

“opinionway

ALKEMICS

Les Français et l'univers du bricolage

Mars 2021

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

Les Français bricolent plus qu'avant, avec aujourd'hui près de la moitié des Français qui sont des bricoleurs réguliers

1. 27% bricolent plus qu'avant les confinements
2. 44% bricolent au moins une fois par mois
3. 1/3 achètent des produits de bricolage au moins une fois par mois
4. Ils dépensent en moyenne 681 € par an et privilégient à 70% les magasins spécialisés

83% se renseignent avant achat, que ce soit en ligne ou en magasin, et la description du produit figure dans le TOP 3 des infos recherchées

1. 51% se renseignent sur les sites e-commerce avant d'acheter
2. 45% se renseignent en magasin avant d'acheter

3. Les informations recherchées sont en priorité : le prix, la disponibilité du stock et la description du produit

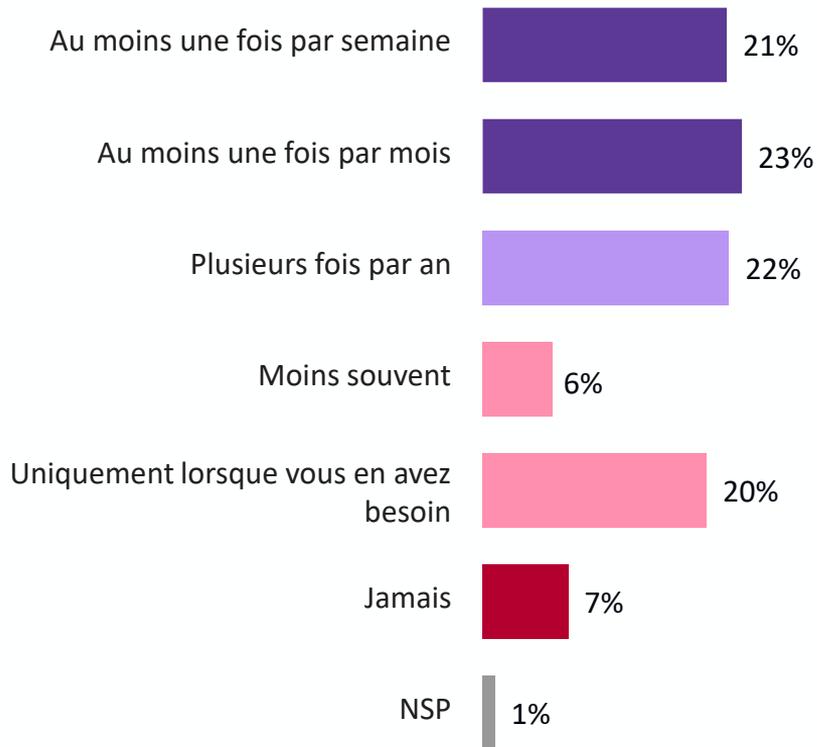
Des achats influencés par le prix, les promotions, la qualité, mais également par des critères liés aux nouvelles tendances de consommation, tels que la réparabilité, l'impact environnemental ou encore l'origine des produits

1. Les critères privilégiés lors de l'achat sont le prix, la qualité et la disponibilité du stock
2. 84% sont attentifs aux promotions lors de l'achat
3. 84% sont influencés par la réparabilité du produit avant d'acheter
4. 18% privilégient l'origine du produit et 17% l'impact environnemental



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. A quelle fréquence bricolez-vous ?



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Sous-Total Au moins une fois par an	66%	72%	59%	56%	73%	71%	67%	59%	72%	69%	60%
Sous-Total Au moins une fois par mois	44%	52%	36%	38%	46%	45%	45%	43%	50%	43%	42%
...Au moins une fois par semaine	21%	27%	16%	21%	15%	20%	23%	25%	22%	20%	23%
...Au moins une fois par mois	23%	25%	20%	17%	31%	25%	22%	18%	28%	23%	19%
...Plusieurs fois par an	22%	20%	23%	18%	27%	26%	22%	16%	22%	26%	18%
Sous total une fois par an ou moins souvent	26%	21%	30%	35%	19%	21%	26%	30%	20%	25%	30%
...Moins souvent	6%	5%	7%	13%	5%	4%	6%	5%	5%	8%	6%
...Uniquement lorsque vous en avez besoin	20%	16%	23%	22%	14%	17%	20%	25%	15%	17%	24%
Jamais	7%	5%	10%	6%	8%	7%	7%	9%	7%	5%	9%



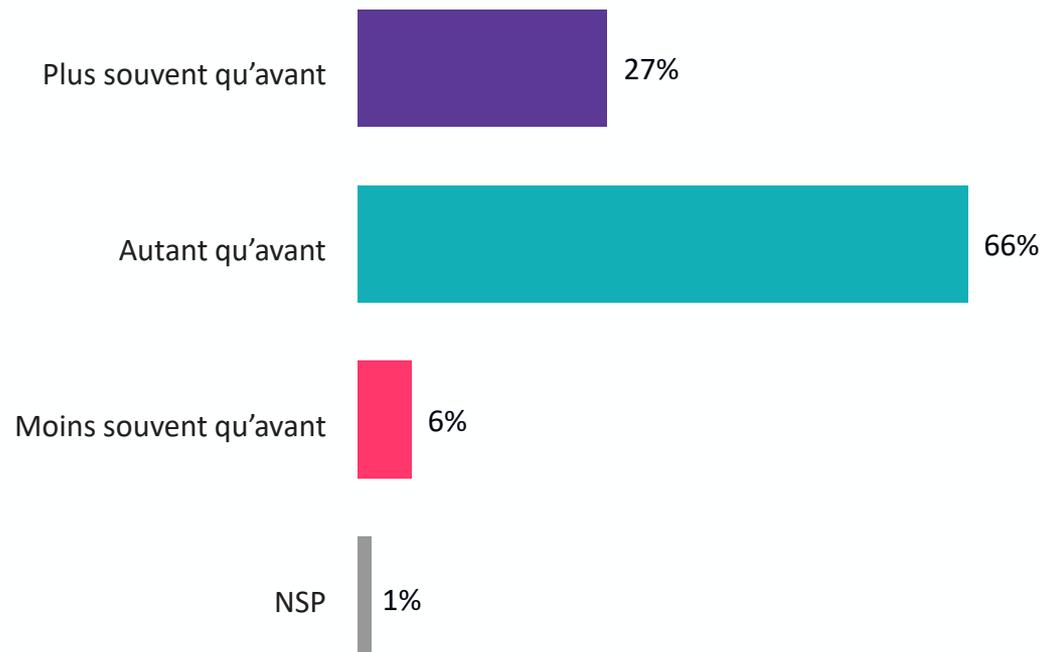
Q. A quelle fréquence bricolez-vous ?



	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Sous-Total Au moins une fois par an	66%	59%	68%	65%	72%	67%	72%	71%	58%	67%	54%
Sous-Total Au moins une fois par mois	44%	38%	47%	42%	55%	43%	49%	49%	39%	45%	34%
...Au moins une fois par semaine	21%	11%	23%	24%	29%	22%	29%	26%	17%	21%	9%
...Au moins une fois par mois	23%	27%	24%	18%	26%	21%	20%	23%	22%	24%	25%
...Plusieurs fois par an	22%	21%	21%	23%	17%	24%	23%	22%	19%	22%	20%
Sous total une fois par an ou moins souvent	26%	30%	24%	27%	22%	23%	23%	24%	33%	22%	34%
...Moins souvent	6%	6%	6%	6%	8%	5%	7%	4%	5%	7%	7%
...Uniquement lorsque vous en avez besoin	20%	24%	18%	21%	14%	18%	16%	20%	28%	15%	27%
Jamais	7%	9%	7%	7%	6%	8%	4%	4%	8%	11%	10%



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



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



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Plus souvent qu'avant	27%	23%	31%	42%	37%	34%	21%	13%	35%	28%	21%
Autant qu'avant	66%	69%	62%	43%	56%	59%	75%	79%	57%	67%	71%
Moins souvent qu'avant	6%	6%	6%	11%	4%	6%	4%	7%	6%	4%	7%



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



	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Plus souvent qu'avant	27%	28%	24%	26%	29%	30%	25%	31%	22%	28%	28%
Autant qu'avant	66%	63%	71%	68%	63%	62%	70%	65%	63%	66%	62%
Moins souvent qu'avant	6%	5%	4%	6%	7%	7%	4%	4%	14%	5%	5%



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



	Bricolent...			
	% Total	Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils en ont besoin ou jamais
Plus souvent qu'avant	27%	44%	21%	7%
Autant qu'avant	66%	52%	72%	83%
Moins souvent qu'avant	6%	3%	5%	9%



