

“opinionway

ALKEMICS

Les Français et l'univers du bricolage

Mars 2021

LA MÉTHODOLOGIE

La méthodologie



Echantillon de **1031 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 6 au 11 janvier 2021**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude** : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1031 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Etude OpinionWay pour Alkemics »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.




Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.


Source : INSEE, Bilan démographique 2015.



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%




	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord-ouest	24%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	26%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	Catégories populaires	30%
	Employés	17%
	Ouvriers	13%
	Inactifs	43%
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



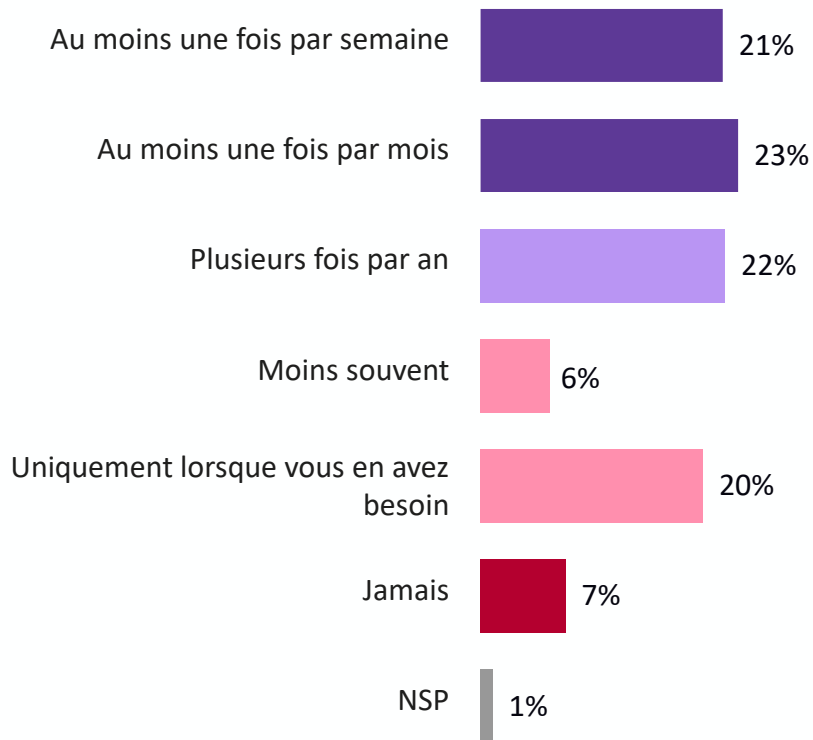
	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	24%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	16%



