

# **BRICOSCAN** *Carrelage*

**TRAVAUX DE CARRELAGE INITIÉS PAR LES PARTICULIERS**

**Bricolage et faire faire**

***Les produits achetés, les modes  
d'approvisionnement et lieux d'achat***

***La réalité du rapport des particuliers à internet  
dans le parcours client et le processus d'achat***

***La mesure des enjeux aujourd'hui représentés  
par les achats en ligne***

***Descriptif de l'étude***

***2018***



**DÉVELOPPEMENT  
CONSTRUCTION**

23 Avenue Louis Bréguet - Bât. A - 78140 Vélizy-Villacoublay - France

Tél : 01 30 67 65 25 - Fax : 01 39 46 06 17 - Email : [info@dev-construction.com](mailto:info@dev-construction.com)

Web : [www.developpement-construction.com](http://www.developpement-construction.com)

**BRICOSCAN Carrelage** s'inscrit dans le cadre du **Programme BRICOSCAN** qui a pour ambition d'analyser finement le profil, les comportements et attitudes des particuliers initiant chez eux des travaux de bâtiment-bricolage, qu'ils effectuent eux-mêmes ces travaux ou qu'ils les fassent faire.

Ce programme d'études se décline plus précisément en **12 études ciblées** chacune sur un groupe de produits.

Outre l'étude **BRICOSCAN Carrelage** ici présentée, le programme **BRICOSCAN** regroupe 11 autres études-produits :

- **BRICOSCAN Gros-œuvre/Maçonnerie**
- **BRICOSCAN Garage/Portail**
- **BRICOSCAN Menuiserie Intérieure**
- **BRICOSCAN Menuiserie Extérieure**
- **BRICOSCAN Cloisons/Plafonds**
- **BRICOSCAN Isolation**
- **BRICOSCAN Plomberie/Sanitaire**
- **BRICOSCAN Chauffage/Climatisation/Energie**
- **BRICOSCAN Peintures**
- **BRICOSCAN Revêtements de sols souples**
- **BRICOSCAN Electricité**

Il est prévu une tarification dégressive au titre d'une commande groupée de plusieurs études relevant du **Programme BRICOSCAN**. Les conditions de cette tarification sont précisées dans le bon de commande figurant en dernier page de ce dossier.

## LES PARTICULIERS : AU CŒUR DES STRATÉGIES DES DISTRIBUTEURS ET DES INDUSTRIELS

Les particuliers, qu'ils soient bricoleurs effectuant eux-mêmes la pose et/ou maîtres d'ouvrage faisant appel à des professionnels de la mise en œuvre, constituent désormais pour les distributeurs et industriels de la construction **une clientèle aussi stratégique que celles des entreprises artisanales.**

Connaître les enjeux que représente cette clientèle des particuliers dans les ventes de leurs produits, ses lieux d'achat et modes d'approvisionnement, la place désormais prise par internet dans la sélection et l'achat des produits, constitue aujourd'hui un impératif stratégique pour les distributeurs et les industriels.

### Un enjeu majeur pour les distributeurs

Au cœur des nouvelles stratégies « cross-canal » aujourd'hui déployées par les professionnels du bâtiment et du bricolage, les particuliers sont devenus un enjeu majeur à la fois pour les distributeurs « classiques » grand public et du commerce de gros, mais aussi pour tout un ensemble de nouveaux acteurs « pure-players » généralistes ou spécialisés, aujourd'hui actifs sur l'échiquier de la distribution via des places de marché.

### Une priorité stratégique pour les industriels

Les industriels, fabricants de produits de bâtiment et de bricolage, de leur côté, ont également tout intérêt à mieux connaître cette clientèle, destructrice finale de leurs produits, afin de mieux cerner ses besoins, ses critères de choix des produits et de sélection des marques, ses modes et lieux d'approvisionnement et d'achat, et d'anticiper ses attentes nouvelles.