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



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

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Se renseigne avant un nouveau projet	83%	79%	86%	86%	83%	86%	83%	78%	87%	85%	79%
...Vous vous renseignez auprès de vos proches, amis, famille	43%	40%	45%	30%	45%	48%	45%	38%	41%	50%	37%
...Vous demandez conseil directement dans les magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	30%	31%	29%	24%	23%	35%	33%	30%	32%	28%	31%
...Vous consultez les conseils sur les sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodepot.fr, bricomarche.fr, ...)	30%	32%	28%	24%	25%	32%	34%	29%	32%	28%	30%
...Vous consultez des sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	21%	21%	21%	14%	27%	24%	24%	15%	29%	21%	17%
...Vous demandez conseil directement en rayon bricolage des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	15%	15%	15%	22%	17%	12%	16%	12%	16%	17%	13%
...Vous consultez les avis sur les blogs spécialisés	13%	12%	14%	20%	13%	17%	14%	4%	19%	13%	8%
...Vous consultez les avis sur les réseaux sociaux	9%	4%	13%	13%	17%	13%	4%	2%	12%	10%	6%
...Vous consultez des magazines, journaux spécialisés	8%	7%	9%	7%	9%	7%	7%	9%	10%	5%	9%
...Vous demandez conseil à des professionnels artisans	7%	9%	6%	7%	7%	8%	8%	7%	11%	6%	6%
...Vous vous renseignez d'une autre manière	2%	2%	1%	2%	-	1%	-	5%	1%	1%	3%
Vous ne vous renseignez pas au préalable	15%	18%	12%	9%	14%	12%	15%	21%	11%	12%	19%

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

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-Ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Se renseigne avant un nouveau projet	83%	82%	80%	87%	80%	85%	83%	81%	87%	83%	82%
...Vous vous renseignez auprès de vos proches, amis, famille	43%	40%	41%	45%	44%	44%	43%	45%	39%	45%	39%
...Vous demandez conseil directement dans les magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	30%	33%	30%	27%	29%	31%	25%	30%	31%	31%	35%
...Vous consultez les conseils sur les sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodepot.fr, bricomarche.fr, ...)	30%	34%	28%	30%	24%	31%	29%	29%	28%	29%	34%
...Vous consultez des sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	21%	23%	19%	22%	17%	24%	24%	21%	18%	21%	22%
...Vous demandez conseil directement en rayon bricolage des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	15%	12%	16%	17%	14%	14%	18%	12%	15%	16%	10%
...Vous consultez les avis sur les blogs spécialisés	13%	17%	9%	15%	9%	14%	10%	13%	10%	13%	18%
...Vous consultez les avis sur les réseaux sociaux	9%	9%	6%	11%	7%	9%	8%	9%	11%	8%	8%
...Vous consultez des magazines, journaux spécialisés	8%	11%	7%	8%	5%	7%	7%	8%	8%	6%	11%
...Vous demandez conseil à des professionnels artisans	7%	10%	8%	5%	9%	7%	6%	9%	5%	8%	9%
...Vous vous renseignez d'une autre manière	2%	1%	2%	2%	2%	3%	1%	2%	4%	2%	1%
Vous ne vous renseignez pas au préalable	15%	15%	17%	13%	17%	14%	15%	15%	13%	16%	15%

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

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils en ont besoin ou jamais
Se renseignent avant un nouveau projet	83%	88%	89%	80%
...Vous vous renseignez auprès de vos proches, amis, famille	43%	43%	49%	41%
...Vous demandez conseil directement dans les magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	30%	34%	32%	26%
...Vous consultez les conseils sur les sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodépot.fr, bricomarche.fr, ...)	30%	39%	28%	21%
...Vous consultez des sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	21%	27%	23%	13%
...Vous demandez conseil directement en rayon bricolage des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	15%	17%	16%	10%
...Vous consultez les avis sur les blogs spécialisés	13%	18%	11%	6%
...Vous consultez les avis sur les réseaux sociaux	9%	11%	11%	3%
...Vous consultez des magazines, journaux spécialisés	8%	11%	6%	6%
...Vous demandez conseil à des professionnels artisans	7%	10%	5%	4%
...Vous vous renseignez d'une autre manière	2%	1%	1%	2%
Vous ne vous renseignez pas au préalable	15%	10%	9%	19%

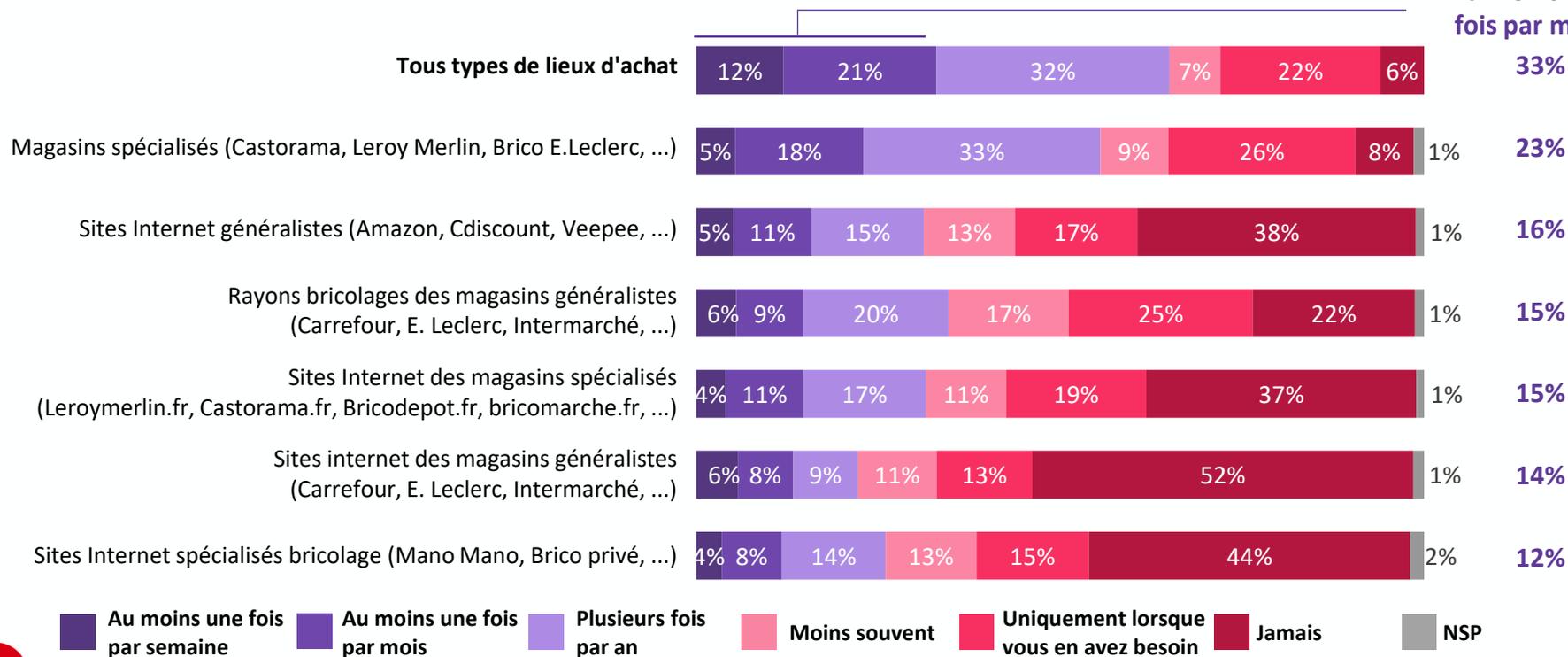
2. Les lieux d'achats de produits de bricolage et les montants dépensés

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 ?



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
 NSP



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 ?



	% au moins une fois par mois	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Tous types de lieux d'achat	33%	32%	35%	52%	41%	38%	26%	25%	39%	33%	31%
Magasins spécialisés	23%	25%	22%	29%	20%	27%	20%	22%	29%	21%	21%
Sites Internet généralistes	16%	13%	18%	31%	25%	23%	8%	4%	22%	17%	11%
Rayons bricolages des magasins généralistes	15%	13%	17%	24%	18%	22%	10%	6%	20%	16%	10%
Sites Internet des magasins spécialisés	15%	13%	17%	27%	22%	21%	10%	3%	19%	18%	10%
Sites internet des magasins généralistes	14%	9%	18%	29%	18%	22%	5%	3%	17%	16%	9%
Sites Internet spécialisés bricolage	12%	11%	12%	20%	21%	19%	5%	2%	17%	15%	6%



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 ?



	% au moins une fois par mois	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Tous types de lieux d'achat	33%	31%	33%	35%	40%	33%	36%	37%	31%	34%	29%
Magasins spécialisés	23%	22%	21%	24%	27%	24%	24%	23%	25%	22%	19%
Sites Internet généralistes	16%	17%	16%	19%	15%	13%	14%	15%	14%	19%	15%
Rayons bricolages des magasins généralistes	15%	14%	17%	16%	17%	12%	16%	20%	11%	15%	10%
Sites Internet des magasins spécialisés	15%	16%	13%	17%	15%	14%	15%	17%	11%	15%	14%
Sites internet des magasins généralistes	14%	17%	11%	17%	10%	11%	13%	13%	14%	13%	15%
Sites Internet spécialisés bricolage	12%	14%	9%	16%	10%	8%	9%	13%	11%	12%	14%



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 ?