LES RÉSULTATS

1. Les habitudes de bricolage

Q. A quelle fréquence bricolez-vous ?



44%

bricolent au moins
une fois par mois

66%

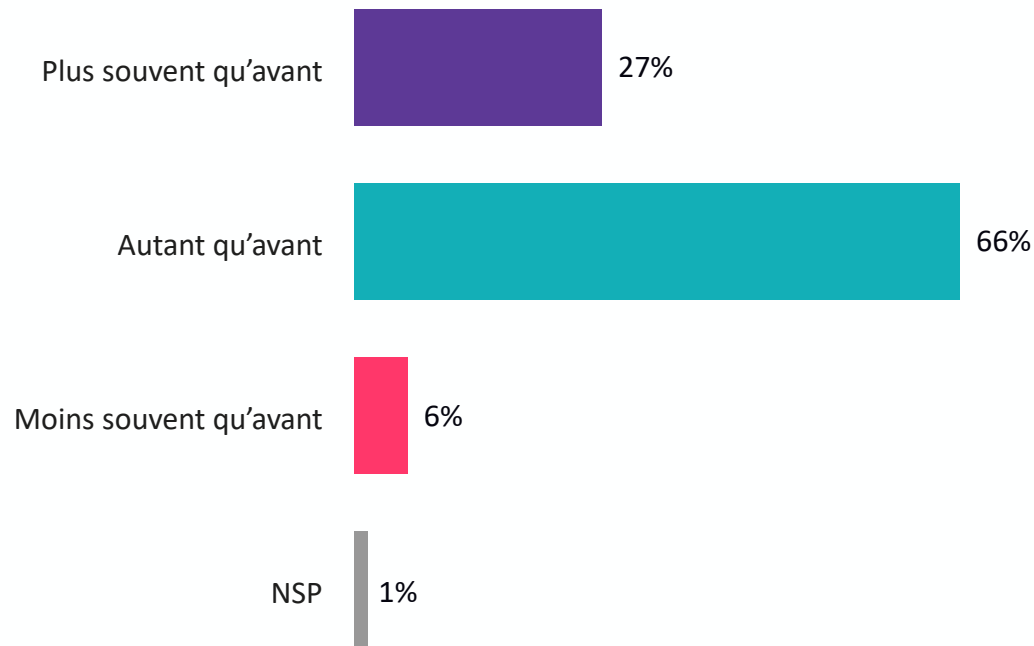
bricolent plus
d'une fois par an

26%

bricolent une fois par an
ou moins souvent



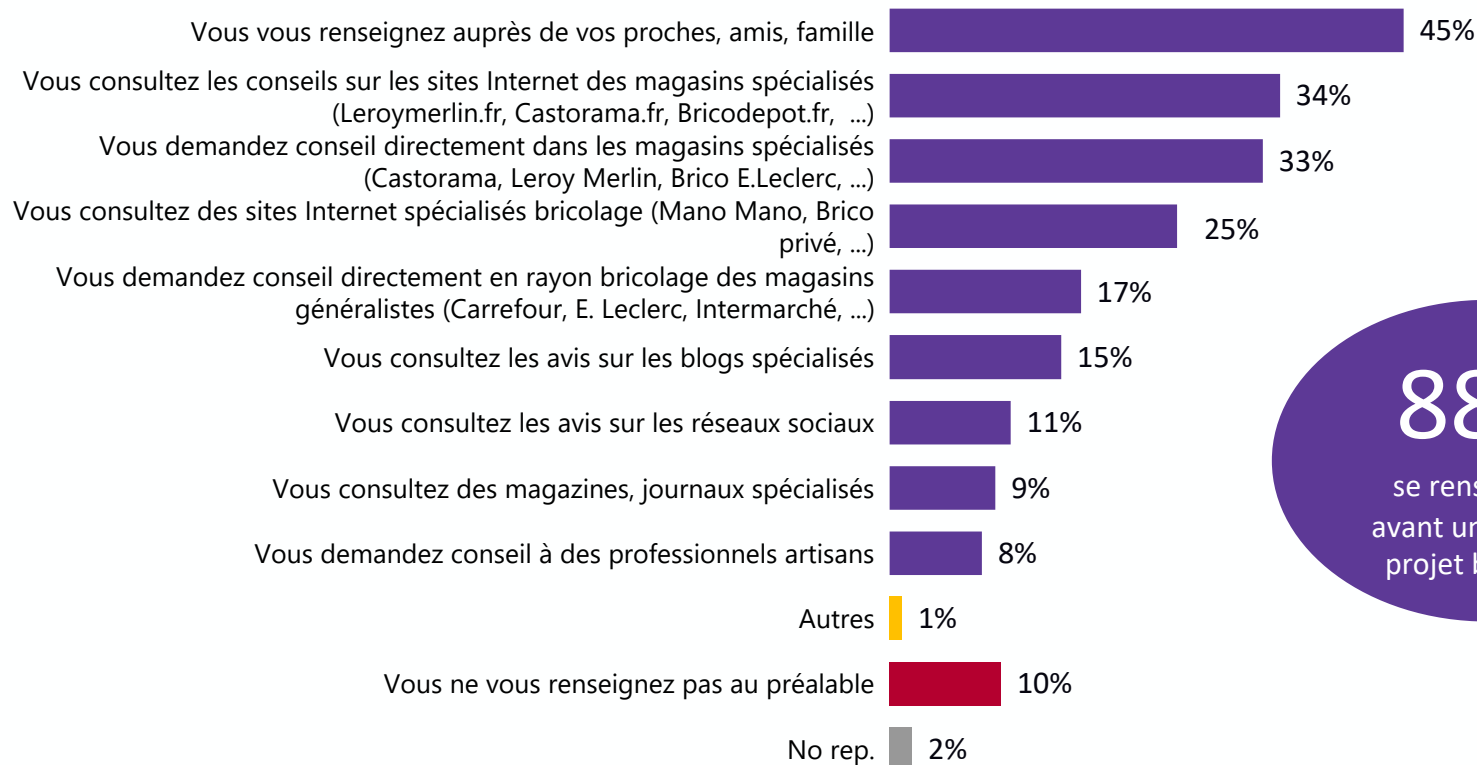
Q. Diriez-vous que depuis les confinements de 2020 vous bricolez... ?



Q. Lorsque vous vous lancez dans un nouveau projet de bricolage, comment vous renseignez-vous au préalable ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

Question posée uniquement à ceux qui bricolent au moins une fois par mois ou moins souvent.



88%
se renseignent
avant un nouveau
projet bricolage



2. Les lieux d'achats de produits de bricolage et les montants dépensés

La fréquence d'achat de produits de bricolage selon le mode d'achat et le type d'enseigne

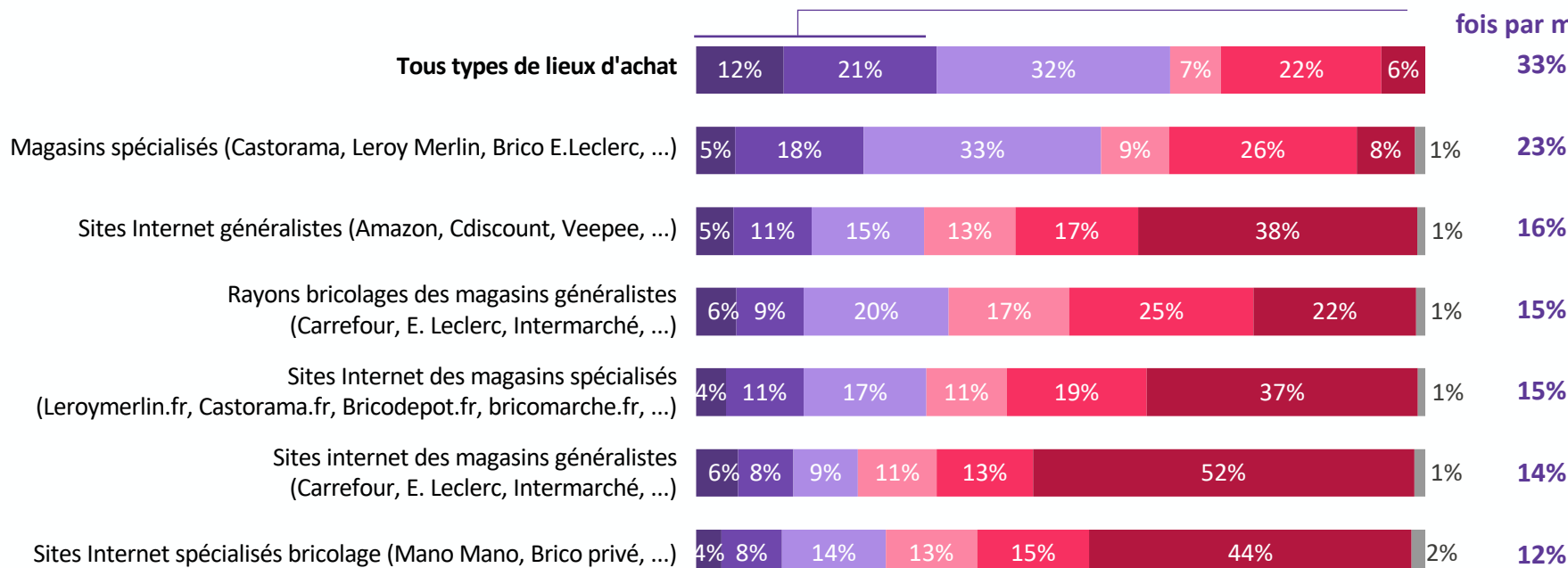
Q. A quelle fréquence achetez-vous des produits de bricolage dans chacun des lieux d'achat suivants ?

