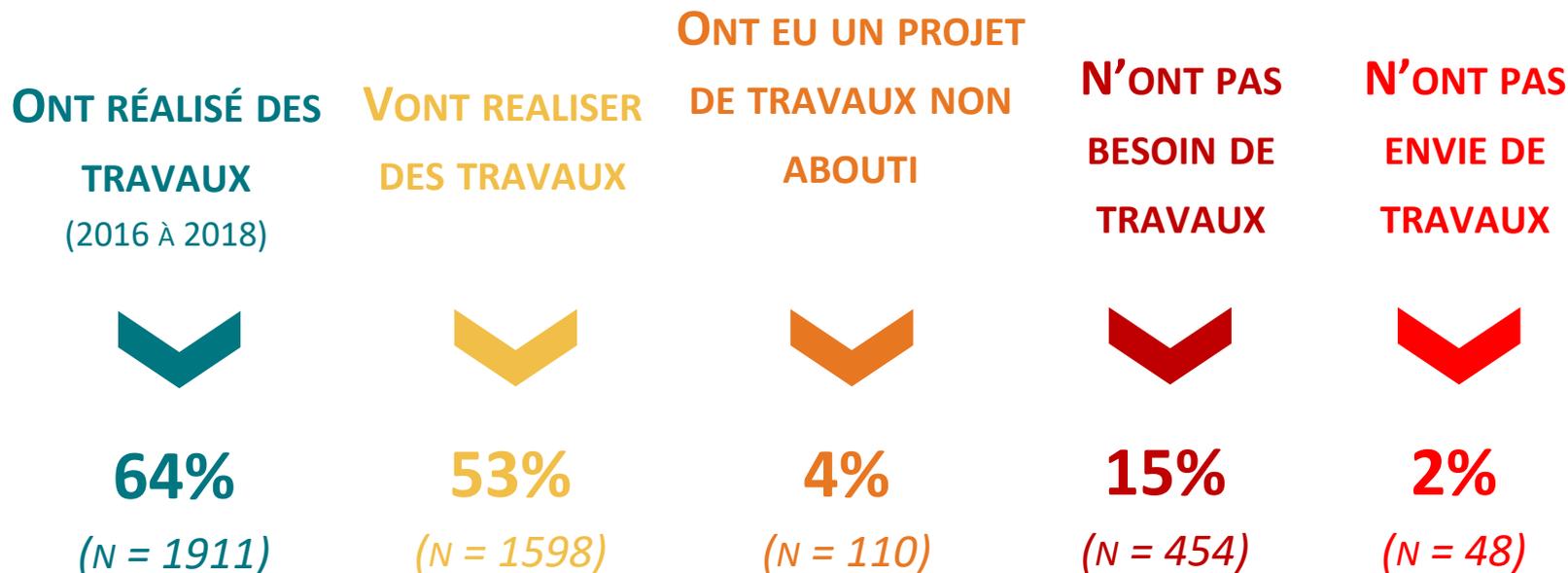
  - catastrophes naturelles
  - dommages aux biens des particuliers
- **2 influenceurs non retenus faute de variables pertinentes**
  - Intérêt des Français pour leur logement
  - Innovation technologique et technique



# L'observation des ménages ; Quels traits marquants ?

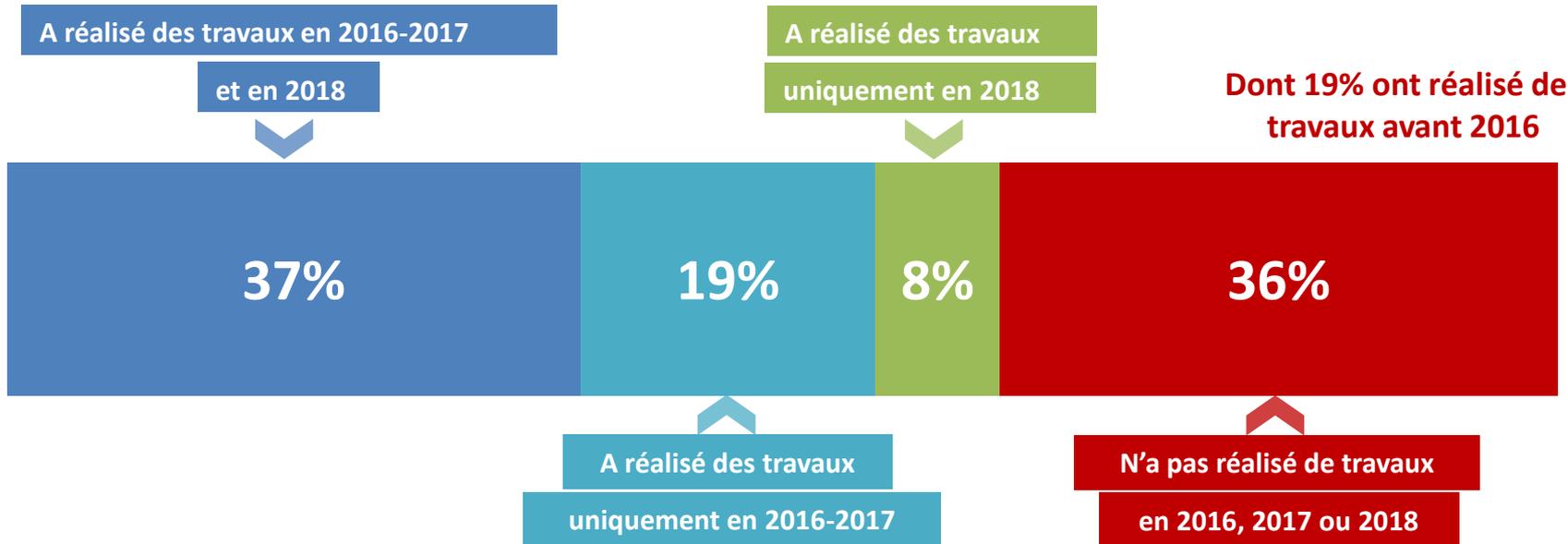
Extraits des résultats de l'enquête IPSOS





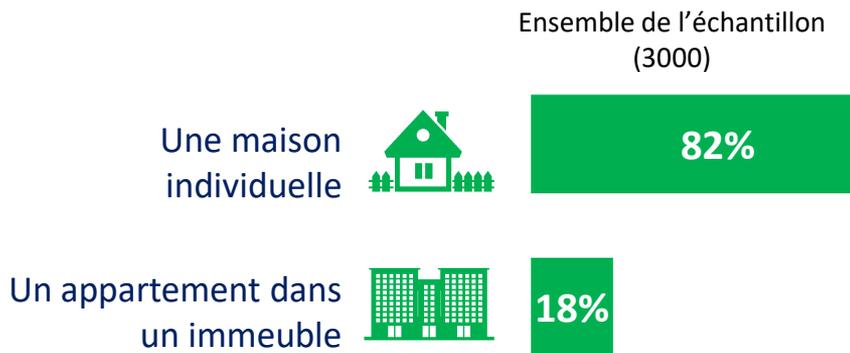
# Ces propriétaires qui rénovent

## La réalisation de travaux depuis 2016



**Expérience travaux : 84%**

# Ces propriétaires qui rénovent Ils vivent en maison individuelle



A RÉALISÉ DES TRAVAUX	VA RÉALISER DES TRAVAUX	TRAVAUX PAS ABOUTIS	PAS BESOIN DE TRAVAUX	PAS ENVIE DE TRAVAUX
84%	85%	86%	76%	66%
16%	15%	14%	14%	34%

## Ces propriétaires qui rénovent

C'est un projet qui se mène à deux, quand on est installé dans la vie



64%

(n = 1911)

SELON L'ÂGE :

9% Moins de 35 ans

46% de 35-59 ans

45% de 60 ans et plus

SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE :

35% de CSP +

20% de CSP-

43% de retraités

SELON LA COMPOSITION DU FOYER :

14% 1 personne

49% 2 personnes

37% 3 personnes ou plus

SELON L'HABITATION OCCUPÉE :