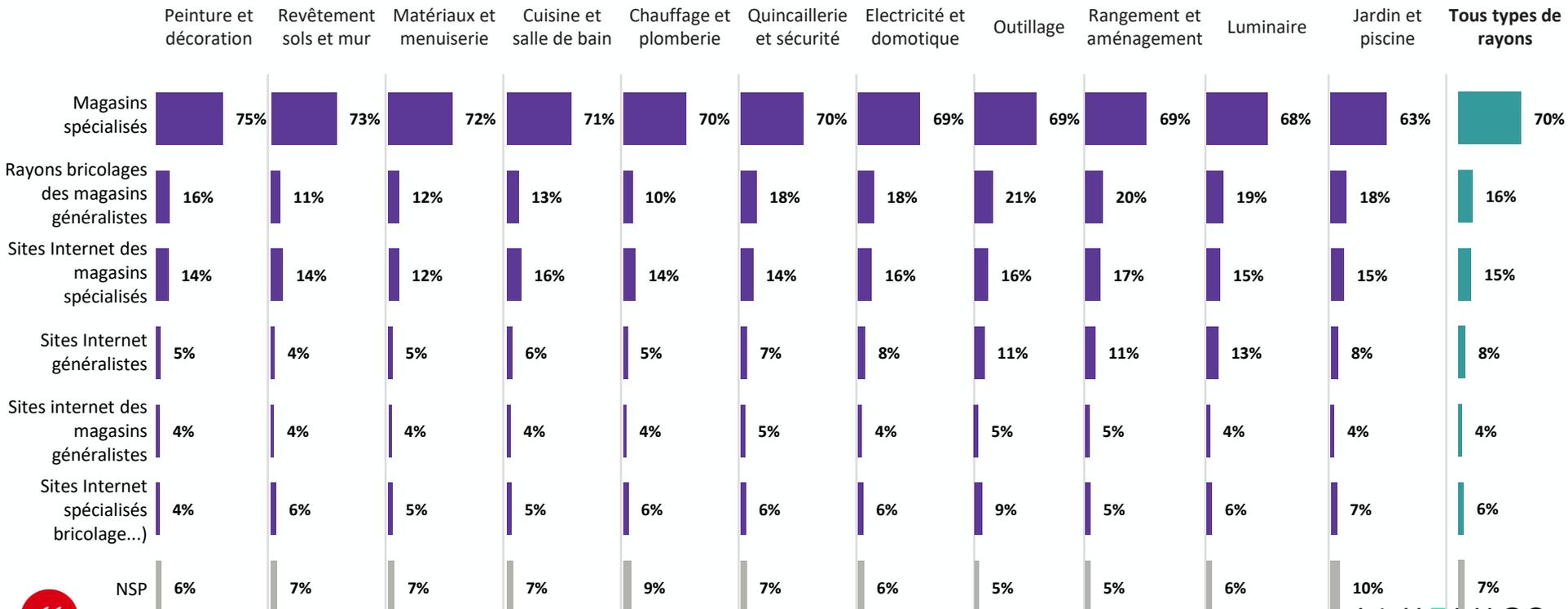


	% au moins une fois par mois	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils en ont besoin ou jamais
Tous types de lieux d'achat	33%	56%	22%	13%
Magasins spécialisés	23%	39%	14%	7%
Sites Internet généralistes	16%	26%	11%	5%
Rayons bricolages des magasins généralistes	15%	28%	7%	3%
Sites Internet des magasins spécialisés	15%	25%	10%	5%
Sites internet des magasins généralistes	14%	22%	9%	6%
Sites Internet spécialisés bricolage	12%	23%	4%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Peinture et décoration	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	75%	76%	74%	42%	55%	77%	87%	86%	70%	70%	81%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	16%	14%	17%	25%	14%	18%	14%	12%	17%	16%	15%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	16%	12%	15%	26%	13%	13%	8%	17%	15%	11%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	5%	5%	6%	11%	10%	4%	5%	1%	7%	6%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	3%	5%	10%	9%	4%	4%	0%	6%	5%	3%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	4%	4%	4%	7%	9%	3%	3%	2%	6%	4%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Peinture et décoration	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	75%	75%	75%	75%	70%	76%	78%	77%	76%	71%	74%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	16%	20%	17%	18%	15%	10%	15%	17%	15%	14%	20%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	13%	15%	13%	10%	16%	12%	20%	11%	14%	12%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	5%	6%	6%	5%	4%	5%	5%	5%	5%	5%	7%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	6%	2%	7%	5%	3%	4%	3%	6%	4%	6%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	4%	4%	4%	4%	3%	6%	4%	3%	5%	5%	4%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Bricolent...

Peinture et décoration	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	75%	72%	79%	82%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	16%	18%	15%	12%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	19%	12%	7%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	5%	6%	6%	3%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	5%	7%	2%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	4%	4%	5%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Revêtement sols et mur	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	73%	73%	73%	47%	52%	74%	84%	86%	67%	70%	80%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	16%	12%	14%	17%	16%	14%	8%	15%	16%	11%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	11%	11%	10%	20%	15%	14%	6%	5%	15%	11%	8%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	5%	7%	17%	10%	4%	4%	2%	6%	7%	5%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	4%	5%	4%	8%	9%	4%	4%	1%	6%	5%	3%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	3%	4%	3%	12%	4%	1%	1%	8%	3%	1%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Revêtement sols et mur	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	73%	74%	72%	73%	78%	72%	80%	71%	74%	69%	73%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodepot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	14%	12%	11%	14%	16%	13%	18%	8%	14%	14%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	11%	15%	10%	14%	8%	7%	12%	7%	10%	10%	16%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	2%	6%	7%	5%	7%	5%	9%	3%	7%	3%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	4%	4%	6%	2%	3%	6%	5%	5%	3%	3%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	7%	2%	5%	3%	2%	3%	2%	4%	3%	6%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Bricolent...

Revêtement sols et mur	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	73%	73%	75%	78%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodépot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	18%	13%	9%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	11%	12%	11%	11%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	7%	6%	2%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	4%	5%	4%	1%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	6%	3%	1%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Matériaux et menuiserie	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	72%	73%	70%	42%	48%	71%	85%	85%	67%	65%	80%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	12%	11%	13%	24%	18%	16%	8%	4%	19%	14%	7%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	12%	14%	10%	13%	22%	10%	10%	8%	12%	14%	10%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	5%	4%	6%	15%	11%	5%	2%	2%	6%	7%	3%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	5%	5%	5%	7%	10%	4%	4%	2%	6%	6%	3%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	3%	4%	5%	8%	6%	1%	1%	6%	3%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Matériaux et menuiserie	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	72%	72%	69%	70%	74%	75%	78%	71%	68%	69%	71%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	12%	15%	14%	14%	16%	6%	12%	8%	17%	11%	17%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	12%	10%	14%	11%	8%	13%	12%	17%	9%	11%	10%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	5%	5%	6%	6%	1%	6%	5%	4%	6%	5%	5%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	5%	6%	4%	5%	1%	6%	4%	6%	3%	4%	6%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	5%	2%	6%	2%	3%	2%	5%	2%	5%	5%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Matériaux et menuiserie	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	72%	68%	76%	78%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	12%	16%	11%	10%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	12%	16%	12%	5%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	5%	6%	5%	3%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	5%	5%	6%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	5%	2%	3%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Cuisine et salle de bain	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	71%	73%	70%	41%	50%	71%	85%	84%	69%	65%	78%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	16%	16%	16%	21%	24%	17%	13%	11%	15%	20%	13%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	13%	12%	13%	21%	17%	16%	10%	6%	18%	10%	10%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	6%	6%	6%	8%	11%	5%	6%	3%	7%	6%	6%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	5%	4%	6%	10%	10%	5%	4%	1%	8%	5%	3%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	4%	3%	7%	12%	4%	1%	1%	6%	5%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Cuisine et salle de bain	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	71%	72%	70%	71%	76%	70%	78%	70%	70%	68%	71%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	16%	17%	16%	17%	12%	16%	15%	20%	11%	15%	18%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	13%	12%	16%	14%	12%	10%	12%	10%	16%	14%	13%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	6%	6%	5%	7%	4%	6%	7%	6%	4%	6%	7%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	5%	5%	5%	6%	3%	6%	6%	5%	5%	5%	5%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	7%	2%	3%	1%	5%	1%	4%	5%	3%	7%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Cuisine et salle de bain	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	71%	70%	74%	77%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	16%	21%	14%	11%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	13%	13%	14%	12%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	6%	7%	6%	3%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	5%	4%	7%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	7%	3%	1%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Chauffage et plomberie