60% achètent plusieurs fois par an en magasin

43% achètent plusieurs fois par an sur Internet



Au moins une fois par mois



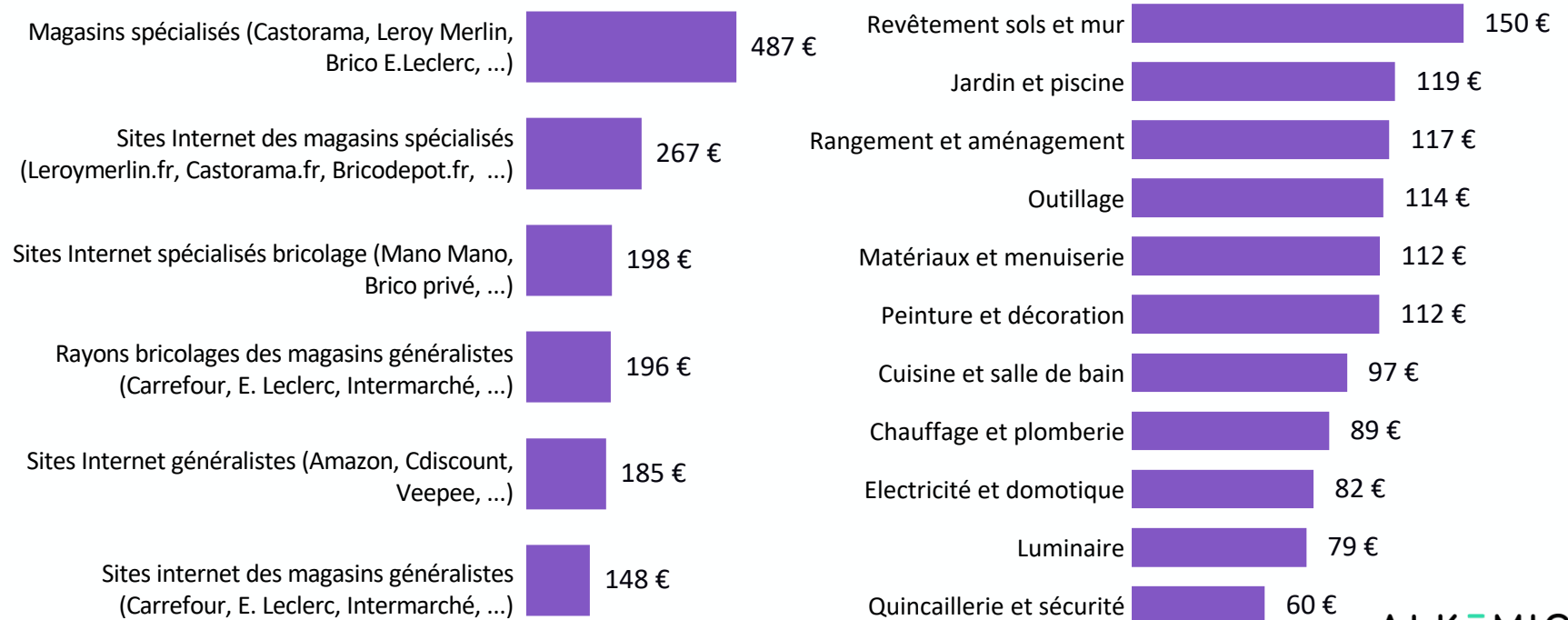
Au moins une fois par semaine
 Au moins une fois par mois
 Plusieurs fois par an
 Moins souvent
 Uniquement lorsque vous en avez besoin
 Jamais



Q. Quelle somme dépensez-vous par an pour acheter des produits de chacune des catégories suivantes dans chacun des lieux d'achats suivants ?