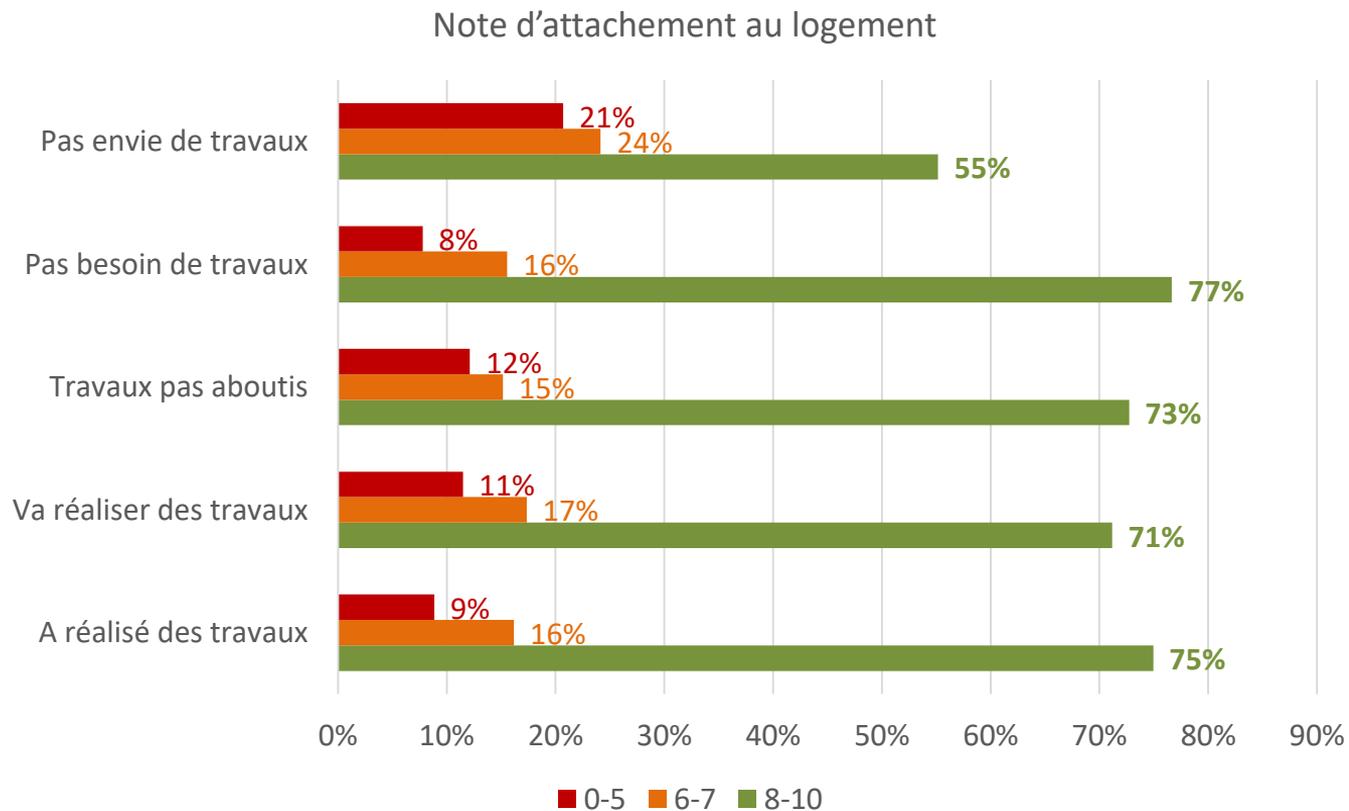
16% Appartement

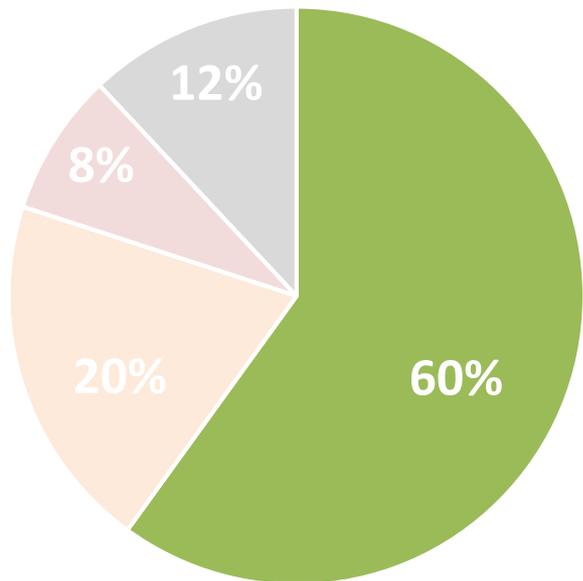
84% Maison

« C'est sympa à vivre. On concrétise quelque chose »

# Ces propriétaires qui rénovent

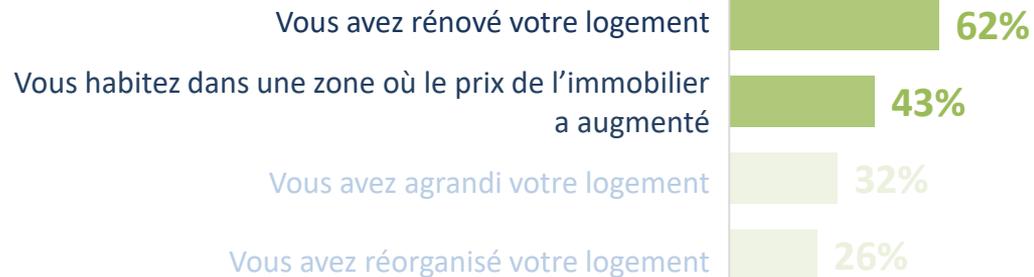
## Les propriétaires, très attachés à leur logement



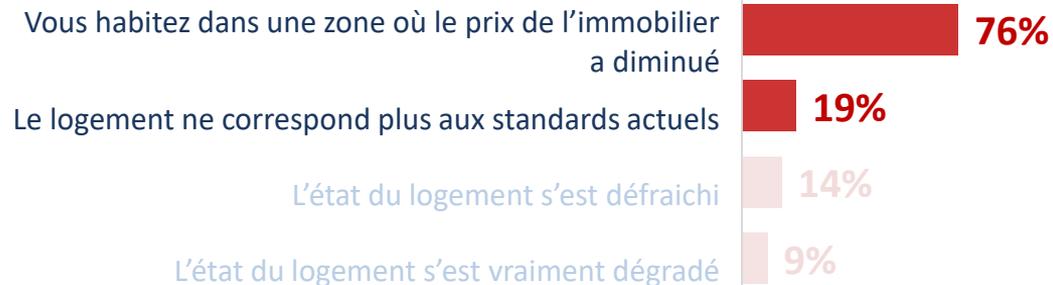


- A gagné de la valeur
- Sa valeur est restée stable
- A perdu de la valeur
- Ne sait pas vraiment

### A CEUX DONT LA VALEUR DU LOGEMENT A AUGMENTÉ

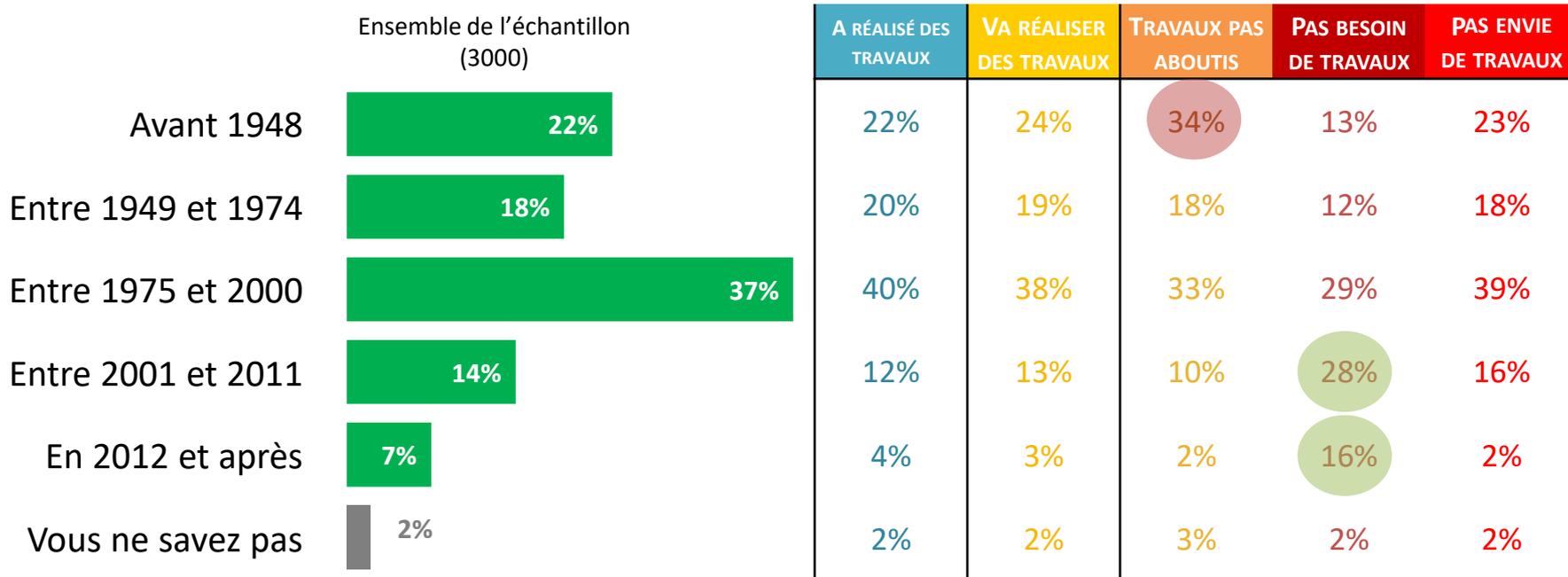


### A CEUX DONT LA VALEUR DU LOGEMENT A DIMINUÉ



# Ces propriétaires qui rénovent

## L'ancienneté du logement



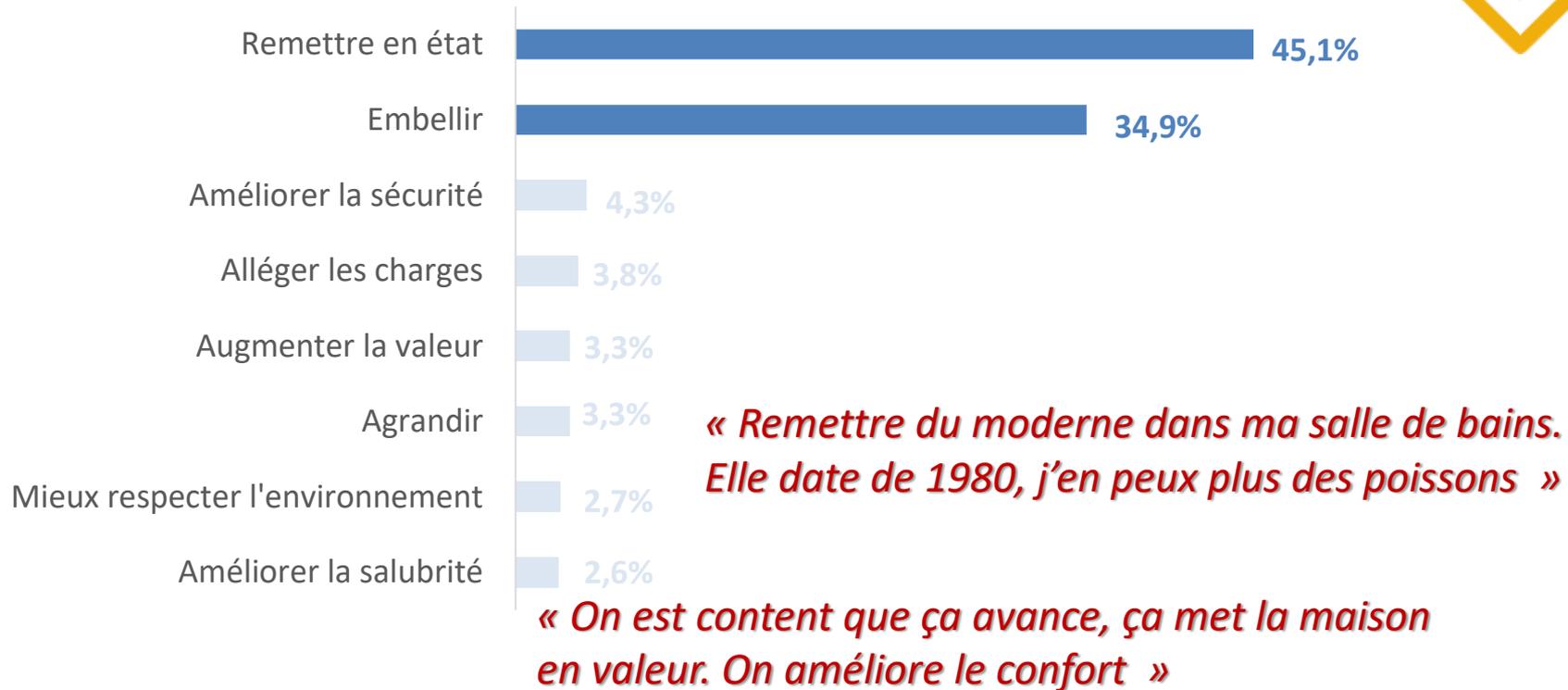
# Les propriétaires et les travaux qu'ils réalisent