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	70%	73%	68%	41%	50%	69%	84%	83%	66%	64%	78%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	15%	12%	19%	21%	15%	10%	9%	15%	16%	10%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	10%	9%	11%	16%	12%	14%	7%	6%	13%	12%	8%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	5%	7%	14%	10%	4%	3%	3%	5%	7%	5%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	5%	5%	4%	7%	9%	3%	5%	2%	5%	6%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	3%	4%	9%	8%	5%	1%	1%	6%	4%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Chauffage et plomberie

	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	70%	70%	69%	70%	75%	70%	79%	68%	66%	68%	68%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	13%	13%	14%	12%	15%	10%	21%	9%	14%	13%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	10%	11%	11%	11%	8%	10%	10%	7%	10%	11%	12%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	5%	7%	4%	4%	8%	4%	8%	6%	5%	5%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	5%	4%	3%	6%	2%	7%	5%	6%	3%	4%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	7%	2%	4%	1%	4%	3%	3%	2%	3%	8%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Chauffage et plomberie	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	70%	68%	73%	77%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodepot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	19%	10%	9%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	10%	12%	9%	9%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	6%	6%	4%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	5%	5%	5%	2%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	5%	4%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Quincaillerie et sécurité	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	70%	73%	68%	41%	49%	71%	82%	83%	67%	62%	79%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	18%	16%	19%	26%	18%	22%	18%	10%	21%	18%	16%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	15%	12%	17%	26%	15%	10%	8%	15%	17%	11%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	7%	9%	6%	5%	10%	7%	7%	7%	9%	7%	6%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	5%	7%	13%	11%	5%	5%	2%	8%	8%	3%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	5%	6%	5%	6%	16%	5%	1%	2%	9%	4%	3%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Quincaillerie et sécurité

	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	70%	70%	68%	69%	73%	72%	78%	70%	64%	69%	67%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	18%	19%	21%	19%	17%	15%	19%	15%	20%	18%	19%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	17%	13%	14%	9%	14%	12%	18%	12%	12%	18%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	7%	9%	6%	8%	3%	8%	9%	6%	5%	6%	8%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	6%	6%	7%	2%	7%	7%	5%	4%	7%	6%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	5%	7%	5%	5%	4%	4%	1%	5%	10%	5%	7%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Quincaillerie et sécurité	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	70%	69%	72%	75%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	18%	22%	17%	15%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	14%	19%	12%	7%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	7%	9%	7%	5%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	6%	6%	3%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	5%	7%	3%	3%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Electricité et domotique	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	69%	72%	67%	41%	44%	70%	81%	84%	66%	63%	76%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	18%	19%	17%	17%	22%	18%	17%	16%	19%	17%	17%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	16%	19%	12%	16%	24%	15%	15%	12%	18%	16%	13%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	8%	10%	6%	12%	11%	7%	8%	6%	9%	8%	8%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	6%	6%	10%	11%	4%	4%	3%	8%	6%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	4%	5%	8%	7%	7%	1%	3%	6%	5%	4%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Electricité et domotique	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	69%	68%	68%	69%	71%	71%	77%	72%	67%	65%	66%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	18%	21%	20%	18%	12%	15%	15%	17%	21%	16%	22%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	16%	19%	13%	16%	14%	15%	18%	17%	9%	14%	20%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	8%	9%	9%	6%	5%	9%	8%	7%	9%	7%	10%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	5%	5%	7%	2%	7%	5%	6%	6%	5%	6%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	6%	3%	4%	4%	5%	2%	5%	5%	5%	5%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Bricolent...

Electricité et domotique

% Total

Au moins une fois par mois

Moins souvent

Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais

Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)

69%

65%

72%

78%

Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)

18%

19%

16%

19%

Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)

16%

21%

14%

9%

Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)

8%

10%

7%

4%

Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)

6%

7%

5%

3%

Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)

4%

5%

5%

2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Outillage	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	69%	72%	67%	47%	46%	70%	82%	80%	64%	64%	76%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	21%	19%	22%	26%	21%	24%	19%	16%	24%	21%	18%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	16%	17%	14%	13%	26%	16%	16%	10%	18%	18%	12%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	11%	15%	8%	10%	13%	9%	12%	13%	11%	13%	11%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	9%	11%	7%	10%	15%	7%	10%	7%	13%	9%	6%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	5%	4%	5%	7%	13%	5%	1%	2%	8%	5%	3%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Outillage	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	69%	68%	70%	66%	64%	75%	73%	71%	67%	69%	66%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	21%	24%	20%	22%	21%	17%	19%	16%	25%	20%	26%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	16%	15%	15%	16%	12%	17%	18%	20%	10%	14%	15%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	11%	12%	9%	14%	12%	11%	14%	15%	10%	9%	10%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	9%	7%	8%	13%	7%	7%	11%	12%	9%	6%	8%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	5%	6%	4%	5%	3%	4%	3%	4%	5%	5%	5%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Outillage	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	69%	68%	71%	76%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	21%	20%	22%	22%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	16%	21%	14%	9%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	11%	14%	12%	6%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	9%	12%	8%	5%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	5%	6%	4%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Rangement et aménagement	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	69%	72%	66%	42%	50%	70%	78%	80%	69%	62%	74%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	20%	17%	22%	32%	20%	25%	18%	11%	20%	22%	17%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	17%	17%	17%	16%	23%	19%	16%	11%	20%	18%	13%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	11%	9%	13%	16%	18%	13%	10%	4%	12%	14%	9%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	5%	5%	6%	9%	11%	4%	5%	2%	6%	6%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	5%	4%	6%	9%	11%	3%	2%	2%	6%	4%	4%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Rangement et aménagement	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	69%	73%	68%	65%	68%	69%	69%	67%	63%	69%	74%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	20%	16%	22%	21%	19%	20%	21%	16%	22%	22%	16%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	17%	18%	15%	15%	13%	21%	15%	21%	14%	16%	17%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	11%	14%	11%	12%	6%	11%	10%	13%	6%	12%	14%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	5%	1%	5%	9%	4%	6%	9%	7%	4%	5%	2%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	5%	7%	4%	5%	1%	4%	4%	7%	4%	3%	7%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Rangement et aménagement	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	69%	69%	68%	75%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	20%	22%	22%	17%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	17%	20%	16%	12%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	11%	12%	14%	6%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	5%	6%	6%	3%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	5%	5%	5%	3%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Luminaire	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	68%	71%	66%	48%	51%	67%	77%	80%	65%	63%	74%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	19%	18%	20%	18%	19%	25%	20%	13%	23%	19%	17%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	15%	16%	15%	19%	19%	18%	16%	9%	19%	15%	13%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	13%	13%	13%	14%	18%	14%	13%	9%	13%	19%	10%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	7%	5%	8%	11%	6%	5%	4%	9%	7%	3%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	5%	4%	6%	6%	6%	2%	2%	5%	7%	3%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Luminaire	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	68%	67%	66%	67%	74%	69%	72%	67%	70%	66%	67%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	19%	24%	21%	17%	16%	17%	18%	15%	22%	18%	26%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	15%	14%	15%	13%	15%	19%	17%	19%	13%	15%	11%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	13%	18%	12%	11%	10%	13%	14%	15%	10%	10%	19%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	4%	6%	9%	3%	7%	9%	5%	5%	6%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	8%	3%	4%	3%	3%	1%	6%	3%	5%	7%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Luminaire	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	68%	67%	70%	73%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	19%	22%	18%	17%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	15%	19%	14%	10%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	13%	14%	16%	11%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	8%	6%	2%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	7%	3%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Jardin et piscine	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	63%	65%	61%	42%	42%	62%	75%	74%	59%	59%	69%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	18%	15%	21%	21%	25%	22%	17%	9%	19%	18%	16%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	15%	15%	15%	19%	27%	15%	13%	7%	19%	16%	11%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	8%	8%	9%	7%	15%	9%	6%	7%	8%	10%	8%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	7%	6%	8%	12%	9%	6%	6%	6%	8%	8%	6%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	4%	4%	7%	9%	6%	1%	1%	6%	5%	2%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Jardin et piscine	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	63%	60%	63%	63%	64%	65%	72%	60%	58%	62%	58%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	18%	19%	20%	23%	14%	13%	18%	16%	21%	18%	18%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	15%	15%	14%	12%	16%	17%	17%	16%	12%	13%	15%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	8%	7%	9%	11%	3%	9%	10%	16%	6%	5%	7%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	7%	4%	8%	9%	4%	8%	6%	10%	8%	7%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	7%	3%	4%	1%	4%	1%	6%	4%	4%	7%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Jardin et piscine	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	63%	62%	61%	70%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	18%	20%	18%	16%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodépot.fr, bricomarche.fr, ...)	15%	19%	13%	11%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	8%	11%	8%	4%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	7%	7%	9%	5%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	6%	4%	1%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Tous type de rayon	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	70%	72%	68%	43%	49%	70%	82%	82%	66%	64%	77%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	16%	15%	17%	22%	18%	19%	14%	10%	19%	16%	13%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	15%	16%	13%	17%	23%	15%	13%	9%	17%	17%	12%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	8%	8%	7%	10%	12%	7%	7%	5%	8%	9%	6%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	6%	6%	11%	11%	5%	5%	3%	7%	7%	4%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	4%	4%	7%	10%	5%	1%	1%	7%	5%	3%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Tous type de rayon	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	70%	70%	69%	69%	72%	71%	76%	69%	67%	68%	69%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	16%	18%	17%	17%	14%	13%	16%	13%	18%	16%	19%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	15%	15%	14%	14%	12%	16%	14%	19%	11%	14%	15%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	8%	9%	7%	8%	5%	8%	8%	9%	6%	7%	9%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	4%	6%	7%	4%	7%	7%	7%	6%	6%	5%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	7%	3%	5%	3%	4%	2%	5%	4%	4%	6%