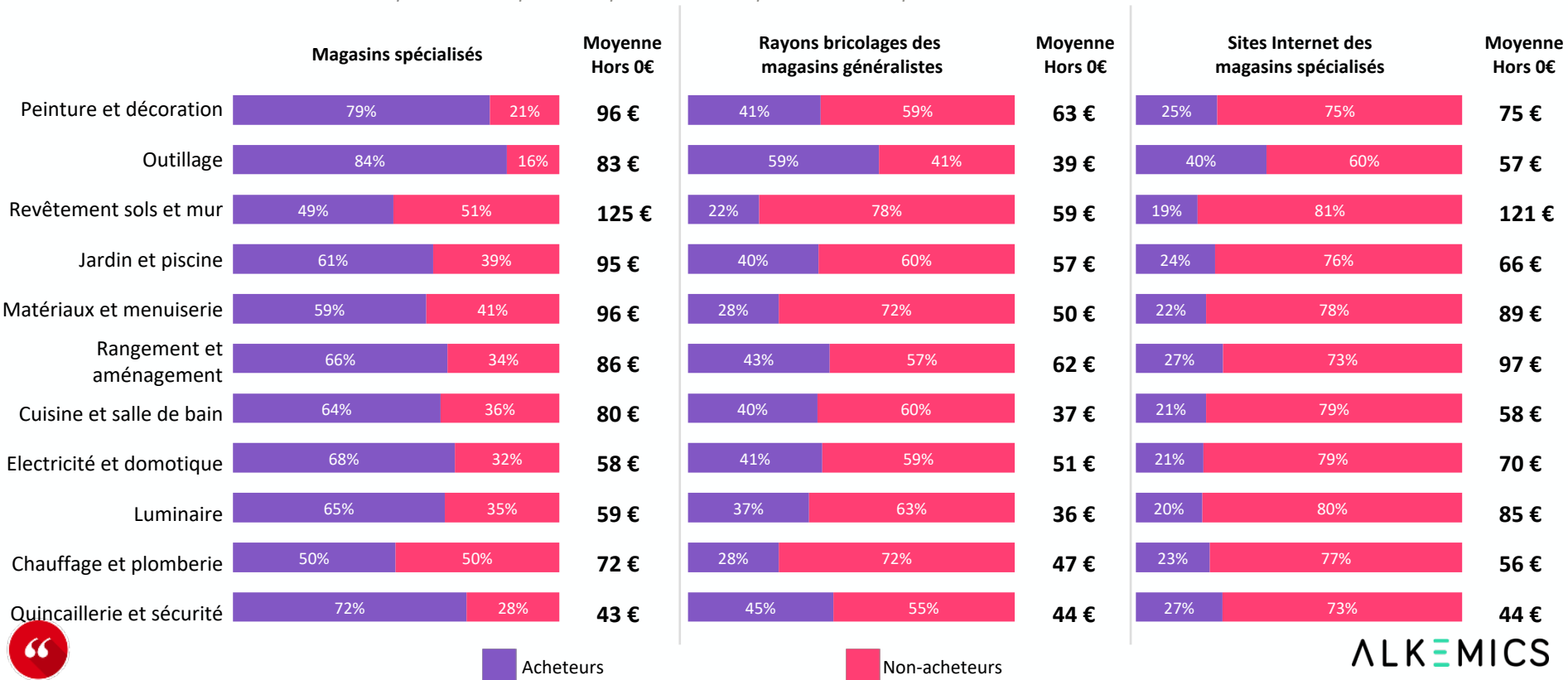
Question ouverte numérique. Question posée uniquement à ceux qui achètent des produits dans chacun des lieux.

Budget total **681 € /an**



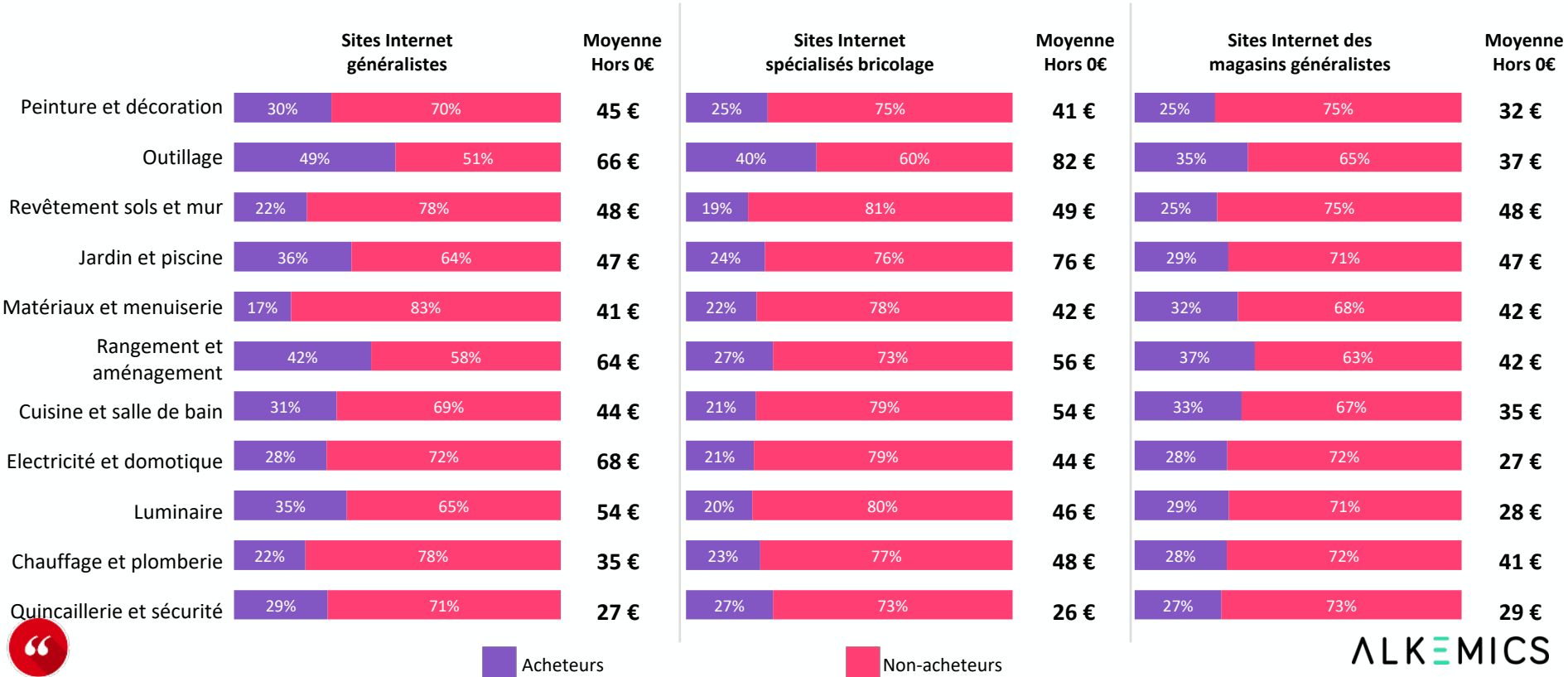
Q. Quelle somme dépensez-vous par an pour acheter des produits de chacune des catégories suivantes dans chacun des lieux d'achats suivants ?