**L'étude que nous lançons aujourd'hui** porte sur l'analyse des projets et travaux initiés par les particuliers, les processus de sélection des produits et d'achat privilégiés, l'importance aujourd'hui prise par internet dans leur parcours-client et la réalité des achats effectués via internet.

**Cette nouvelle étude de Développement Construction vise à vous apporter des réponses aux 4 questions essentielles suivantes :**

- **Quel est le profil des particuliers initiant chez eux des travaux de carrelage, de quelle nature sont leurs projets, quels sont les produits concernés ?**
- **Dans quelle proportion ont-ils recours à un professionnel pour leurs travaux, qui est à l'origine du choix/de l'achat des produits ?**
- **Quels sont les modes d'approvisionnement de ces particuliers et quels sont les lieux d'achat privilégiés ?**
- **Comment utilisent-ils l'outil internet et dans quelle proportion achètent-ils des produits en ligne et lesquels ?**

# Objectifs de l'étude

**Cette nouvelle étude de Développement Construction se fixe 3 grands objectifs :**

**1 - Déterminer la typologie des particuliers initiant des travaux de carrelage et analyser leurs comportements et attitudes selon qu'ils posent eux-mêmes les produits (marché du « bricolage ») ou qu'ils recourent à un professionnel (marché du « faire faire ») :**

- profil-type des particuliers initiant des travaux de carrelage et caractéristiques des logements donnant lieu à des projets de travaux
- projet de travaux à réaliser, importance et caractéristiques,
- sources d'information sur les produits, les marques
- critères de choix des produits et des marques
- processus d'identification et de sélection d'une entreprise de mise en œuvre dans le cas de l'option « faire faire » et critères de choix de l'entreprise devant assurer les travaux, place des nouvelles formules d'intermédiation du type Quotatis ou Homly You,

**2 - Identifier les modes et lieux d'approvisionnement des particuliers et entreprises le cas échéant associées, et décrire avec précision les parcours-client ainsi que le rôle joué par internet dans l'acte d'achat**

- lieux d'approvisionnement classiques : les grandes surfaces de bricolage, les chaînes de magasins spécialisés, les négoce, les négoce spécialisés
- achats à distance via internet auprès des sites de distributeurs classiques du type GSB et du type négoce généralistes ou spécialisés, sites de profil « pure player » généraliste ou spécialisé ;

### 3 – Mesurer la proportion des particuliers qui effectuent des achats de produits de carrelage via internet (achats en ligne) et cerner leur profil, leurs motivations

- proportion des particuliers achetant des produits de carrelage par internet
- types de produits le plus couramment achetés par internet,
- sites de vente à distance visités avant la décision d'achat,
- identification des sites sur lesquels les achats ont été effectivement réalisés en ressortant les sites relevant des distributeurs classiques GSB, des distributeurs classiques du négoce les sites des « pure players » spécialisés et généralistes organisés ou non en places de marché
- Perception par les particuliers des sites de ventes online qu'ils utilisent, leurs points forts/faibles, leurs attentes non satisfaites, les leviers d'amélioration des services offerts par ces sites,

## Méthodologie

Une investigation-terrain par enquête en ligne déployée auprès d'un panel représentatif constituant l'univers des particuliers ayant initié des travaux sur les 24 derniers mois ou prévoyant d'en faire dans les 6 prochains mois, avec une stratification selon leur catégorie socio-professionnelle et leur implantation géographique en France.

Cette investigation-terrain donnera lieu à environ 1 000 interviews en ligne.