Q. Quels lieux privilégiez-vous pour acheter des produits de chacune des catégories de produits suivants ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



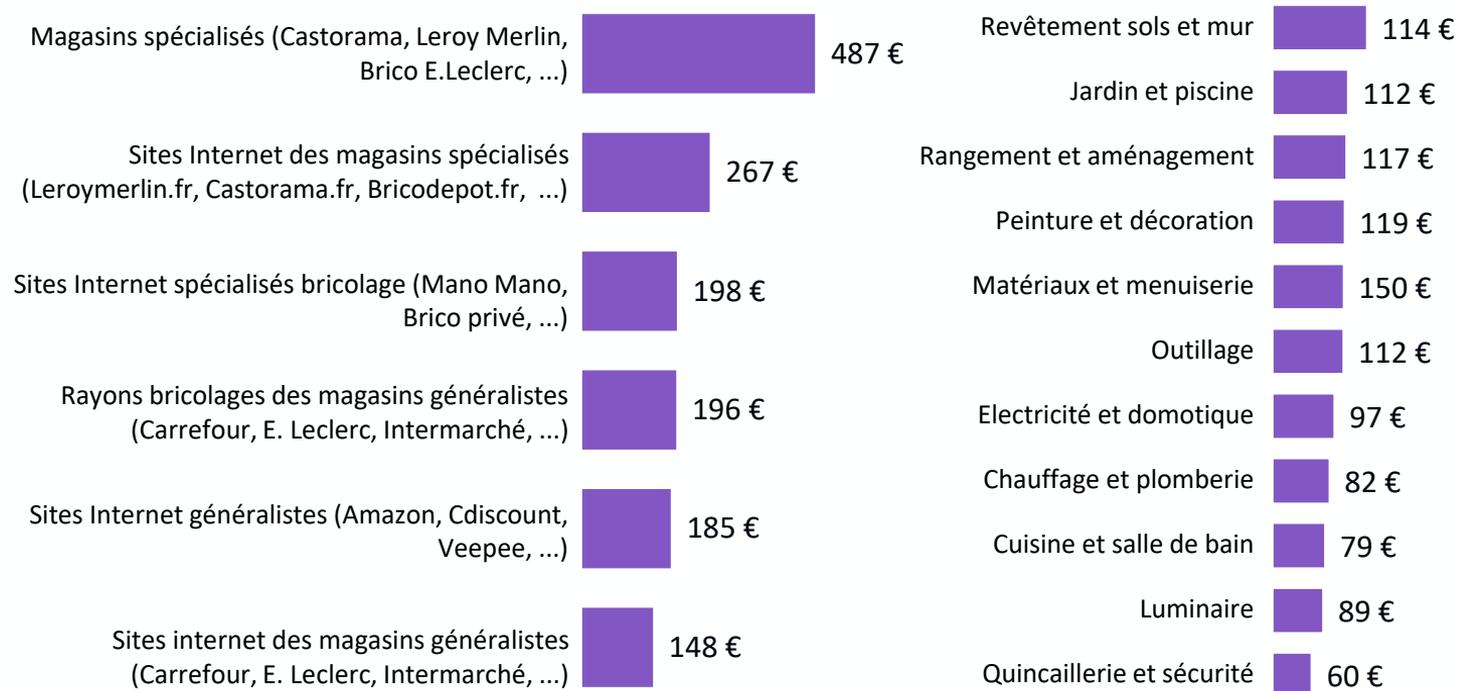
Tous type de rayon	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Magasins spécialisés (Castorama, Leroy Merlin, Brico E.Leclerc, ...)	70%	68%	72%	76%
Rayons bricolages des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	16%	18%	16%	14%
Sites Internet des magasins spécialisés (Leroymerlin.fr, Castorama.fr, Bricodpot.fr, bricomarche.fr, ...)	15%	19%	13%	9%
Sites Internet généralistes (Amazon, Cdiscount, Veepee, ...)	8%	9%	8%	5%
Sites Internet spécialisés bricolage (Mano Mano, Brico privé, ...)	6%	7%	6%	3%
Sites internet des magasins généralistes (Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, ...)	4%	6%	4%	2%



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

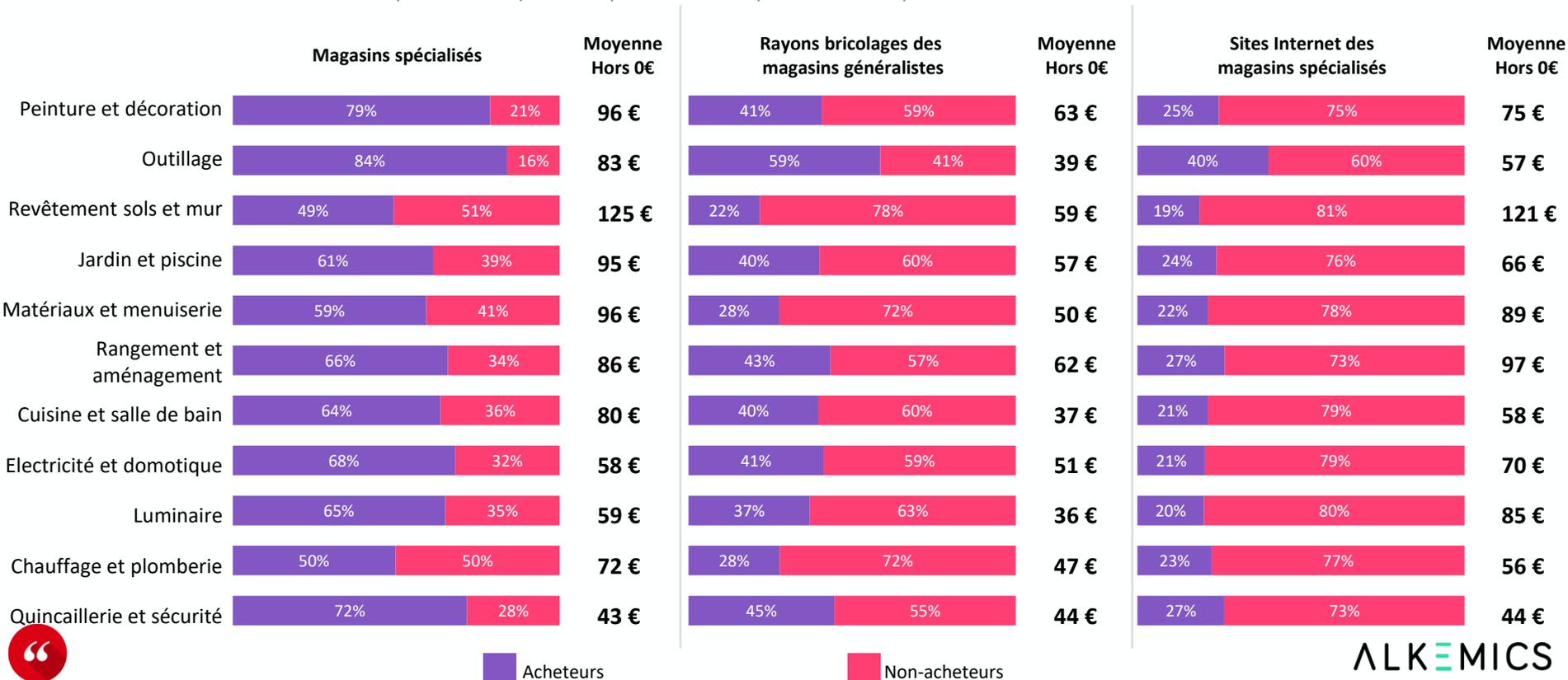
Question ouverte numérique. Question posée uniquement à ceux qui achètent des produits dans chacun des lieux.