(ceux qui ont fait ou vont faire des travaux)



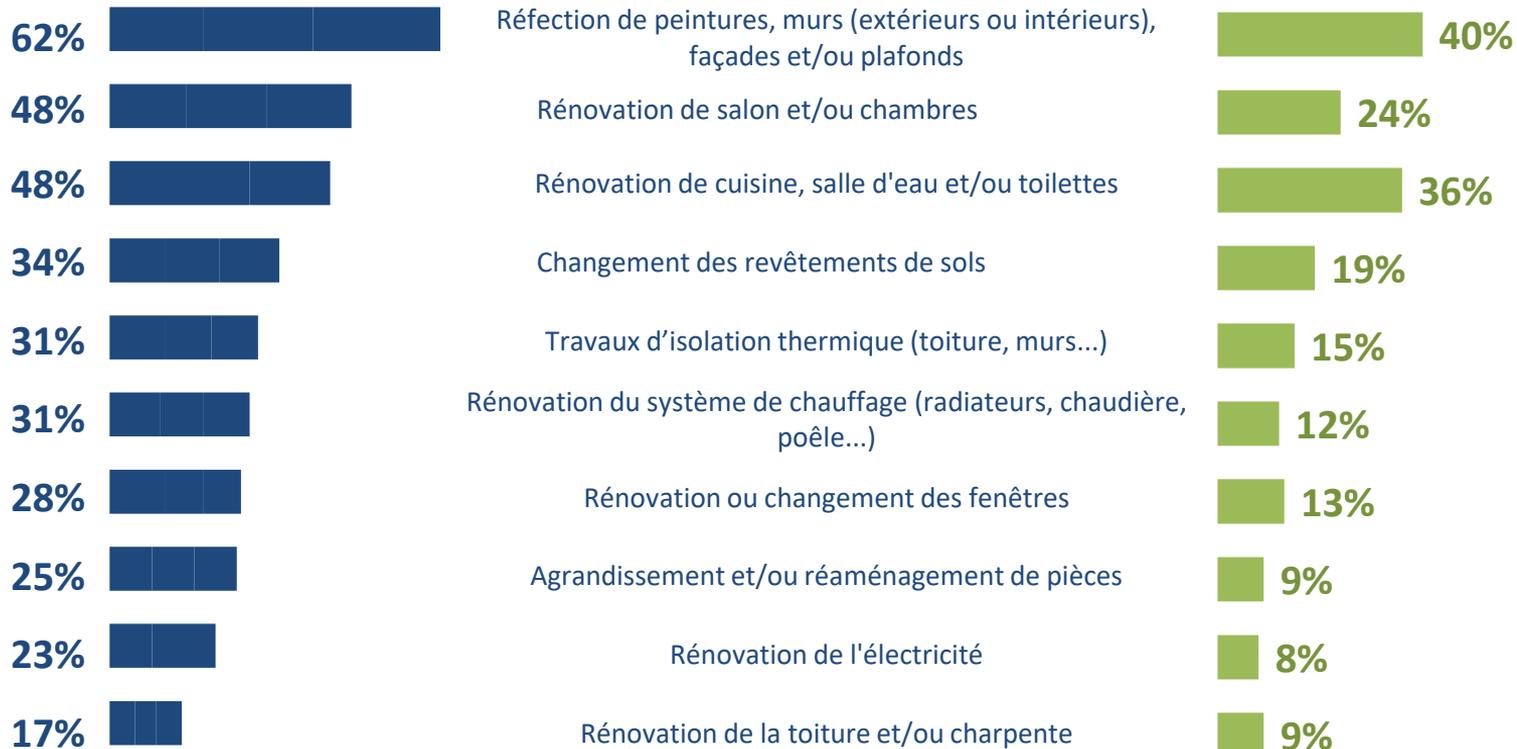
# Les propriétaires et les travaux qu'ils réalisent

## Les objectifs de ces travaux



# Les propriétaires et les travaux qu'ils réalisent

## Pour le confort et l'esthétique d'abord



ENTRE 2016 ET 2018

TRAVAUX ENVISAGÉS



# Les propriétaires et les travaux qu'ils réalisent

## Pour le confort et l'esthétique d'abord (+ travaux pas aboutis)



ONT FAIT/VONT REALISER DES TRAVAUX

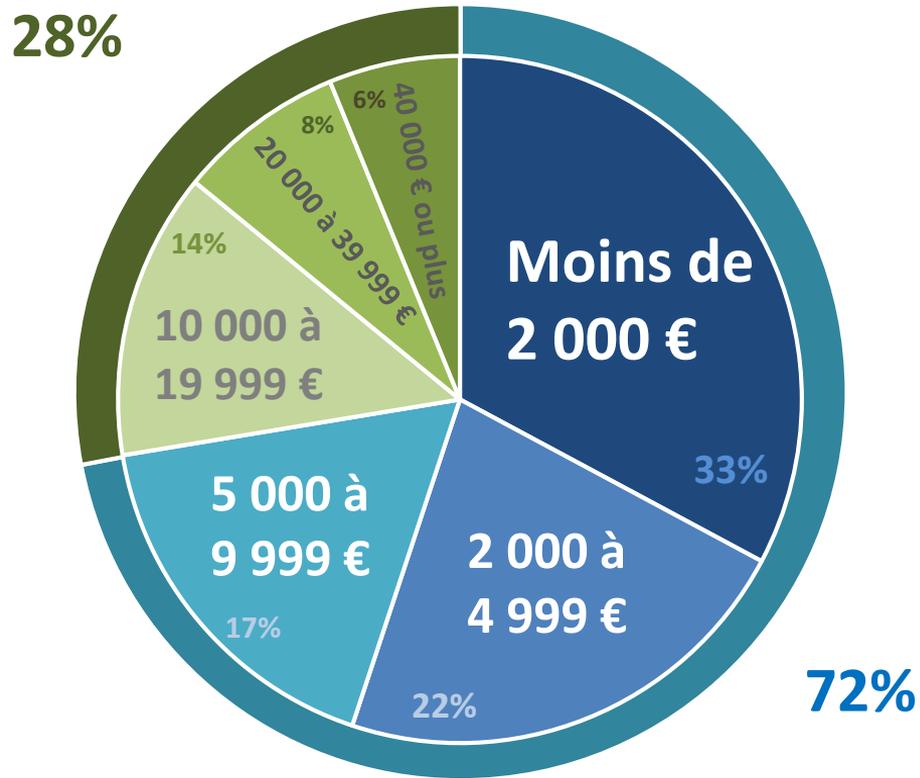
TRAVAUX PAS ABOUTIS

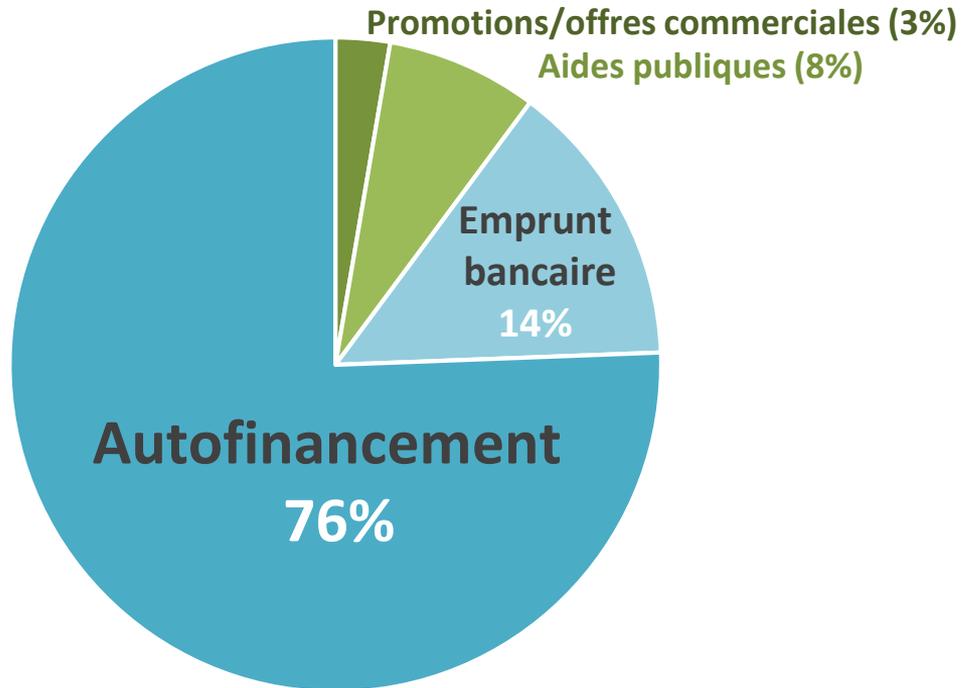


# Les propriétaires

## Et le financement des travaux

(ceux qui ont fait ou vont faire des travaux)