Question ouverte numérique. Question posée uniquement à ceux qui achètent des produits dans chacun des lieux.



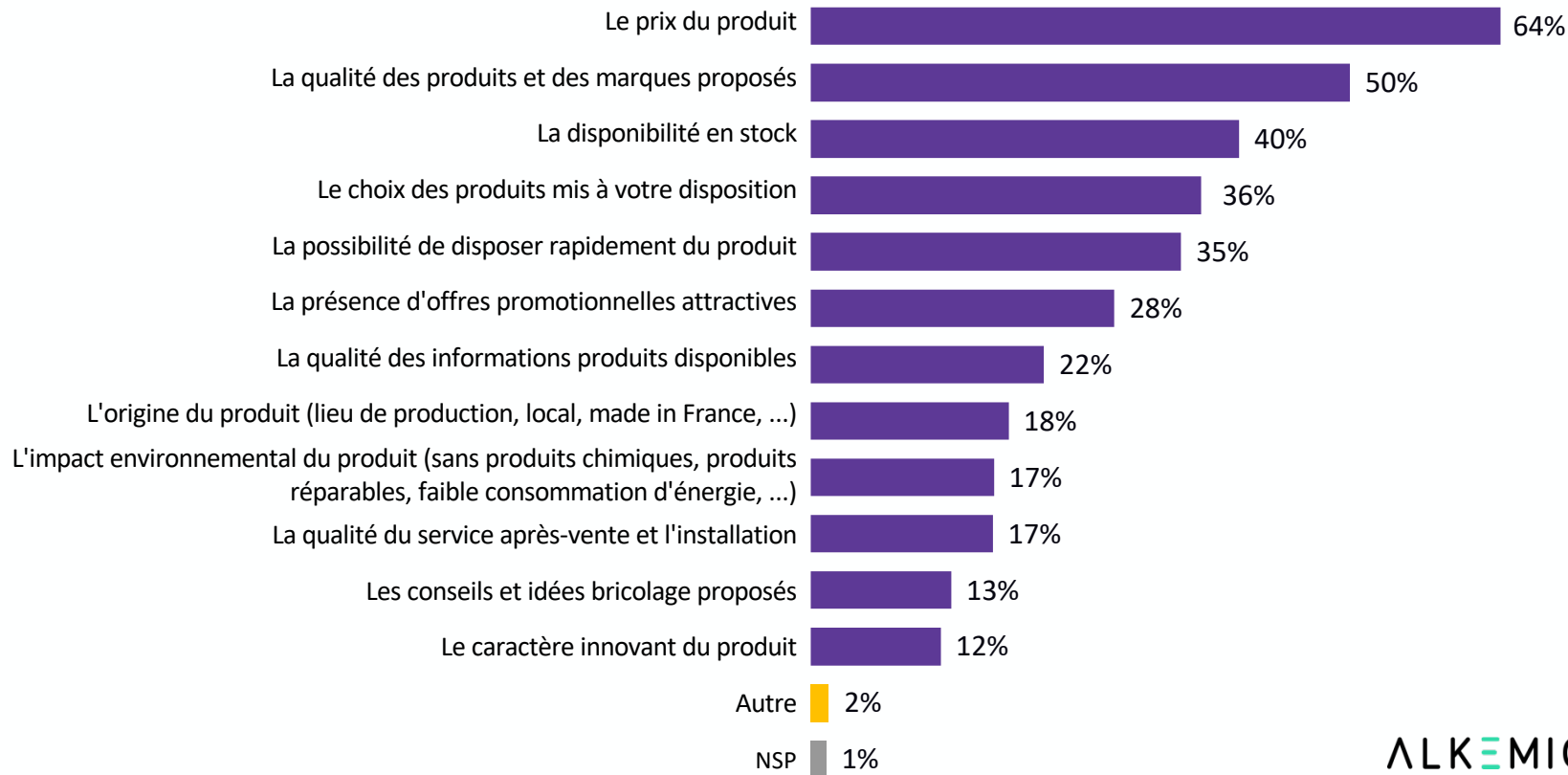
Q. Quelle somme dépensez-vous par an pour acheter des produits de chacune des catégories suivantes dans chacun des lieux d'achats suivants ?

Question ouverte numérique. Question posée uniquement à ceux qui achètent des produits dans chacun des lieux.



Q. Quels sont les 5 critères que vous privilégiez lors d'un achat de bricolage ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



3. Les informations consultées lors des achats de produits de bricolage

L'importance des différents types d'information pour un achat de bricolage en magasin