Budget total **681 € /an**



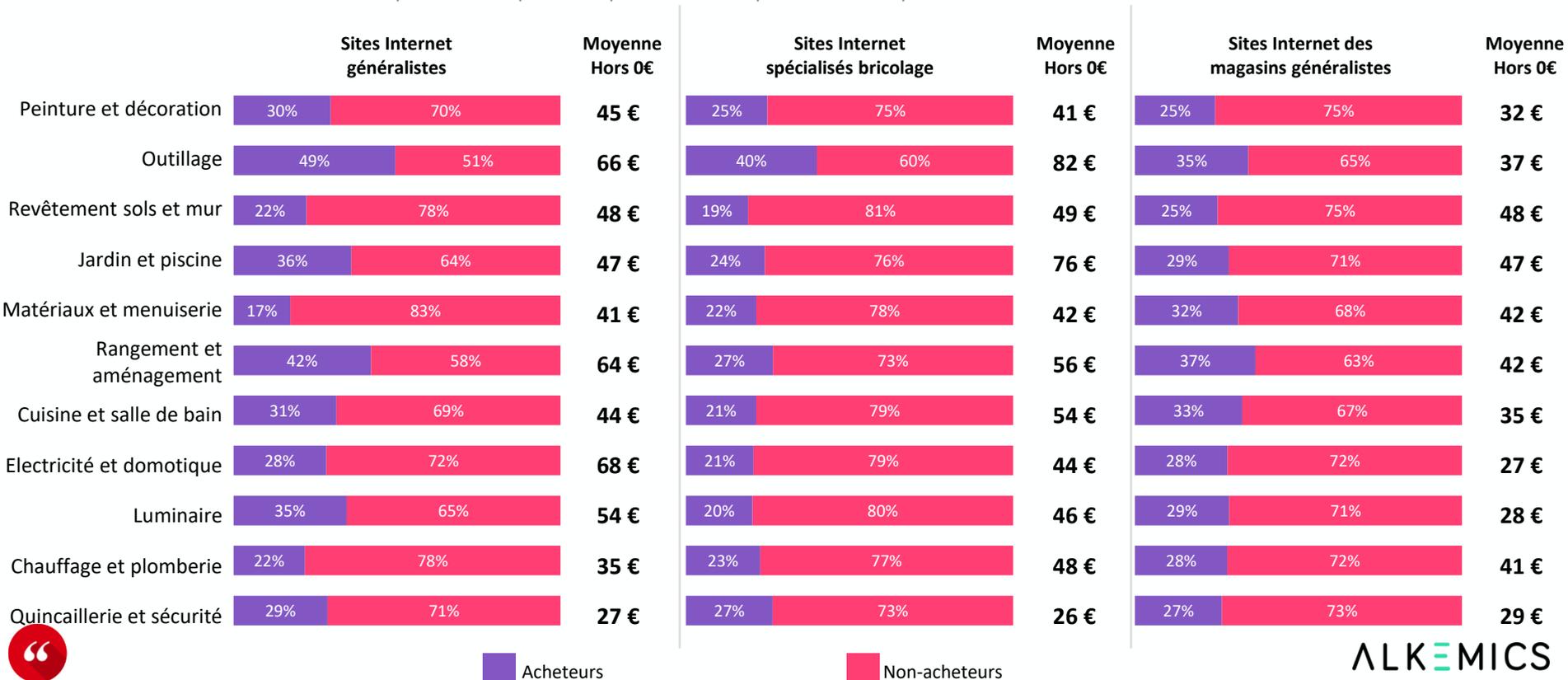
Q. Quelle somme dépensez-vous par an pour acheter des produits de chacune des catégories suivantes dans chacun des lieux d'achats suivants ?

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. 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.

Magasin spécialisé

	Moyenne en €	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Peinture et décoration	75	69	82	41*	52	78	78	86	78	67	79
Outillage	70	75	65	39*	60	65	73	84	68	60	77
Revêtement sols et mur	62	51	73	35*	38	63	76	60	59	65	63
Jardin et piscine	58	54	62	33*	27	50	55	86	59	46	66
Matériaux et menuiserie	57	57	57	40*	23	51	63	72	70	47	57
Rangement et aménagement	56	51	62	67*	64	51	58	54	66	50	57
Cuisine et salle de bain	51	52	51	46*	41	47	59	52	63	45	49
Electricité et domotique	40	43	35	45*	26	32	38	52	37	35	44
Luminaire	38	37	40	29*	32	41	40	39	44	36	37
Chauffage et plomberie	36	35	37	29*	18	27	39	49	28	31	44
Quincaillerie et sécurité	31	32	30	23*	26	29	32	35	32	27	32

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution



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.

Magasin spécialisé	Moyenne en €	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Peinture et décoration	75	79	73	66	97	73	77	95	57	74	70
Outillage	70	73	65	64	72	76	73	74	64	65	73
Revêtement sols et mur	62	86	60	63	52	47	68	53	41	58	87
Jardin et piscine	58	44	61	49	73	69	71	67	49	59	33
Matériaux et menuiserie	57	69	54	43	78	56	65	64	41	52	61
Rangement et aménagement	56	56	56	48	65	61	59	50	43	63	60
Cuisine et salle de bain	51	64	40	37	55	64	58	51	41	49	54
Electricité et domotique	40	43	42	31	43	42	45	46	28	37	38
Luminaire	38	47	35	35	33	40	36	40	27	40	46
Chauffage et plomberie	36	43	34	30	27	43	37	38	21	39	40
Quincaillerie et sécurité	31	37	29	28	27	33	28	36	23	31	37

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution



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.

Magasin spécialisé	Bricolent...			
	Moyenne en €	Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Peinture et décoration	75	91	72	46
Outillage	70	89	52	39
Revêtement sols et mur	62	83	52	36
Jardin et piscine	58	77	40	34
Matériaux et menuiserie	57	87	35	26
Rangement et aménagement	56	72	50	27
Cuisine et salle de bain	51	72	36	29
Electricité et domotique	40	57	24	20
Luminaire	38	50	32	21
Chauffage et plomberie	36	52	22	17
Quincaillerie et sécurité	31	41	23	17



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.

Rayons bricolages des magasins généralistes	Moyenne en €	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Rangement et aménagement	27	14	39	**	41*	32	16	16	45	18	16
Peinture et décoration	26	19	32	69*	32*	28	14	21	31	19	26
Outillage	23	23	23	34*	23*	30	14	22	31	14	23
Jardin et piscine	23	21	25	43*	26*	22	21	17	24	20	24
Electricité et domotique	21	20	22	34*	39*	19	17	14	24	8	27
Quincaillerie et sécurité	20	16	23	34*	12*	18	17	26	28	8	21
Cuisine et salle de bain	15	12	17	**	14*	23	8	8	19	13	12
Matériaux et menuiserie	14	15	13	**	24*	18	7	6	20	8	13
Luminaire	13	13	14	**	8*	15	11	9	22	9	10
Chauffage et plomberie	13	8	18	**	4*	24	5	10	23	7	10
Revêtement sols et mur	13	9	16	**	9*	22	5	5	21	12	6

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution / ** Trop faible nombre d'interviews.

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.

Rayons bricolages des magasins généralistes

	Moyenne en €	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Rangement et aménagement	27	16	37	22	55*	19	21	14*	43*	38	13*
Peinture et décoration	26	20	27	33	32*	19	18	16*	23*	40	22*
Outillage	23	24	22	27	26*	19	19	21	20*	28	24
Jardin et piscine	23	22	22	17	44*	20	28	20*	14*	23	24
Electricité et domotique	21	45	14	13	25*	12	10	7*	12*	23	50
Quincaillerie et sécurité	20	13	18	16	38*	23	22	7*	16*	30	13
Cuisine et salle de bain	15	12	18	16	20*	10	11	10*	17*	20	13*
Matériaux et menuiserie	14	19	11	9	36*	8	11	8*	7*	19	20
Luminaire	13	16	11	11	27*	9	10	9*	5*	20	18
Chauffage et plomberie	13	8	12	15	26*	12	7	15*	4*	25	7*
Revêtement sols et mur	13	6	15	8	27*	15	8	14*	11*	21	6*

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution



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.

Rayons bricolages des magasins généralistes	Bricolent...			
	Moyenne en €	Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Rangement et aménagement	27	36	14	23
Peinture et décoration	26	41	10	13
Outillage	23	33	16	13
Jardin et piscine	23	38	10	7
Electricité et domotique	21	37	5	10
Quincaillerie et sécurité	20	27	6	17
Cuisine et salle de bain	15	25	6	6
Matériaux et menuiserie	14	27	5	4
Luminaire	13	20	9	11
Chauffage et plomberie	13	24	2	7
Revêtement sols et mur	13	26	4	3



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.