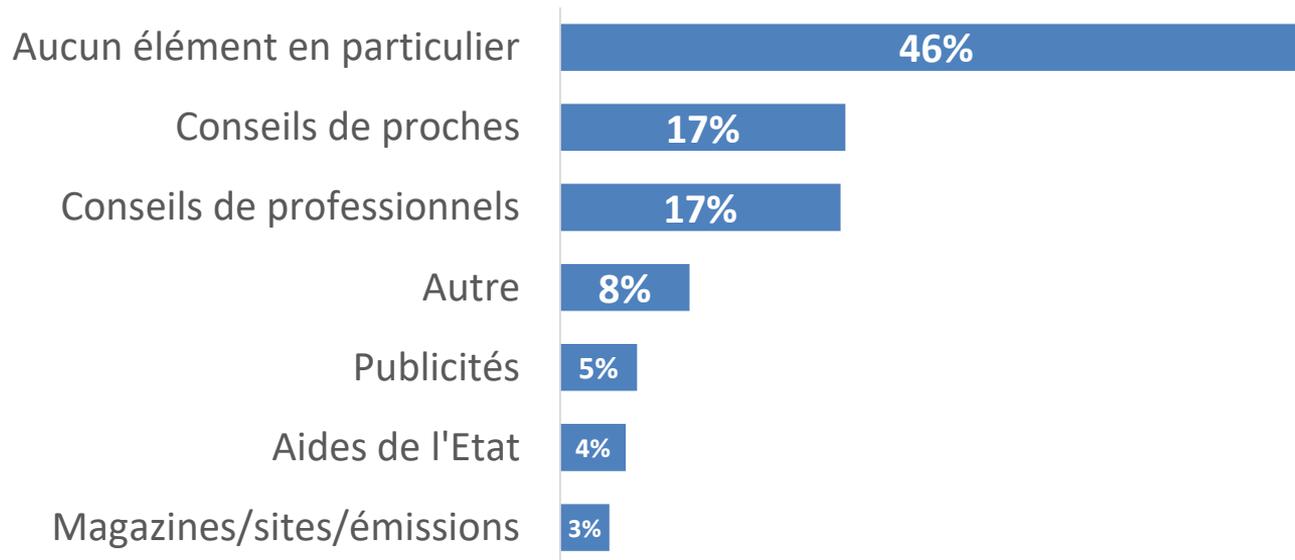


*« Si j'avais des aides de l'Etat, peut-être que je déclencherai mon projet »*

# Les leviers et les freins pour la réalisation de travaux



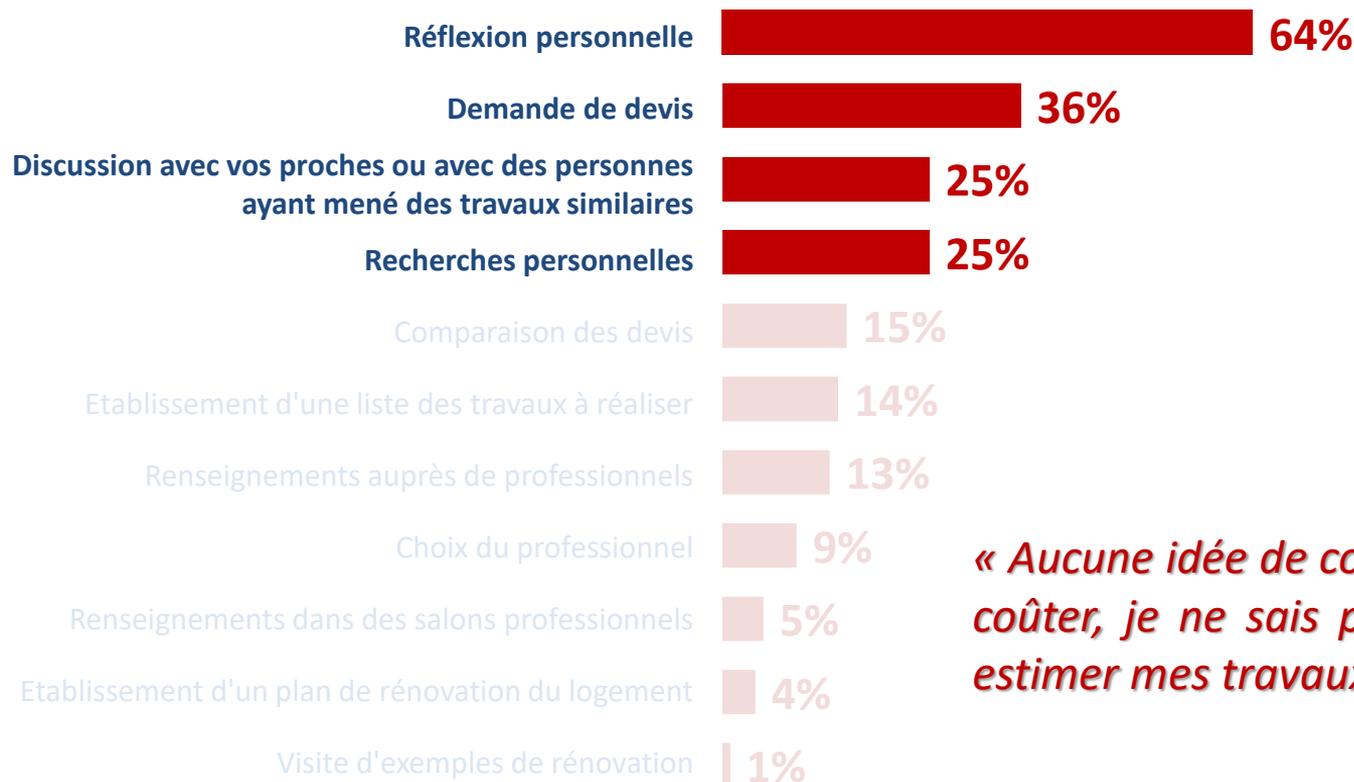
## Les éléments déclencheurs des travaux



Ont fait ou vont faire réaliser des travaux

# Les leviers et les freins pour la réalisation de travaux

## Les étapes franchies lors du projet de travaux

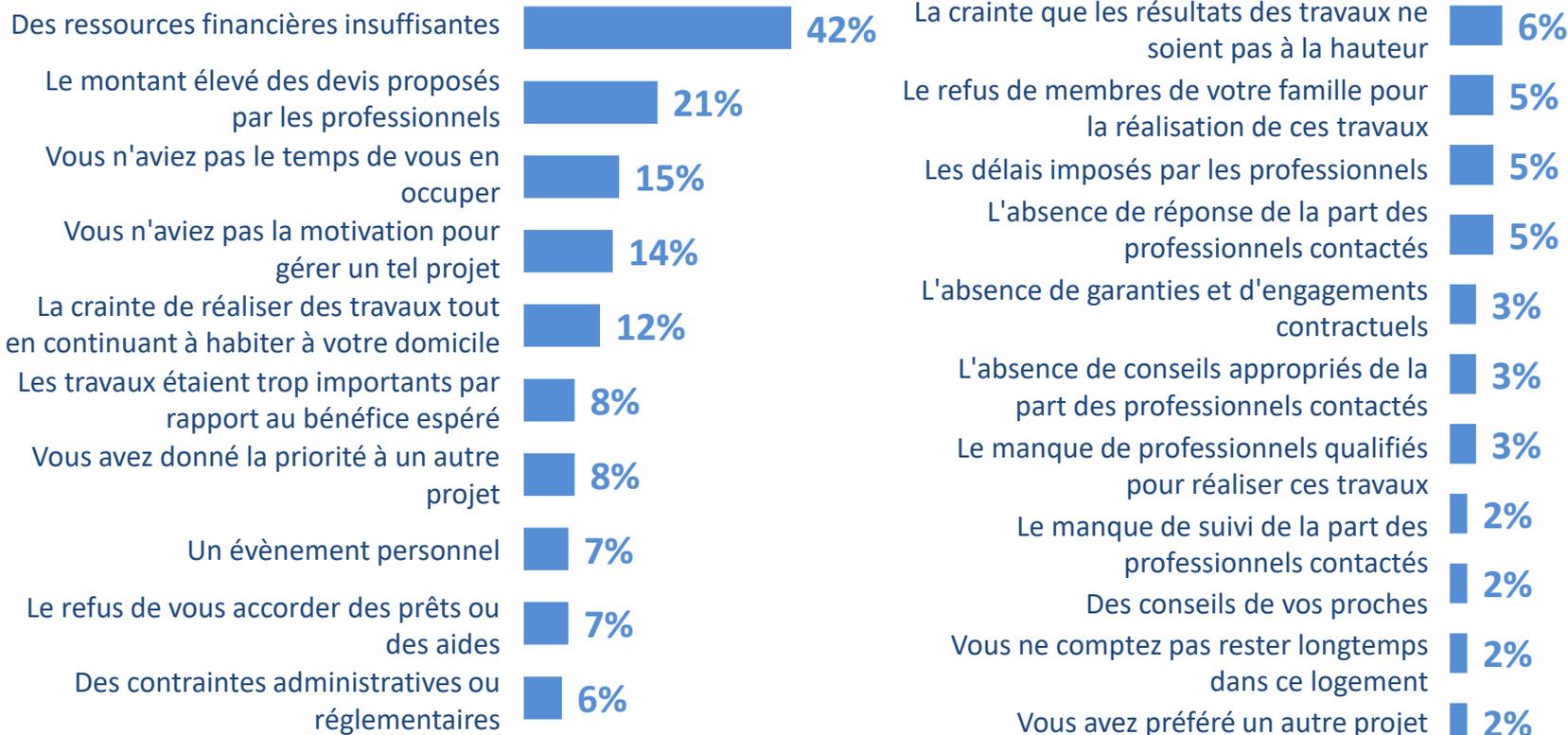


*« Aucune idée de combien ça pourrait coûter, je ne sais pas trop comment estimer mes travaux »*