## Nouvelle étude pour vous permettre d'optimiser votre stratégie marketing auprès des particuliers initiant des travaux de carrelage

### Profil des particuliers initiant les travaux

#### ▪ Tranche d'âge

- 18-24 ans
- 25-34 ans
- 35-44 ans
- 45-54 ans
- 55-64 ans
- 65 ans et plus

#### ▪ Catégorie socio-professionnelle

- Agriculteurs exploitants, artisans, commerçants
- Chefs d'entreprise/professions libérales, cadres ou professions intellectuelles supérieures
- Professions Intermédiaires
- Employés
- Ouvriers
- Retraités
- Demandeurs d'emploi
- Homme ou femme au foyer
- Etudiant/lycéen
- Autres

#### ▪ Situation familiale

- Marié ou vivant en couple
- Célibataire

#### ▪ Type d'occupants

- Propriétaire
- Locataire

#### ▪ Niveau de revenus

- Moins de 800 €/mois
- Entre 800 et 1 500 €/mois
- Entre 1 500 et 2 500 €/mois
- Entre 2 500 et 3 500 €/mois
- Entre 3 500 et 4 500 €/mois
- Entre 4 500 et 5 500 €/mois
- Entre 4 500 et 5 500 €/mois
- Entre 5 500 et 6 500 €/mois
- Entre 6 500 et 7 500 €/mois
- Plus de 7 500 €/mois
- Ne souhaite pas répondre

## Caractéristiques du chantier

### ▪ Résidence

- Principale
- Secondaire

### ▪ Type de logements

- Maison
- Appartement

### ▪ Produits posés

- Des carrelages sur murs intérieurs
- Des carrelages sur murs extérieurs
- Des carrelages sur sols intérieurs
- Des carrelages sur sols extérieurs
- Des revêtements pierreux
- Autres

### ▪ Type de carrelages

- Faïence
- Grès ou grès cérame
- Terre cuite
- Pierre (calcaire, granit, marbre,...)

### ▪ Lieu de pose des produits de carrelage

- Salle de bains
- Cuisine
- Séjour/Chambre
- Extérieur

### ▪ Motivations à l'origine de la décision de réaliser les travaux

- Achat du logement ou installation dans un nouveau logement
- Changement d'emploi, mutation
- Changement de la structure du ménage
- Retraite
- Etat de santé
- Economie d'énergie
- Améliorer le confort de l'habitation
- Valoriser le logement pour le vendre
- Autres

## Délégation du chantier à un professionnel

### ▪ Recours à un professionnel

- Oui
- Non

### ▪ Produits posés par un professionnel

- Des carrelages sur murs intérieurs
- Des carrelages sur murs extérieurs
- Des carrelages sur sols intérieurs
- Des carrelages sur sols extérieurs
- Des revêtements pierreux
- Autres

### ▪ Personne à l'origine de la sélection du produit

- Le particulier
- Un professionnel

### ▪ Raisons associées au recours à un professionnel

- Le souhait que les travaux soient faits rapidement
- Le manque de compétences personnelles
- Le conseil d'un revendeur
- Le manque d'outillage
- La marque que vous aviez choisie n'était accessible que par un professionnel
- L'absence d'intérêt personnel à faire ces travaux soi-même
- L'assurance d'avoir des travaux bien faits
- L'assurance d'avoir des produits de qualité
- La TVA à taux réduit
- Pouvoir avoir une garantie sur les travaux
- Bénéficier d'un avantage fiscal
- Autre

### ▪ Moyens utilisés pour être mis en relation avec un professionnel

- Le bouche à oreille
- Un site internet de mise en relation avec des professionnels (123 Devis, Keltravo, Quotatis,...)
- Des membres de votre entourage
- Les pages jaunes
- Publicité dans une boîte aux lettres
- Le conseil d'un revendeur/distributeur
- Par prospection directe des entreprises
- Autre

### ▪ Nombre de devis demandés



## Source d'informations et utilisation d'internet

### ■ Sources d'informations utilisées avant d'engager les travaux

- Internet
- La presse
- Les catalogues de fabricants
- Les visites de points de vente des distributeurs Grand Public du type Castorama, Leroy-Merlin, ...
- Les visites de salles d'exposition ou de show-rooms de grossistes/négociants
- Des demandes à l'entourage
- La télévision
- Une demande de conseil ou un devis à un artisan
- La radio
- Autre
- Aucune

### ■ Types d'informations recherchées sur internet

- Comparer les prix des produits / rechercher le meilleur tarif
- Choisir la marque des produits
- S'informer sur la façon de faire les travaux (tutoriels en ligne)
- S'informer sur l'utilisation des produits
- Consulter des forums pour avoir un retour d'expériences d'autres personnes faisant ce type de travaux
- Visiter les sites de fabricants
- Visiter les sites des distributeurs
- Poser des questions sur les produits sur les sites de fabricants ou des distributeurs
- Demander des devis
- Vérifier les stocks d'un produit
- Autres

### ■ Utilisation de sites de mise en relation entre particuliers

(Allovoisin, entreparticulier.com, Frizbiz, ...)