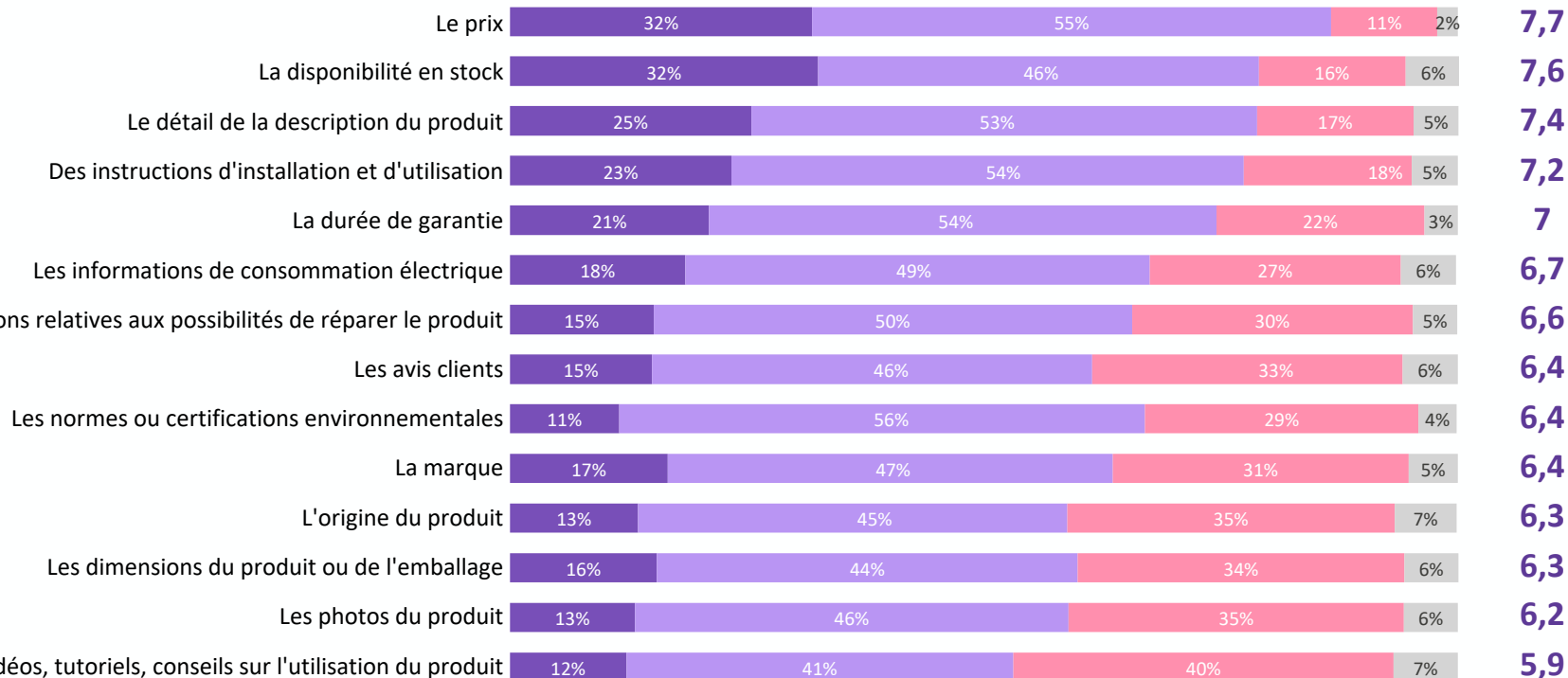
Q. Sur une échelle de 0 à 10, quelle importance accordez-vous à chacune des informations suivantes lorsque vous achetez un produit de bricolage ?

0 signifie que vous n'accordez aucune importance, 10 que vous accordez beaucoup d'importance. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.

En
magasin



Moyenne



9 à 10

6 à 8

0 à 5

NSP

L'importance des différents types d'information pour un achat de bricolage sur Internet

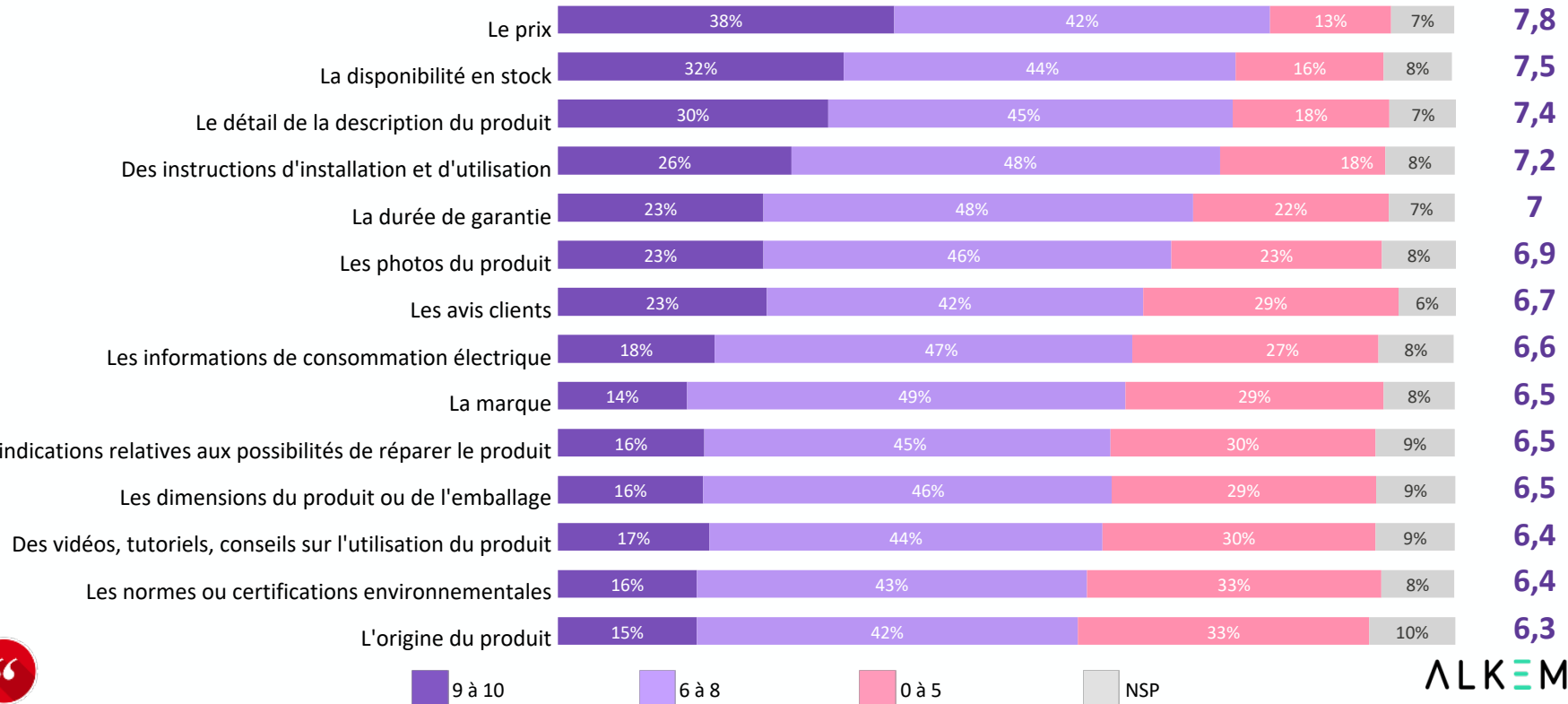
Q. Sur une échelle de 0 à 10, quelle importance accordez-vous à chacune des informations suivantes lorsque vous achetez un produit de bricolage ?