**Ont eu un projet non abouti**

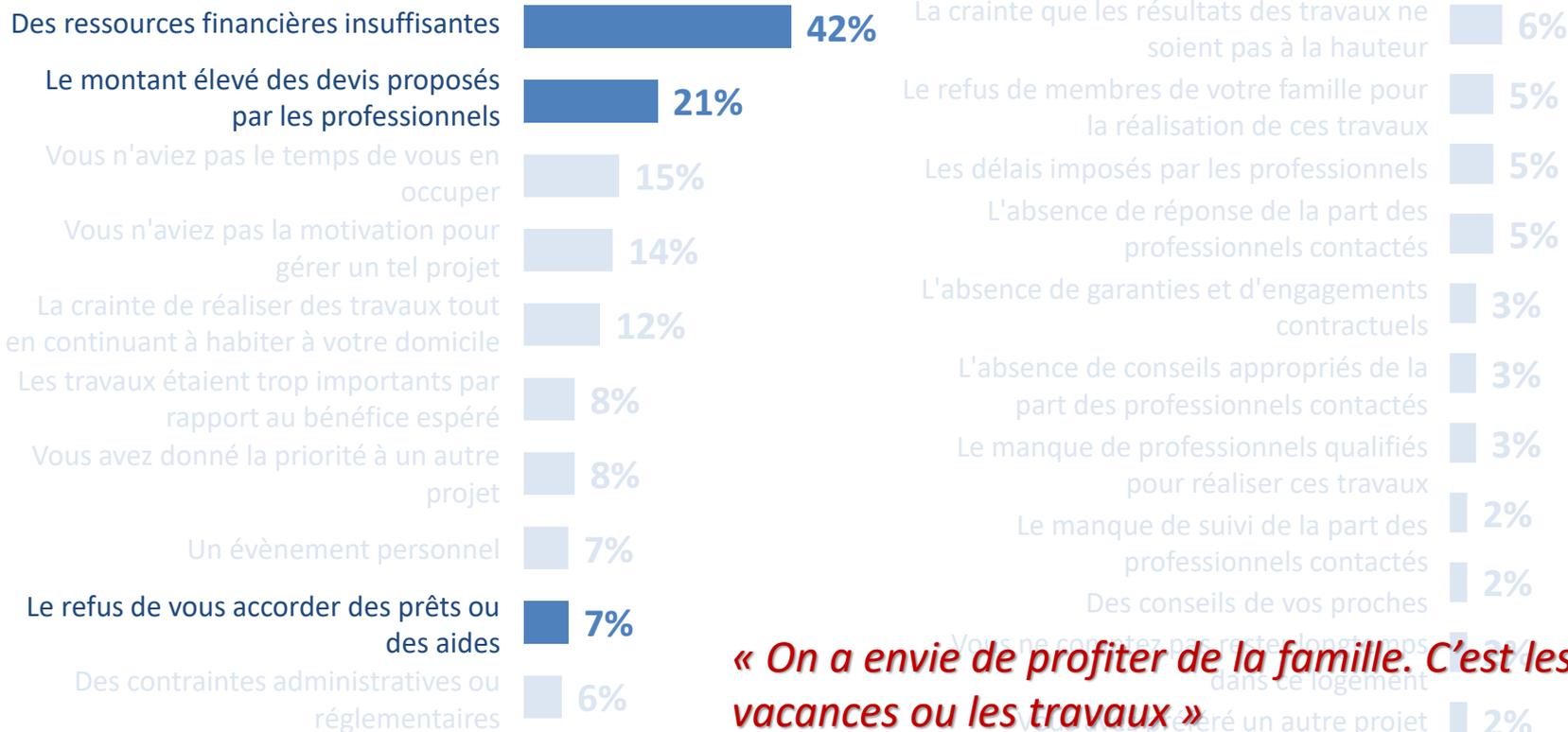
# Les leviers et les freins pour la réalisation de travaux

## Les raisons du non aboutissement du projet



# Les leviers et les freins pour la réalisation de travaux

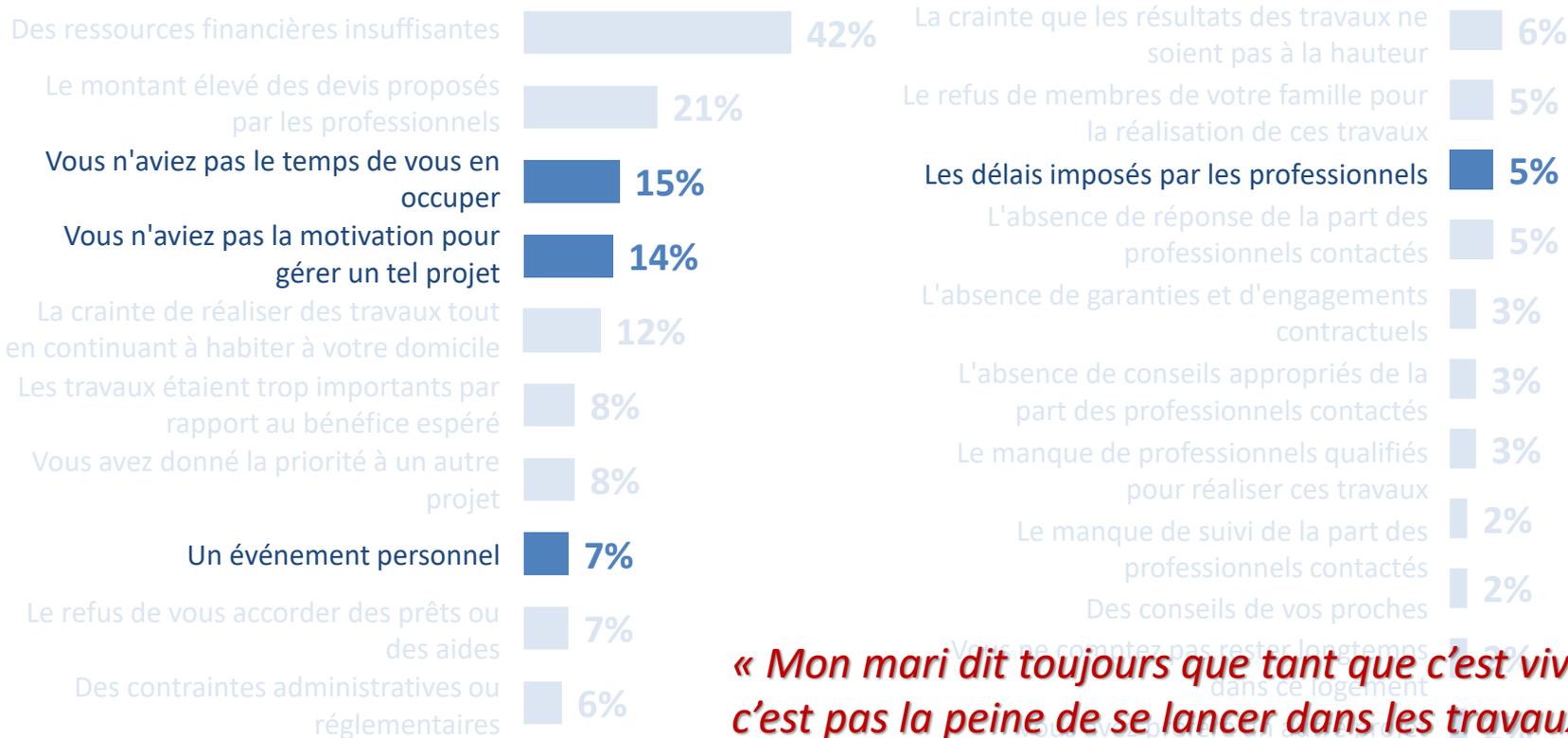
## Les raisons du non aboutissement du projet : aspects économiques



**« On a envie de profiter de la famille. C'est les vacances ou les travaux »**

# Les leviers et les freins pour la réalisation de travaux

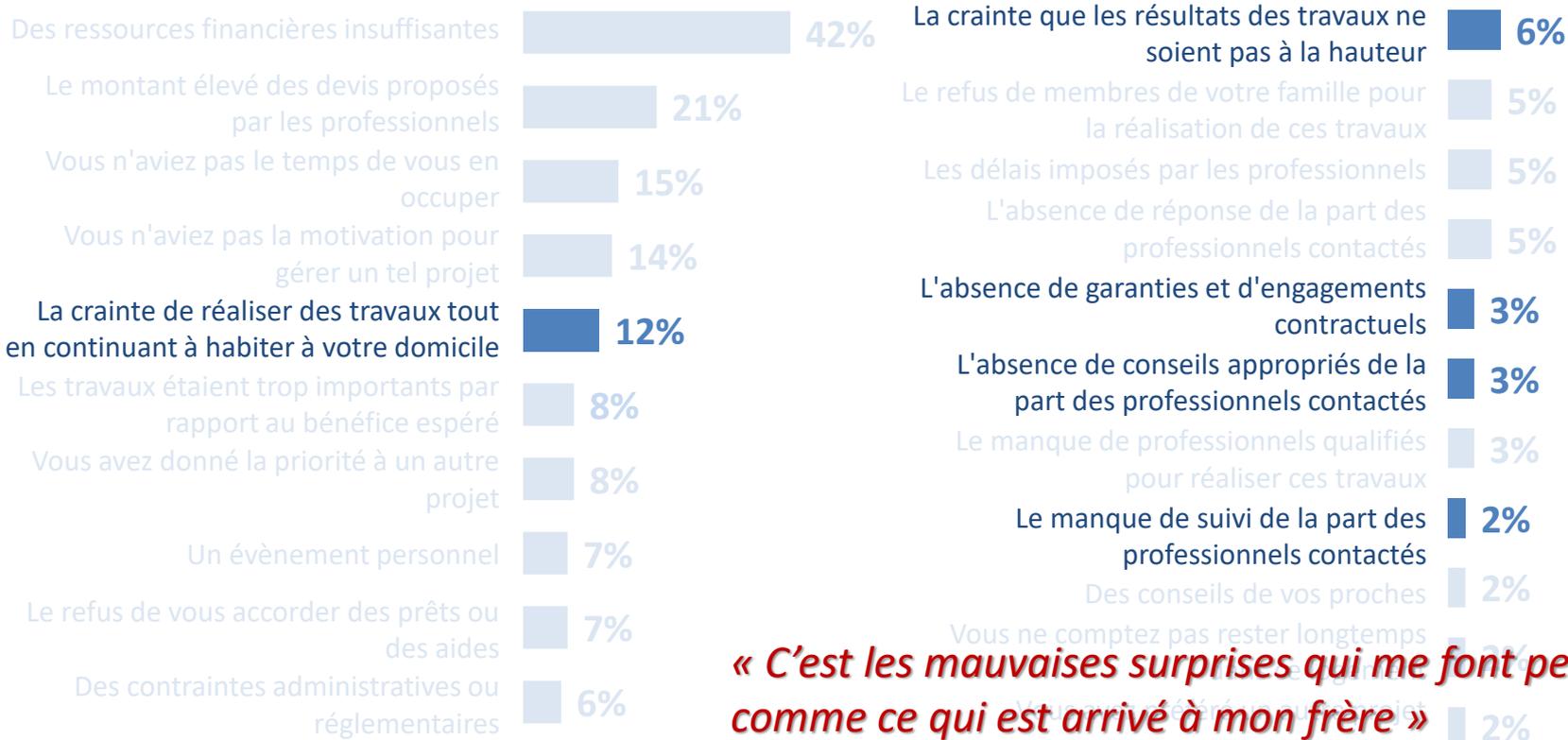
## Les raisons du non aboutissement du projet : non motivation