- Oui
- Non

### ■ Utilisation d'internet pour les échanges avec le professionnel

- Pour choisir les produits
- Pour négocier les prix
- Pour vérifier la compétence de l'entreprise de pose
- Pour choisir la marque des produits
- Autre

## Achat des produits

- **Types de produits de carrelage achetés et identification de l'acheteur (particulier ou professionnel)**
  - Des carrelages sur murs intérieurs
  - Des carrelages sur murs extérieurs
  - Des carrelages sur sols intérieurs
  - Des carrelages sur sols extérieurs
  - Des revêtements pierreux
  - Autres
- **Choix du canal de distribution des produits de carrelage**
  - Dans une grande surface de bricolage du type Leroy Merlin, Castorama, Mr. Bricolage, Bricorama, Brico Dépôt, Bricoman, ...
  - Dans un magasin de négoce en matériaux du type Tout Faire, Gédimat, Bigmat, Point. P, ...
  - Dans un magasin spécialisé en carrelage
  - Sur internet
  - Autre
- **Hésitation à acheter les produits sur internet**
  - Oui
  - Non
- **Raisons des hésitations de l'acte d'achat en ligne**
  - Vous vouliez voir ou toucher le produit
  - Vous n'avez pas complètement confiance en la sécurité de paiement
  - Vous n'étiez pas sûr de la garantie proposée
  - Vous n'aviez pas confiance en l'authenticité du produit et de ne pas acheter une copie
  - Vous vouliez négocier les prix
  - Vous vouliez pouvoir étaler les paiements
  - La livraison était chère
  - La livraison était trop longue
  - L'installateur vous a mis en garde contre l'achat en ligne
  - Vous craigniez d'avoir une livraison incomplète, non conforme à votre commande
  - Vous aviez un doute sur la qualité du service après-vente
  - Autre

## Critère de choix des produits/du lieu d'achat

### ■ Critère de choix des produits de carrelage

- La performance générale du produit
- La durabilité
- La facilité de pose
- La rapidité de pose
- Le caractère environnemental ou de développement durable
- Le fait que le produit soit en promotion
- La disponibilité
- La rapidité de livraison du distributeur
- La recommandation par d'autres personnes
- Le SAV
- Le fait que ce soit une marque
- Le prix
- Le rapport qualité/prix
- Le lieu où il est vendu
- Le marquage NF

### ■ Critère de choix du lieu d'achat des produits de carrelage

- La disponibilité des vendeurs
- La qualité de l'accueil, le relationnel
- Les délais de paiements
- Le niveau de prix
- L'étendue de la gamme
- La diversité des marques proposées
- Le SAV
- Le respect des délais de livraison
- La disponibilité des produits
- La présence d'un site Internet
- La possibilité d'acheter sur le site internet
- La compétence des vendeurs
- La proximité avec votre logement
- Les horaires d'ouverture

## Achats sur internet

### ■ Site d'achat

- Le site Internet d'une grande surface de bricolage (LEROY MERLIN, CASTORAMA ...)
- Le site Internet d'un négoce en matériaux (POINT. P, RESEAU PRO, SAMSE, VM, GEDIMAT, BIGMAT, TOUT FAIRE, ...)
- Mano Mano
- Outiz
- Batiwiz
- Bricozor
- Amazon
- Cdiscount
- LeGuide.com
- eBay
- Le bon coin
- Hudson reed
- Destock design
- Cherchons.com
- Eminza
- Vivastreet
- Cedecomania
- Mesmatériaux.com
- Monechelle.com
- Price minister
- Site de fabricant
- Autre