0 signifie que vous n'accordez aucune importance, 10 que vous accordez beaucoup d'importance. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.

Sur
Internet

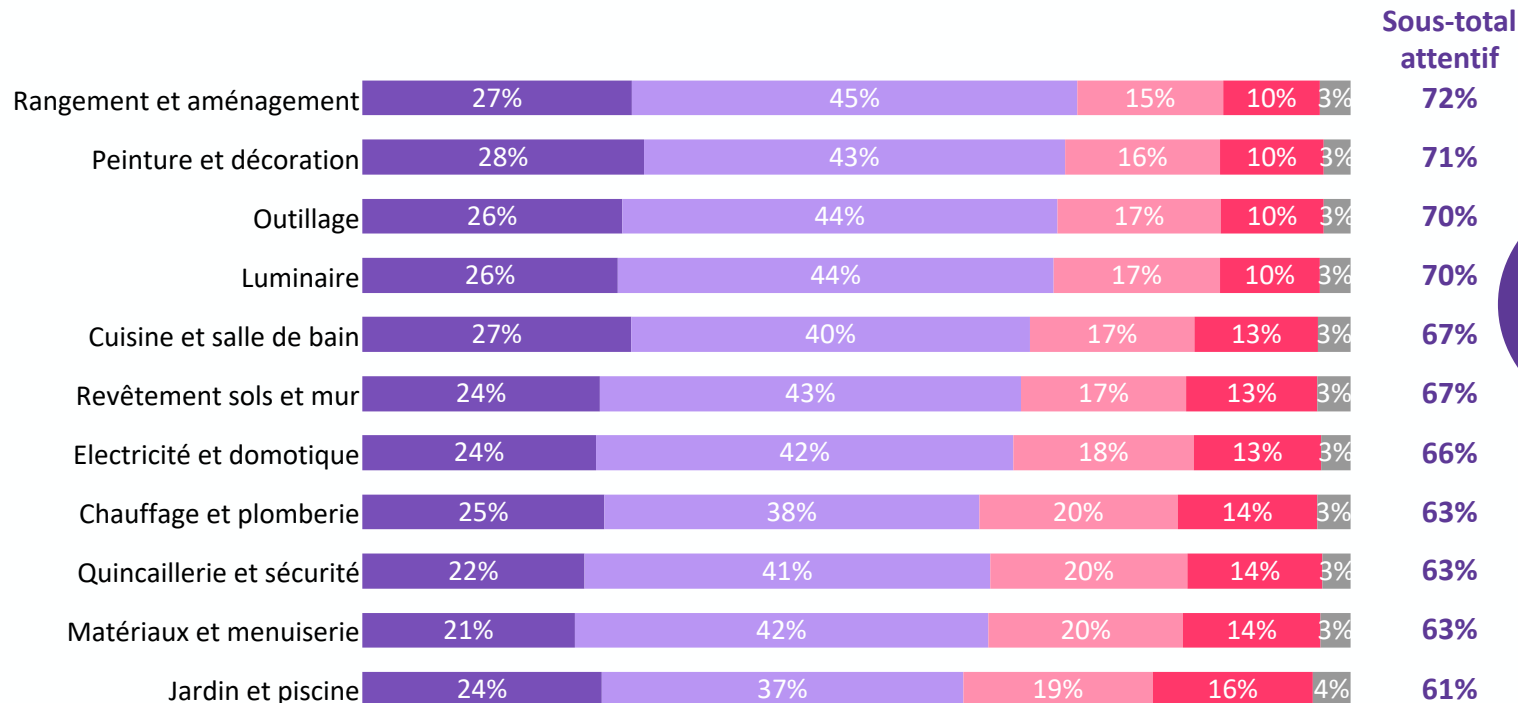


Moyenne





Q. Êtes-vous attentif à la présence de promotions avant de faire un achat d'un produit de chacune des catégories suivantes ?