**« Mon mari dit toujours que tant que c'est vivable, c'est pas la peine de se lancer dans les travaux »**

# Les leviers et les freins pour la réalisation de travaux

## Les raisons du non aboutissement du projet : craintes



**« C'est les mauvaises surprises qui me font peur, comme ce qui est arrivé à mon frère »**

# Les propriétaires et les professionnels pour la réalisation de leurs travaux

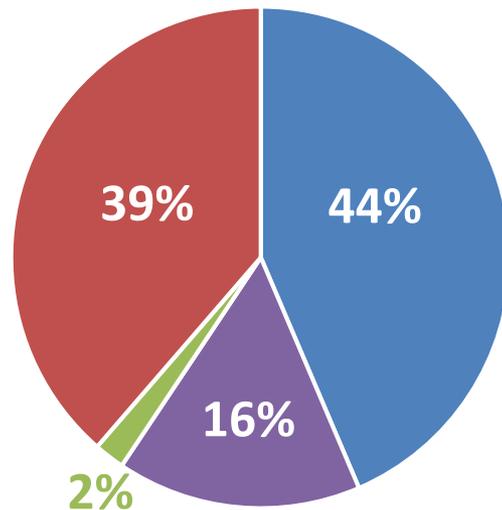
(ceux qui ont fait des travaux ou vont en faire)



## Le recours aux professionnels pour la réalisation des travaux



- Une entreprise ou un artisan
- Vous-même ou des proches
- Les deux
- Ne sait pas encore



**59% de ceux qui ont réalisé des travaux ont fait appel à un professionnel...**

# Les propriétaires et les professionnels pour la réalisation de leurs travaux

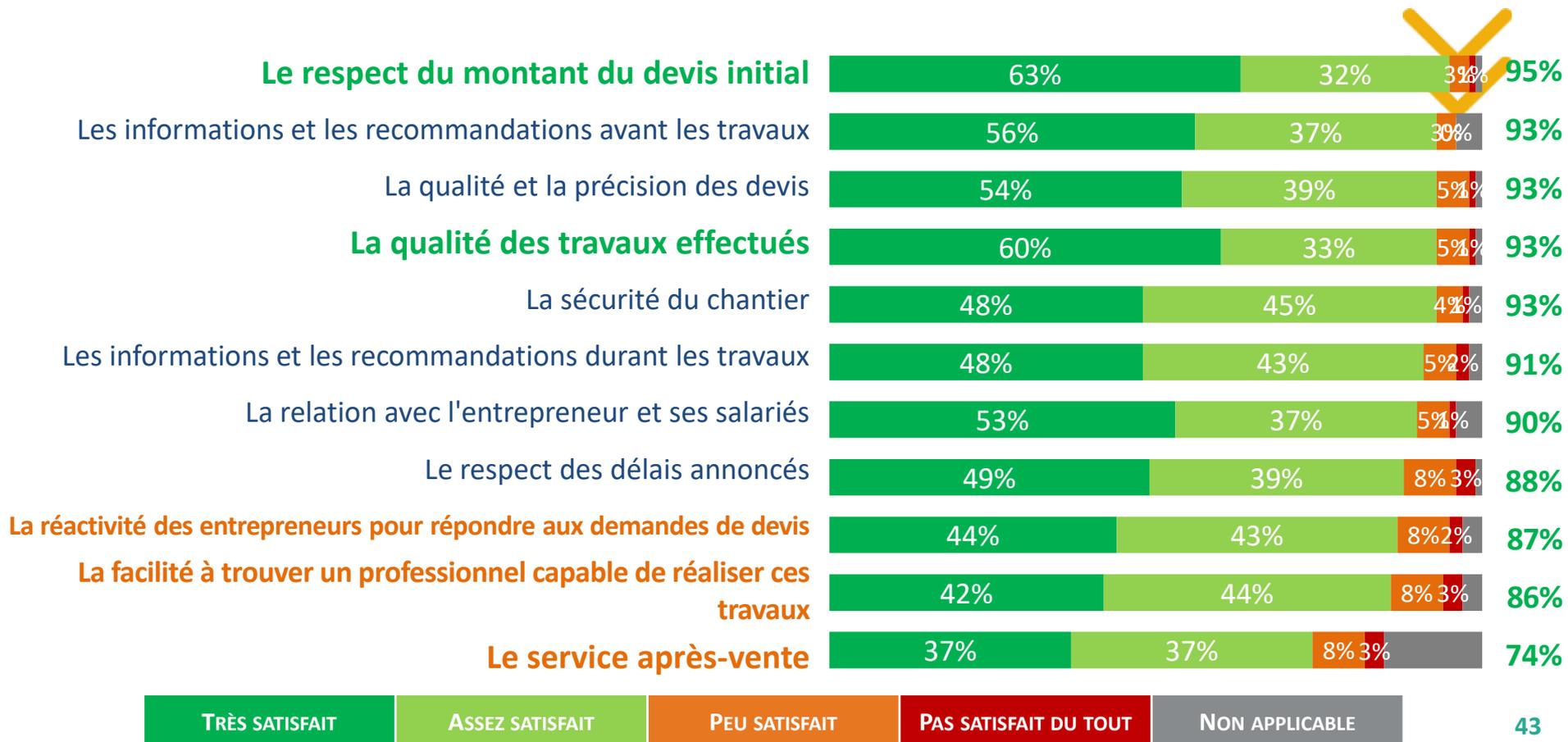
## Les critères de choix des professionnels

---

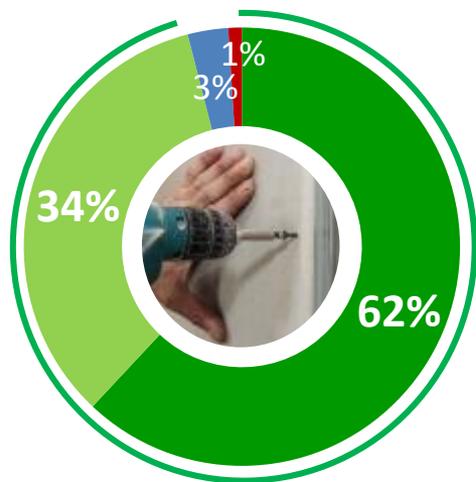


# Les propriétaires et les professionnels pour la réalisation de leurs travaux

## La satisfaction vis-à-vis des professionnels



## La propension à faire de nouveau appel à des professionnels



Oui : 96%

”

*Parce que cet artisan m'a déjà fait les clôtures sur les balcons et là, je le rappelle pour faire réaliser une porte blindée pour ma cave.*

”

”

*Artisan très respectueux... Les finitions sont très bonnes. Une fenêtre a été faite sur mesure et son installation est parfaite.*

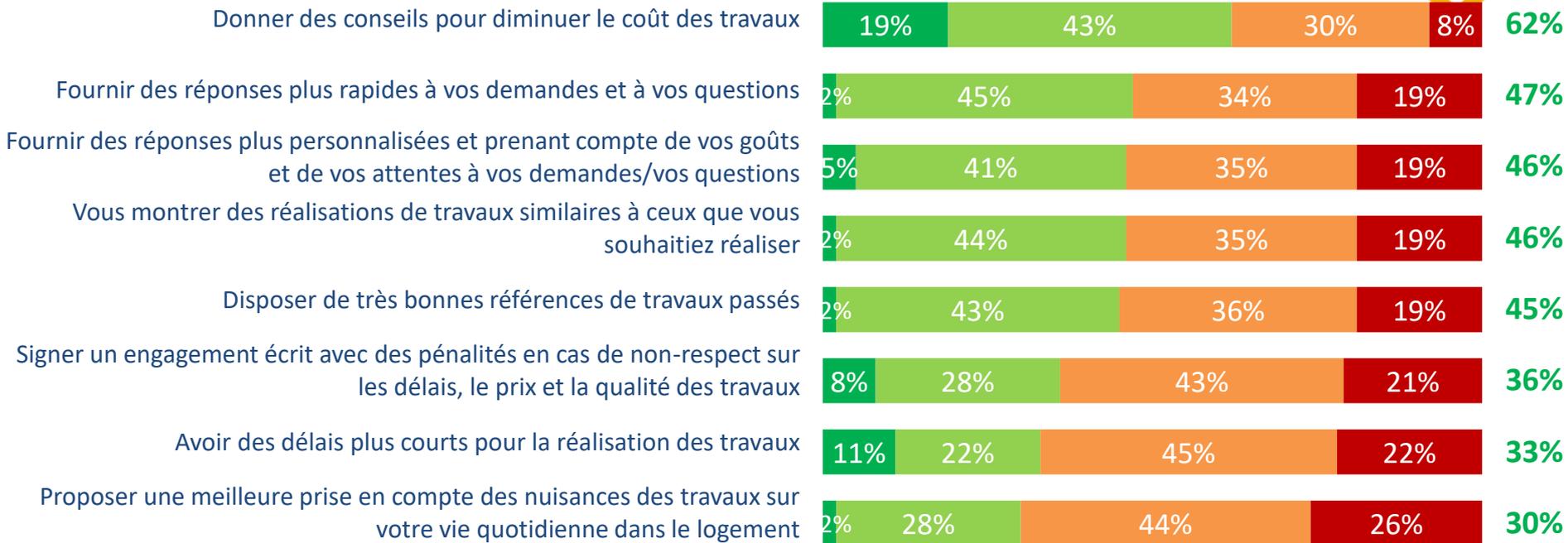
”