### ■ Type de produits achetés sur internet (y compris click & collect)

- Des carrelages sur murs intérieurs
- Des carrelages sur murs extérieurs
- Des carrelages sur sols intérieurs
- Des carrelages sur sols extérieurs
- Des revêtements pierreux
- Autres

### ■ Satisfaction/insatisfaction par rapport aux produits achetés

- Très satisfait
- Assez satisfait
- Pas très satisfait
- Pas du tout satisfait

### ■ Personne à l'origine du choix des produits

- Monsieur
- Madame
- Les deux

## ▪ Raisons des achats sur internet

- Prix des produits
- Eviter un déplacement
- Démarche est simple et rapide
- Pas de contraintes d'horaires d'ouverture
- Disponibilité des produits
- Qualité du service de livraison
- Rapidité de la livraison
- On ne trouve pas ces produits ailleurs
- Possibilité de commander 24h/24
- Diversité de l'offre (étendue de la gamme présentée et des produits proposés)
- Confort de pouvoir choisir chez soi
- Autres

## ▪ Utilisation du concept Click & Collect (achat sur internet et retrait en magasin)

- Oui
- Non

## Coût et financement des travaux

### ▪ Estimation du coût global de l'ensemble des travaux

### ▪ Moyen de financement des travaux

- Budget "courant" du ménage
- Epargne personnelle
- Crédit à la consommation
- Prêt bancaire

# MODALITÉS DE COMMANDE ET DE DIFFUSION

## **BRICOSCAN Carrelage**

est une étude approfondie de type multi-clients et de diffusion limitée.

Elle fera l'objet d'un **rapport confidentiel** et nominatif, fourni sous format pdf par e-mail.

## **Prix de vente**

Prix de l'étude : 3 500 € HT

La livraison d'exemplaires papier est possible sur demande au prix de 200 € HT chaque rapport.

## **Modalités de commande**

Pour passer commande de cette étude, il convient de retourner à Développement Construction le contrat ci-après sur lequel devront être portés les noms et fonctions de l'acquéreur et des destinataires des rapports papier éventuellement commandés.

Ce contrat, qui porte engagement de l'acquéreur sur le respect des clauses de confidentialité-exclusivité, nous est nécessaire pour enregistrer votre commande.

**Le programme BRICOSCAN se décline en 12 études ciblées** chacune sur un groupe de produits, dont **BRICOSCAN Carrelage**.

Il est prévu une tarification dégressive au titre d'une commande groupée de plusieurs études relevant du *Programme BRICOSCAN*. Les conditions de cette tarification sont précisées dans le bon de commande page suivante.

## **Clause de confidentialité-exclusivité**

### **BRICOSCAN Carrelage**

est une étude réservée à l'usage exclusif des sociétés qui s'en portent acquéreur.

De caractère strictement confidentiel, le rapport nominatif et son support informatique ne pourront être communiqués, même partiellement, à toute personne extérieure à la société ayant acquis l'étude. **Cette clause de confidentialité-exclusivité vaut également vis-à-vis d'autres sociétés filiales du même groupe ou relevant d'un même groupement, club, syndicat ou association d'industriels et/ou de professionnels du bâtiment.**

L'acquéreur s'engage, lors de la commande, à respecter et faire respecter cette clause et à réserver à l'usage exclusif de sa société l'exploitation de l'étude et de son support informatique.

Toute représentation, reproduction et diffusion, même partielle, sur tout support (y compris Internet) par tous procédés, notamment par procédés photomécaniques (photocopie, microscopie, ...) ainsi que tout enregistrement par systèmes de traitement de données à des fins professionnelles ou privées sont interdits et leurs auteurs pourront être poursuivis en justice.

**A ce stade du lancement,  
son achèvement est programmé  
pour fin juin 2018**



## Acquéreur


M..... Fonction .....