Sites Internet des magasins spécialisés	Moyenne en €	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 Ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Revêtement sols et mur	34	32	36	**	56*	52	21*	12*	37	10*	49
Rangement et aménagement	33	41	24	**	67*	28	16*	18*	21	25*	50
Luminaire	28	30	26	**	74*	19	17*	21*	41	11*	28
Peinture et décoration	27	27	27	**	26*	37	18*	25*	29	16	33
Outillage	24	20	29	**	22*	28	23	23*	21	17*	31
Matériaux et menuiserie	24	33	16	**	18*	31	20*	13*	29	10*	33
Electricité et domotique	24	27	21	**	40*	34	11	21*	32	9*	28
Cuisine et salle de bain	18	22	14	**	17*	17	16	29*	17	13*	24
Jardin et piscine	17	21	13	**	18*	21*	8*	26*	25	4*	20
Chauffage et plomberie	16	21	11	**	24*	17*	9*	12*	24	6*	16
Quincaillerie et sécurité	15	12	17	**	5*	20	11	18*	15	7*	19

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution / ** Trop faible nombre d'interviews.

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.

Sites Internet des magasins spécialisés	Moyenne en €	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Revêtement sols et mur	34	71*	20*	19*	**	38*	23*	44*	1*	16*	79*
Rangement et aménagement	33	58*	9*	43*	**	29*	14*	18*	11*	44	64*
Luminaire	28	73*	14*	17*	**	11*	17*	9*	15*	17*	80*
Peinture et décoration	27	36*	16*	24*	**	31*	25*	32*	4*	24*	40*
Outillage	24	26*	13*	28*	19*	31	23*	28*	13*	26	28*
Matériaux et menuiserie	24	24*	12*	28*	**	40*	9*	30*	4*	39*	26*
Electricité et domotique	24	49*	10*	16*	**	30	6*	31*	7*	19*	54*
Cuisine et salle de bain	18	21*	16*	17*	**	27*	10*	25*	6*	23	23*
Jardin et piscine	17	24*	9*	9*	**	32*	21*	27*	2*	7*	26*
Chauffage et plomberie	16	36*	6*	9*	**	19*	14*	9*	1*	13*	39*
Quincaillerie et sécurité	15	17*	13*	17*	12*	13*	13*	10*	7*	20	18*

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution / ** Trop faible nombre d'interviews.

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.

Sites Internet des magasins spécialisés	Moyenne en €	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Revêtement sols et mur	34	49	22	5
Rangement et aménagement	33	47	9	9
Luminaire	28	41	13	10
Peinture et décoration	27	40	12	6
Outillage	24	33	17	8
Matériaux et menuiserie	24	41	7	2
Electricité et domotique	24	38	10	3
Cuisine et salle de bain	18	25	16	2
Jardin et piscine	17	23	7	3
Chauffage et plomberie	16	24	8	2
Quincaillerie et sécurité	15	18	9	5



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.

Sites Internet généralistes	Moyenne en €	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Outillage	33	37	27	**	15*	27*	37*	**	31*	24*	44*
Rangement et aménagement	27	21	34	**	22*	33*	15*	**	24*	24*	34*
Electricité et domotique	19	13	27	**	5*	16*	**	**	12*	6*	39,8*
Luminaire	19	18	20	**	8*	18*	11*	**	16*	15*	26*
Jardin et piscine	17	16	18	**	11*	22*	**	**	25*	9*	18*
Cuisine et salle de bain	14	14	13	**	22*	14*	**	**	17*	12*	13*
Peinture et décoration	13	12	15	**	17*	15*	6*	**	19*	5*	16*
Revêtement sols et mur	11	6	17	**	11*	16*	**	**	12*	7*	14*
Quincaillerie et sécurité	8	8	8	**	5*	14*	3*	**	10*	6*	7*
Chauffage et plomberie	8	5	11	**	4*	11*	**	**	8*	5*	10*
Matériaux et menuiserie	7	10	4	**	2*	11*	**	**	9*	3*	9,6*

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution / ** Trop faible nombre d'interviews.

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.

Sites Internet généralistes	Moyenne en €	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Outillage	33	40*	20*	50*	**	32*	50*	**	23*	27*	29*
Rangement et aménagement	27	31*	25*	23*	**	39*	37*	**	**	22*	25*
Electricité et domotique	19	18*	9*	10*	**	53*	40*	**	**	12*	**
Luminaire	19	16*	8*	23*	**	36*	14*	**	**	28*	**
Jardin et piscine	17	19*	15*	20*	**	16*	27*	**	**	10*	14*
Cuisine et salle de bain	14	16*	12*	18*	**	13*	10*	**	**	9*	15*
Peinture et décoration	13	14*	11*	20*	**	**	7*	**	**	19*	**
Revêtement sols et mur	11	12*	11*	15*	**	**	3*	**	**	20*	**
Quincaillerie et sécurité	8	11*	8*	9*	**	7*	12*	**	**	7*	12*
Chauffage et plomberie	8	13*	12*	4*	**	6*	1*	**	**	14*	13*
Matériaux et menuiserie	7	6*	6*	15*	**	2*	3*	**	**	15*	7*

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution / ** Trop faible nombre d'interviews.

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.

Sites Internet généralistes	Moyenne en €	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Outillage	33	43	19	11
Rangement et aménagement	27	27	16	27
Electricité et domotique	19	15	28	6
Luminaire	19	22	12	17
Jardin et piscine	17	20	9	12
Cuisine et salle de bain	14	19	7	8
Peinture et décoration	13	17	10	10
Revêtement sols et mur	11	15	2	2
Quincaillerie et sécurité	8	10	6	2
Chauffage et plomberie	8	9	3	3
Matériaux et menuiserie	7	11	2	4



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.

Sites Internet spécialisés bricolage	Moyenne en €	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Outils	33	47	19	**	45*	27	18*	45*	46	15*	47
Jardin et piscine	18	14	23	**	13*	14*	8*	55*	18	8*	30
Rangement et aménagement	15	12	18	**	28*	18*	10*	**	25	11	7*
Cuisine et salle de bain	12	15	9	**	10*	15*	1*	32*	11	9*	15
Chauffage et plomberie	11	12	10	**	26*	11*	4*	11*	19	9*	4*
Peinture et décoration	10	6	14	**	24*	14*	2*	**	19	8*	3*
Luminaire	9	12	6	**	8*	14*	0*	**	14	3*	10*
Revêtement sols et mur	9	7	11	**	10*	18*	1*	**	17	5*	6*
Matériaux et menuiserie	9	11	7	**	20*	9*	6*	**	19	4*	4*
Electricité et domotique	9	10	8	**	5*	15*	3*	18*	15	2*	9*
Quincaillerie et sécurité	7	9	5	**	7*	10*	3*	4*	14	3*	3

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution / ** Trop faible nombre d'interviews.

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.

Sites Internet spécialisés bricolage	Région						Catégorie d'agglomération				
	Moyenne en €	Ile-de- France	Nord- ouest	Nord- est	Sud- ouest	Sud- est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Outillage	33	47	19	**	45*	27	18*	45*	46	15*	47
Jardin et piscine	18	14	23	**	13*	14*	8*	55*	18	8*	30
Rangement et aménagement	15	12	18	**	28*	18*	10*	**	25	11	7*
Cuisine et salle de bain	12	15	9	**	10*	15*	1*	32*	11	9*	15
Chauffage et plomberie	11	12	10	**	26*	11*	4*	11*	19	9*	4*
Peinture et décoration	10	6	14	**	24*	14*	2*	**	19	8*	3*
Luminaire	9	12	6	**	8*	14*	0*	**	14	3*	10*
Revêtement sols et mur	9	7	11	**	10*	18*	1*	**	17	5*	6*
Matériaux et menuiserie	9	11	7	**	20*	9*	6*	**	19	4*	4*
Electricité et domotique	9	10	8	**	5*	15*	3*	18*	15	2*	9*
Quincaillerie et sécurité	7	9	5	**	7*	10*	3*	4*	14	3*	3

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution / ** Trop faible nombre d'interviews.

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.

Sites Internet spécialisés bricolage	Moyenne en €	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Outillage	33	48	11	9
Jardin et piscine	18	17	6	43
Rangement et aménagement	15	19	12	3
Cuisine et salle de bain	12	18	3	1
Chauffage et plomberie	11	17	2	1
Peinture et décoration	10	14	6	3
Luminaire	9	14	3	1
Revêtement sols et mur	9	14	3	1
Matériaux et menuiserie	9	14	4	1
Electricité et domotique	9	12	2	11
Quincaillerie et sécurité	7	10	3	2



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.