# Perspectives pour des travaux futurs



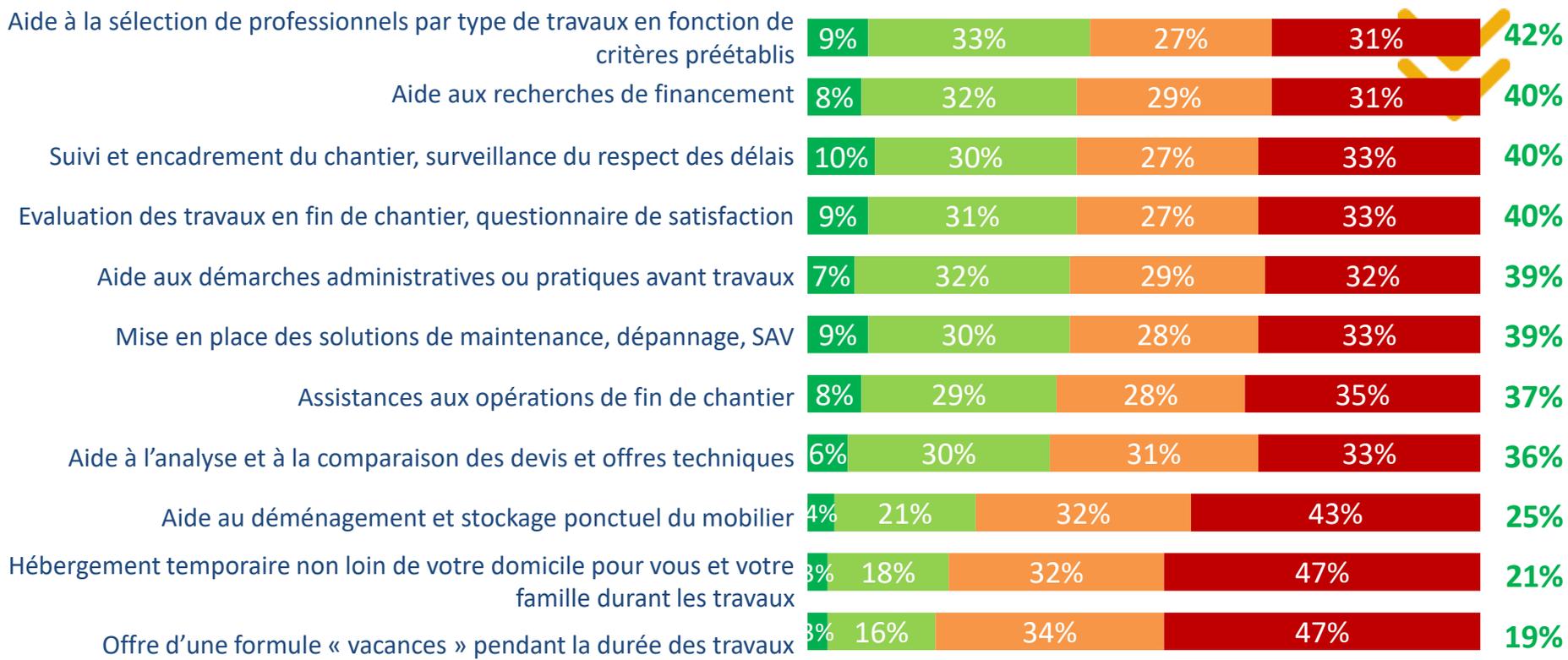
# Perspectives pour de futurs travaux

## Qu'attendent des professionnels les personnes qui ont eu un projet non abouti ?



# Perspectives pour de futurs travaux

## Quel intérêt pour les mesures proposées ?



# Profilage statistique de certaines cibles

(par EjC ENSAI)



# Profil des propriétaires ayant réalisé des travaux

---



- Vivant dans des logements construits avant 1990,
- Acquis avant l'année 2000 à la faveur d'un héritage
- Ne connaissant pas réellement le prix actuel de leur logement sur le marché
- Ayant un logement nécessitant beaucoup d'entretien
- Ayant la peinture, la cave, les dépendances, les combles et/ou le grenier en assez bon état quand ils en ont
- Ayant essentiellement entrepris entre 2016 et 2018 des travaux de modernisation de la ventilation, de rénovation de la façade et de rénovation du système de chauffage.

# Profil des propriétaires allant réaliser des travaux

---



- Vivant dans des agglomérations urbaines de taille comprise entre 20 000 et 100 000 habitants
- Propriétaires de maisons individuelles jumelées ou isolées
- Dont le logement a été en majorité construit entre 1900 et 1948 ou sinon à partir de 2012
- Ayant un logement en assez bon état
- Ne possédant généralement pas de dépendance
- Intéressés par le fait d'isoler leur comble/grenier, de rénover leur système de chauffage, ou encore de moderniser la façade et la ventilation de leur maison

# Profil des propriétaires n'ayant pas besoin de travaux

---



- Vivant dans des maisons individuelles isolées ou jumelées de tout âge
- Vivant dans des agglomérations urbaines de plus de 100 000 habitants
- Affirmant que l'état de leur logement est bon,
- Trouvant que les éléments de leur habitat sont dans un état assez bon (chauffage, fenêtre) à très bon (isolation, plomberie)
- Pourraient être intéressés dans une moindre mesure par l'installation de la climatisation dans leur logement

## Profil des propriétaires dont les travaux n'ont pas aboutis

---

- Estimant la valeur de leur logement de 150 à 300 000€
- Etant plutôt d'accord avec le fait que leur logement demande beaucoup d'entretien
- Pensant que leur logement est sûr
- Pouvant être intéressées par le fait de moderniser la ventilation de leur maison et d'isoler les combles



## Profil des propriétaires qui n'ont pas envie de réaliser des travaux de rénovation

---

- Estimant que leur logement vaut actuellement entre 300 et 500 000€, maisons de superficie totale comprise entre 100 m<sup>2</sup> et 150 m<sup>2</sup>, en bon état
- Gagnant entre 48 000 et 60 000 €/an, propriétaires après 2010





**1<sup>ère</sup> édition**  
**de l'Observatoire Habitants-Consommateurs :**  
**Les 6 enseignements majeurs**





L'ensemble des données recueillies issues des différentes sources, des apports des Experts du CAH, des résultats des enquêtes IPSOS et des études statistiques menées par l'EjC ENSAI nous permet dès cette première édition d'extraire

**6 enseignement majeurs pour agir sur le marché de la Rénovation**

# Enseignement n°1

**Les travaux sont structurants pour  
étudier nos populations de l'habitat  
existant privé**



# Les travaux chez soi vus par les propriétaires occupants

---

**Ce que veut dire le terme « Travaux » dans l'esprit du propriétaire occupant :**



Un univers de préoccupations commun à tout propriétaire-habitant  
et **désignant toute opération réalisée à l'intérieur de son habitat :**

réparer  
remplacer  
peindre  
etc.

installer  
- une nouvelle pièce  
- une cuisine neuve  
décorer  
etc.

reprendre la façade  
isoler  
agrandir l'habitat  
rendre accessible

La grande majorité des propriétaires dit ainsi avoir une expérience travaux

Quels que soient : Age / CSP / MI ou appartement / Surface

# Enseignement n°2

## Les 3 typologies de travaux

# 3 typologies de travaux

---



- **Travaux « incontournables »**
- **Travaux « plaisir »**
- **Travaux « projet de vie »**

# 3 typologies de travaux

## 3 types de consommation



Travaux « Incontournables »	Travaux « Plaisir »	Travaux « Projet de Vie »
<ul style="list-style-type: none"><li>- Produits courants</li><li>- Services de proximité</li></ul>	<p>Coups de cœur</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Produits divers dont techniques et technologiques</li><li>- Services d'installation particulièrement</li><li>- Quelques services spécialisés</li></ul>	<p>Achats de prestations multiples (artisan ou entreprise) :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Prescription</li><li>- Maîtrise d'œuvre</li><li>- Techniciens et professionnels qualifiés</li><li>- Produits, parfois</li></ul>

# 3 typologies de travaux

## Répondant à 3 types de sentiments



« On ne peut pas faire autrement »	« Faisons-nous plaisir »	« C'est notre projet de vie »
<ul style="list-style-type: none"><li>- Réparations</li><li>- Remises en état</li><li>- Remplacement</li><li>- Conformité réglementaire</li><li>- ...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Décoration : sols, peinture,...</li><li>- Douceur de vie : thermique, ventilation, climatisation,...</li><li>- Adhésion aux tendances sociétales : cuisine, salle de bains, véranda,...</li><li>- ...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Agrandissement</li><li>- Réaménagement</li><li>- Rénovation : bâti, façade, toiture, sanitaire,...</li><li>- Isolation</li><li>- ...</li></ul>

la décision du foyer se prend à deux (voix féminine importante)

- au gré des événements touchant le foyer
- selon l'étape du cycle de vie des habitants et de l'habitat

Tout propriétaire vit plusieurs fois dans sa vie l'expérience travaux

**Les travaux sont plutôt progressifs, successifs au fil des ans**

# 3 typologies de travaux



Qui réalise ces travaux

	Travaux « Incontournables »	Travaux « Plaisir »	Travaux « Projet de Vie »
Professionnels	*	**	***
Soi-même	*(*)	**(*)	*
Les 2	(*)	**	*

## Des travaux choisis d'abord en fonction de l'argent disponible dans le ménage

	Travaux « Incontournables »	Travaux « Plaisir »	Travaux « Projet de Vie »
<b>Montant des travaux (Euros)</b>			
Inférieur à 2000 (33%)	***	*	
2000 – 5000 (22%)	**	***	
5000 – 10 000 (17%)	*	***	
10 000 – 30 000 (18%)	(*)	***	***
Supérieur à 30 000 (10%)	*	***	***
<b>Recours au Crédit</b>		*(*)	***

Autofinancement

← ———— 75% ———— →

# Enseignement n°3

## 4 familles comportementales



# Habitat existant privé : les 4 familles comportementales

---

## Les **passifs**

Ils vivent chez eux sur la base de ce qui a été fait et installé auparavant dans leur logement – par eux-mêmes ou par les prédécesseurs. Principalement autofinanceurs, ils se fient surtout aux conseils des proches pour notamment faire face aux incidents sur le bâti ou sur les équipements.