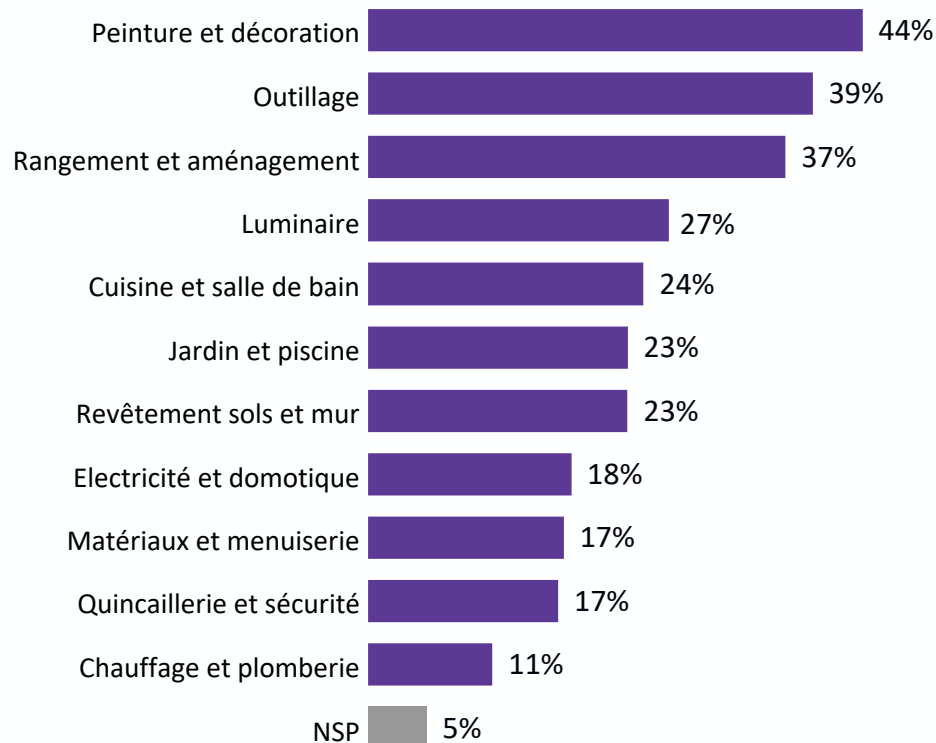


84%
des Français sont attentifs aux promotions



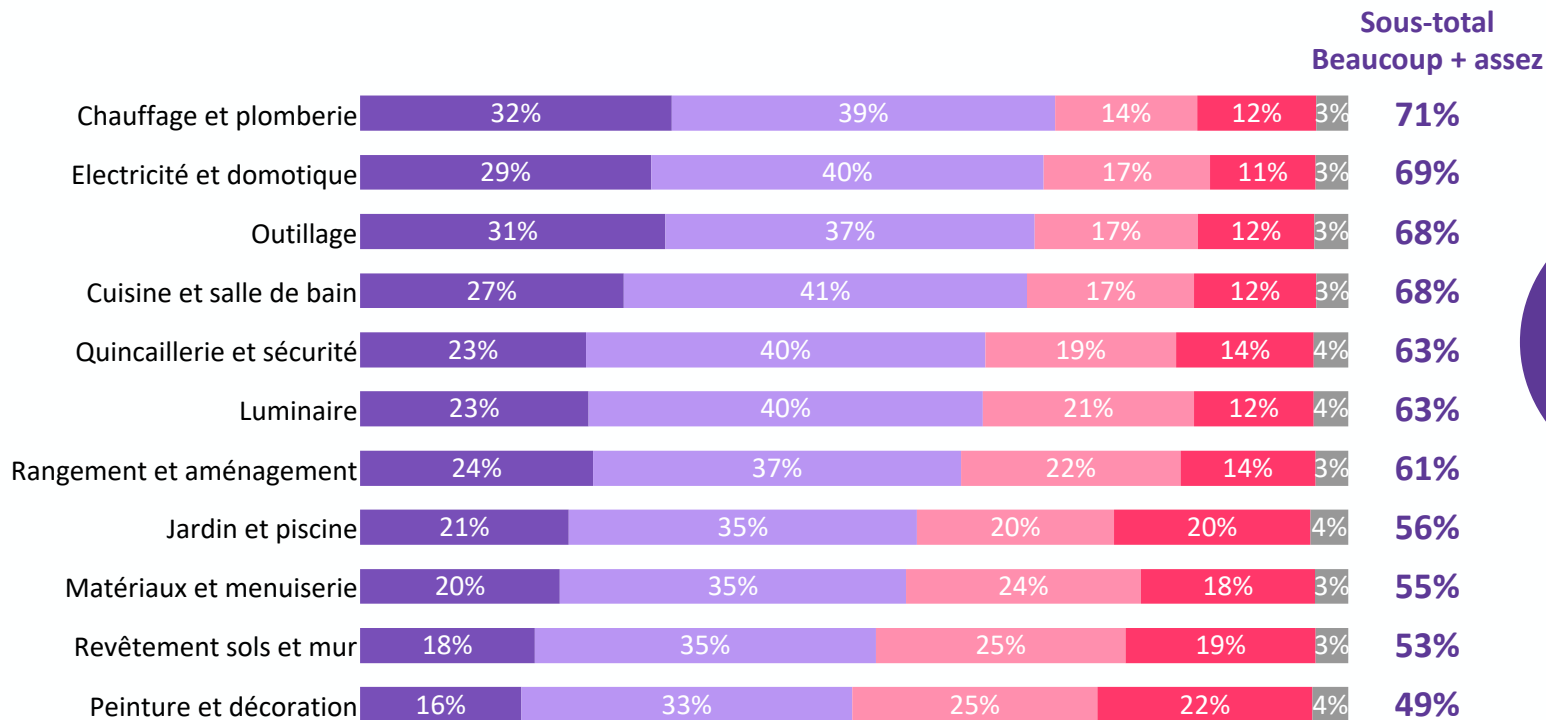
Q. Quelles sont les catégories de produits pour lesquelles vous souhaiteriez bénéficier de plus de promotions tout au long de l'année ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



L'impact sur l'achat des indications concernant la possibilité de réparer les produits

Q. Pour chaque catégorie de produit suivante, des indications relatives à la possibilité de réparer le produit (indice de réparabilité) seraient-elles susceptibles d'influencer votre achat ?



84%
sont beaucoup
ou assez
influencés par la
réparabilité



ALKEMICS

www.alkemics.com

Florence di Nicola

Marketing Director

+33 6 99 53 33 28

fdinicola@alkemics.com

20 rue Saint Georges

75009 Paris