Société ..... Téléphone ..... Fax .....

Adresse .....

E-mail .....

## Désignation et montant de la commande

| Cocher la ou les études commandées  | 12 études  | Montant HT    |
|---|--|---------------|
|  <b>Prix par étude : 3 500 € HT</b> | Livraison des rapports d'étude par e-mail sous format pdf (*)          |               |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de gros œuvre-maçonnerie</i>           | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de garage-portail</i>                  | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de menuiserie intérieure</i>           | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de menuiserie extérieure</i>           | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de cloisons-plafonds</i>               | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits d'isolation</i>                        | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de plomberie-sanitaire</i>             | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de chauffage-climatisation-énergie</i> | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de peinture</i>                        | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de revêtements de sols souples</i>     | ..... € HT    |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits de carrelage</i>                       | 3 500,00 € HT |
| <input type="checkbox"/>  | <b>Bricoscan</b><br><i>Produits d'électricité</i>                      | ..... € HT    |
| <b>Montant total</b>  |  | ..... € HT    |

Remise de 15 % sur 2<sup>ème</sup> étude commandée,  
remise de 25 % sur 3<sup>ème</sup> étude et au-delà.

(\*) La livraison d'exemplaires papier des rapports commandés est possible sur demande. Prix : 200 € HT chaque rapport.

## Règlement

- Par chèque joint (facture de régularisation adressée par retour de courrier)
- A réception de facture

## Important

Les études du programme **Bricoscan** de caractère strictement confidentiel, ne pourront être communiquées, même partiellement. Je déclare avoir pris connaissance des clauses de confidentialité-exclusivité présentées au dos de ce contrat et m'engage vis-à-vis de DÉVELOPPEMENT CONSTRUCTION à en accepter pleinement les conditions.

Cachet de la société

Date et signature



DÉVELOPPEMENT  
CONSTRUCTION

23 Avenue Louis Bréguet – 78140 Vélizy-Villacoublay  
Tél : 01 30 67 65 25- Fax : 01 39 46 06 17- info@dev-construction.com  
www.developpement-construction.com

#### Destinataires des études commandées

| Etude   | Destinataire | Fonction |
|---------|--------------|----------|
| Etude : | M.           |          |
| Etude : | M.           |          |
| Etude : | M.           |          |
| Etude : | M.           |          |

#### Clauses de confidentialité-exclusivité

Les études du programme **Bricoscan** sont des **études réservées à l'usage exclusif des sociétés qui s'en portent acquéreur.**

La loi du 11 mars 1957 révisée en 1985, n'autorisant aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article 41, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa 1er de l'article 40).

De caractère strictement confidentiel, le rapport sous format pdf ou support papier de chaque étude issue du programme d'études **Bricoscan** ne peut donc être communiqué, même partiellement, sans un accord préalable de DÉVELOPPEMENT CONSTRUCTION, à toute personne extérieure à la société ayant acquis l'étude.

**Cette clause de confidentialité-exclusivité vaut également vis-à-vis d'autres sociétés filiales du même groupe ou relevant d'un même groupement, club, syndicat ou association d'industriels et/ou de professionnels du bâtiment.**

Toute représentation, reproduction ou diffusion par quelque moyen que ce soit (reprographie, photocopie, enregistrement informatique, ... y compris via Internet) d'une étude du programme **Bricoscan** constituerait une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code Pénal qui prévoit à l'encontre des contrefacteurs des amendes ainsi que des peines d'emprisonnement.

L'acquéreur d'une ou plusieurs études du programme **Bricoscan** est engagé contractuellement à respecter et faire respecter ces clauses de confidentialité et à réserver à l'usage exclusif de sa société l'exploitation de chaque étude. En conséquence, il s'interdit toute forme de vente, de commercialisation ou de cession, même gratuite, à des tiers de chacune de ces études.

L'utilisation abusive de tout ouvrage du programme **Bricoscan** expose en conséquence ses auteurs à des poursuites judiciaires.