## Les **mainteneurs**

Ils veillent au bon fonctionnement des équipements et installations, aux remplacements, à la bonne tenue des espaces. Ils peuvent avoir des compétences techniques leur permettant d'intervenir eux-mêmes ou avec un professionnel. Très majoritairement autofinanceurs, certains travaux cependant peuvent bénéficier d'aides, d'allégements fiscaux, etc.

## Les **embellisseurs**

L'amélioration de leur confort est leur préoccupation centrale. Ils aiment décorer, améliorer leur logement, optimiser ou développer les usages. Ils peuvent aussi apprécier la nouveauté, la technologie, etc. Ils peuvent faire certaines choses par eux-mêmes. Les professionnels intervenant sont principalement des installateurs spécialisés. Ils autofinancent, recourent aussi au crédit à la consommation. Ils sont sensibles aux offres commerciales et aux promotions.

## Les **(re)constructeurs**

Ils ont besoin de plan, de planning, de prévision budgétaire, de garanties, d'assurances, etc. Même s'ils réalisent quelques opérations eux-mêmes, ils font surtout appel à des professionnels du bâtiment qualifiés (entreprises et maîtrise d'œuvre). -Ils utilisent une large palette de solutions financières : Autofinancement + emprunt + aide + crédit d'impôts. Ils ont des relations avec les services publics en mesure d'apporter une aide.

# A chaque famille, une attitude économique



Passifs	Mainteneurs	Embellisseurs	(Re)constructeurs
---------	-------------	---------------	-------------------

## Le financement des travaux

- Autofinancement
- Crédit (banque, organisme de crédit)
- Aides, subventions (Etat, collectivités territoriales)
- Crédit d'impôts
- CEE
- Offres commerciales et promotions

***	***	***	***
		*(*)	***
	(*)	*	***
	(*)	*	***
	(*)	**	***
	*	*	*

## La valorisation du patrimoine

- Grâce aux travaux
- Valeur verte

	*	**	***
		?	?
<b>Attitude</b> <b>Epargnant/peu muni</b> ← <b>Consommateur</b> → <b>Investisseur</b>			

L'argent : un frein potentiel. Un facilitateur. Un usage en bon père de famille

# A chaque famille, son positionnement par rapport aux autres



Passifs	Mainteneurs	Embellisseurs	(Re)constructeurs
---------	-------------	---------------	-------------------

## Les conseils

-Famille et proches

**	**	**	*(*)
----	----	----	------

-voisins, aidants

**	**	*	(*)
----	----	---	-----

-professionnels du bâtiment

(*)	*	**	***
-----	---	----	-----

-autres professionnels  
(banquier, assureur, ...)

	(*)	*	**
--	-----	---	----

-Services de l'Etat, des Collectivités

	*	*	**
--	---	---	----

## L'information

-La publicité

	*	***	*
--	---	-----	---

-Les offres commerciales et les promotions

	**	***	*
--	----	-----	---

- Magazines, sites, émissions

*	*	*	*
---	---	---	---

# Pour les 4 familles, des postures proches

---

## Choisir :

majoritairement une réflexion personnelle, des recherches personnelles  
(à 2 si possible)



- **Les professionnels du bâtiment**

Les essayer, c'est les adopter – c'est vouloir les conserver

... Un véritable plébiscite

Les pratiquer peu ou pas : accumulation de craintes et de peurs

... Un réservoir à rumeurs

- **Les questions sociétales**

Transition énergétique ...

Rénovation énergétique ...

Protection de l'environnement...

Une conscience croissante mais peu de passages à l'acte

Réchauffement climatique...

- **L'argent**

Une disponibilité limitée. Faire selon ses moyens

Un moyen nécessaire, utile, indispensable pour consommer

Mais une forme d'autocensure inconsciente à dépenser davantage

## Enseignement n°4

# Les 12 pistes d'actions du marché de la Rénovation

La segmentation matricielle croisant les 4 familles comportementales de propriétaires d'une part et les 3 situations de travaux vécues d'autre part permet d'identifier de fait :  
12 pistes d'actions et d'y rechercher des leviers de croissance.



# Les 12 pistes d'actions du marché de la Rénovation

---

	Travaux « Incontournables »	Travaux « Plaisir »	Travaux « Projet de Vie »
Les passifs			
Les mainteneurs			
Les embellisseurs			
Les (re) constructeurs			



# 4 familles comportementales et 3 types de travaux : Les bénéfices recherchés



	Travaux « Incontournables »	Travaux « Plaisir »	Travaux « Projet de Vie »
Les passifs	***	(*)	
Les mainteneurs	***	*(*)	
Les embellisseurs	**	***	(*)
Les (re) constructeurs	**	**	***

## Bénéfices

-Logement bien entretenu  
 -Vie quotidienne habituelle  
 -Sentiment de vie en sécurité

- Manière de vivre enrichie, améliorée  
 -Davantage et de meilleurs usages

-Un habitat selon sa volonté, ses attentes  
 -Une valeur patrimoniale augmentée

← — — — — Une qualité de vie accrue — — — — →  
 Une image sociale valorisante

Confortement de l'attachement fort à son logement et fierté de la qualité de son logement

# Enseignement n°5

## La potentielle réticence aux travaux





« Je n'ai pas envie »

« Je n'ai pas besoin »

**Une grande diversité de raisons de faire peu ou pas de travaux  
à un moment ou à un autre de leur vie**

## Un projet de vie suspendu

- Personne s'estimant trop âgée
- Personne seule (veuf, veuve particulièrement)
- Famille refusant les travaux dans la maison des parents
- ...

Même si excellents revenus

## Un projet de vie contrarié

- Accident
- Chômage
- Divorce, séparation
- Décès d'un des conjoints
- ...

Baisse de revenus

## La potentielle réticence aux travaux

---

### Des craintes quant à engager des travaux plus conséquents chez soi

- Pas le temps de s'en occuper
- Peur de ne pas savoir faire
- Peur d'une durée prolongée excessive des Travaux
- Salissures et dégradations durant les travaux
- Peur de la perte d'intimité de vie dans son logis
- Coût trop élevé
- Peur de non respect du devis par les professionnels
- Insécurité des biens car des personnes inconnues pénétrant dans le logement



# La potentielle réticence aux travaux

## Quand l'habitat n'est pas jugé comme une thématique prioritaire

### Un habitat jugé moins attractif

- Logement en obsolescence
- Logement dégradé

### Une moindre exigence pour son logement

- Moindre attachement à son logement
- Petite surface
- Logement acquis par héritage

### Des conditions jugées moins favorables

- Quartier ou zone d'insécurité
- Zone où la valeur de l'immobilier décroît

### D'autres projets

- Projets personnels en concurrence avec le choix de travaux dans le logement
- Projet d'aller vivre « ailleurs »

**Le marché de la rénovation de l'habitat existant privé nécessite de :  
acquérir chaque foyer l'un après l'autre.**

**La réussite de chaque démarche individuelle contribue à l'objectif de massification**

# Enseignement n°6

## Estimation 2019 de la croissance du marché des travaux de rénovation

# Estimation 2019 de la croissance du marché des travaux de rénovation

## Au vu des données statistiques

(vision Habitants-Consommateurs)

### Autour de 1%

#### Les ralentisseurs ?

- Un moral des ménages français « moyen »
- Des craintes pesant sur le pouvoir d'achat :
  - Sentiment qu'il n'augmente plus
  - Perception d'une augmentation forte des factures énergétiques
  - Appréhension d'avoir à modifier de manière importante son mode de vie du fait du réchauffement climatique - donc prix futur à payer

#### Paradoxe

Un taux de crédit au plus bas pour un particulier

2018 : une excellente année de flux de transactions immobilières dans l'existant

#### Résultats de 2018

Rénovation :	45 milliards
Auto-rénovation :	12 milliards



**Concluons....  
pour ne pas conclure**





## Une matrice très prometteuse

**4 familles comportementales X 3 types de travaux**

- Renouvellement de notre regard
- Expression simple des marchés composant la rénovation
- Identification (enfin) du marché des Décideurs-Consommateurs différenciable des foyers du marché de la précarité

**Clarifiant : Fin du « global amalgamant » !**

# 4 familles comportementales X 3 types de travaux

= 12 types possibles d'opportunités



	Travaux « Incontournables »	Travaux « Plaisir »	Travaux « Projet de Vie »
Les passifs			
Les mainteneurs			
Les embellisseurs			
Les (re) constructeurs			

Quelles offres adapter à chaque situation ?  
Quelles adaptations apporter à nos communications ?  
Quelle stratégie d'ensemble ?  
..... ?

Un outil stimulant au bénéfice d'une démarche de massification



## Envie de créer de la mobilité dynamique sur les marchés de la Rénovation

- « Embellisseurs » → « Projet de vie »
- « Mainteneurs » → « Embellisseurs » à minima »
- « Projet de vie » → « Des travaux plus ambitieux »
- « Passifs » → « Mieux informés et impliqués »

Nous sortons (enfin !) des approches monologiques ,  
(tout par l'âge, tout par la CSP !). **Fin des silos !**

**On sent les marchés, on sent qu'ils peuvent bouger et  
comment mieux les dynamiser ! ...**

# MERCI POUR VOTRE ATTENTION

---



Rendez-vous sur le site du CAH : [www.cah.fr](http://www.cah.fr)