Sites Internet des magasins généralistes	Moyenne en €	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Rangement et aménagement	16	14	16	**	14*	22	17	1*	23	9	16
Jardin et piscine	14	17	10	**	5*	29	2	9*	34	3	3
Matériaux et menuiserie	13	10	16	**	8*	24*	2	3*	26	5	8
Outillage	13	19	8	**	25*	13	3	7*	17	4	19
Revêtement sols et mur	12	20	5	**	7*	15*	1	-*	14	6	20
Chauffage et plomberie	12	8	16	**	10*	20*	1	10*	25	4	4
Cuisine et salle de bain	11	13	9	**	14*	19	2	1*	21	8	5
Luminaire	8	12	4	**	4*	12	5	4*	16	1	10
Quincaillerie et sécurité	8	10	6	**	5*	14	5	-*	17	1	7
Peinture et décoration	8	9	7	**	5*	13	9	-*	15	4	6
Electricité et domotique	8	8	8	**	3*	17	1	1*	14	5	5

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution / ** Trop faible nombre d'interviews.

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.

Sites Internet des magasins généralistes	Moyenne en €	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Rangement et aménagement	16	14*	14	25*	**	7*	15*	14*	11*	20*	15*
Jardin et piscine	14	34*	8*	12*	**	4*	6*	15*	4*	7*	38*
Matériaux et menuiserie	13	20*	9*	17*	**	9*	11*	6*	5*	18*	22*
Outillage	13	30*	10	13	1*	3*	7	6*	6*	12	33*
Revêtement sols et mur	12	16*	3*	26*	**	4*	1*	1*	7*	26*	17*
Chauffage et plomberie	12	18*	4*	22*	**	3*	1*	23*	6*	11*	20*
Cuisine et salle de bain	11	22*	8*	14*	**	4*	6*	14*	3*	10*	24*
Luminaire	8	7*	12*	7*	0*	8*	14*	4*	2*	10	7*
Quincaillerie et sécurité	8	13*	7	9*	0*	4*	5*	7*	5*	8	14*
Peinture et décoration	8	11*	4*	15*	2*	1*	1*	9*	2*	13*	12*
Electricité et domotique	8	19*	3*	9*	5*	1*	3*	5*	3*	8*	21*

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution / ** Trop faible nombre d'interviews.

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

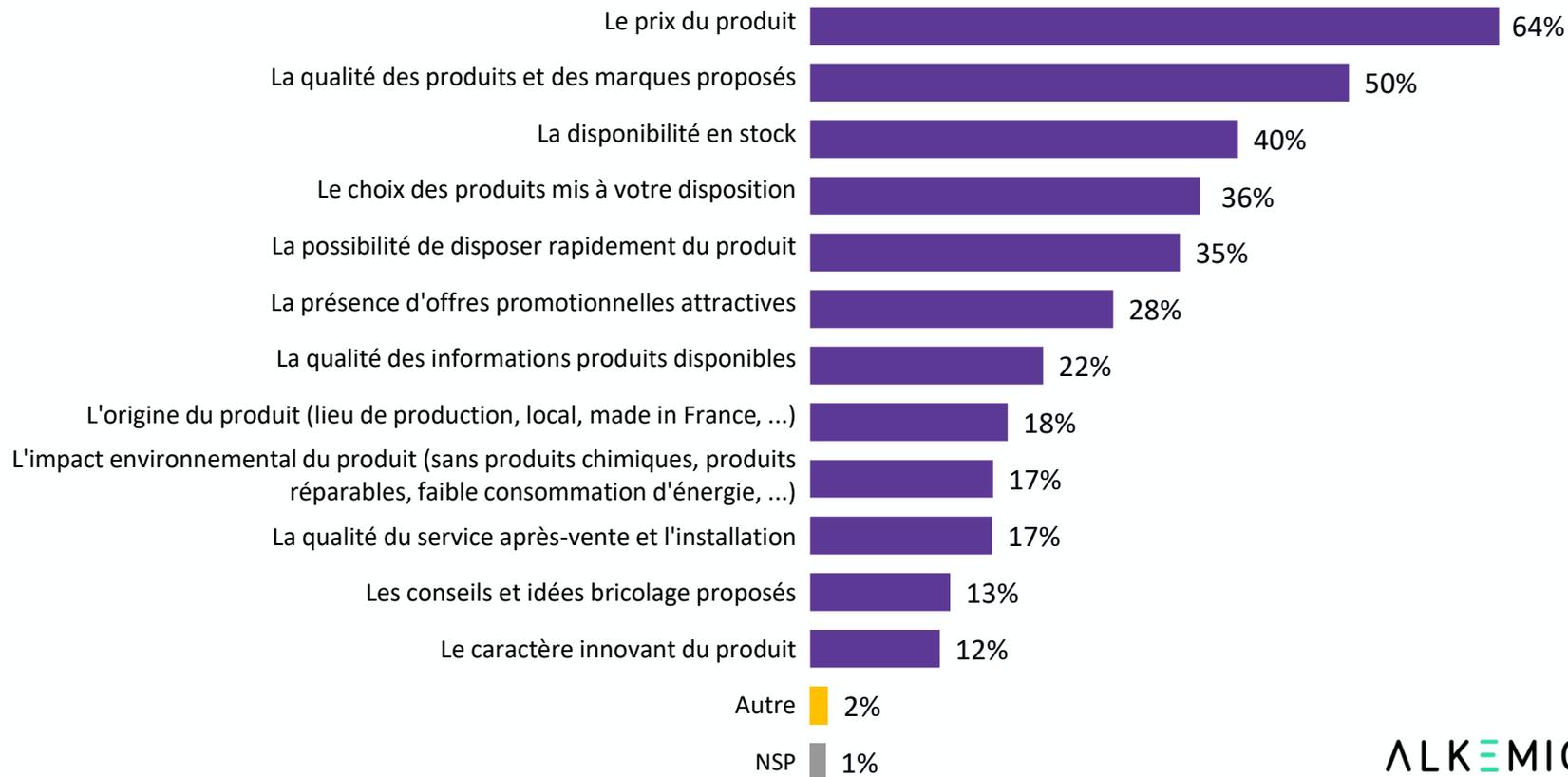
Question ouverte numérique. Question posée uniquement à ceux qui achètent des produits dans chacun des lieux.

Sites Internet des magasins généralistes	Moyenne en €	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Rangement et aménagement	16	25	6	5
Jardin et piscine	14	23	4	1
Matériaux et menuiserie	13	20	7	1
Outillage	13	21	5	5
Revêtement sols et mur	12	22	1	1
Chauffage et plomberie	12	19	3	2
Cuisine et salle de bain	11	15	4	13
Luminaire	8	13	3	1
Quincaillerie et sécurité	8	13	2	4
Peinture et décoration	8	13	2	2
Electricité et domotique	8	13	2	2



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

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



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

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Le prix du produit	64%	68%	61%	48%	51%	67%	71%	71%	60%	62%	69%
La qualité des produits et des marques proposés	50%	53%	48%	37%	36%	47%	57%	62%	49%	45%	55%
La disponibilité en stock	40%	44%	36%	26%	28%	40%	49%	44%	38%	37%	43%
Le choix des produits mis à votre disposition	36%	38%	35%	21%	26%	37%	42%	43%	36%	35%	38%
La possibilité de disposer rapidement du produit	35%	35%	34%	19%	28%	31%	39%	45%	34%	28%	39%
La présence d'offres promotionnelles attractives	28%	26%	31%	26%	12%	31%	36%	29%	24%	29%	31%
La qualité des informations produits disponibles	22%	22%	22%	15%	19%	22%	24%	23%	23%	21%	23%
L'origine du produit	18%	20%	17%	16%	20%	18%	19%	19%	18%	19%	18%
L'impact environnemental du produit	17%	13%	21%	18%	21%	17%	17%	14%	19%	16%	17%
La qualité du service après-vente et l'installation	17%	16%	18%	21%	15%	15%	16%	20%	15%	15%	19%
Les conseils et idées bricolage proposés	13%	11%	15%	10%	14%	11%	13%	16%	15%	10%	14%
Le caractère innovant du produit	12%	11%	13%	17%	18%	16%	9%	5%	12%	16%	9%
Autre	2%	2%	2%	-	4%	1%	1%	3%	2%	1%	2%



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

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Le prix du produit	64%	60%	70%	64%	68%	61%	68%	65%	68%	62%	59%
La qualité des produits et des marques proposés	50%	53%	44%	55%	49%	50%	56%	49%	50%	45%	53%
La disponibilité en stock	40%	42%	38%	40%	43%	39%	46%	39%	36%	37%	41%
Le choix des produits mis à votre disposition	36%	40%	32%	31%	37%	42%	29%	43%	35%	37%	41%
La possibilité de disposer rapidement du produit	35%	39%	39%	30%	31%	33%	40%	31%	37%	30%	36%
La présence d'offres promotionnelles attractives	28%	31%	26%	29%	28%	28%	26%	32%	30%	27%	30%
La qualité des informations produits disponibles	22%	22%	18%	24%	19%	25%	19%	21%	22%	24%	23%
L'origine du produit	18%	18%	18%	20%	13%	20%	17%	18%	16%	21%	19%
L'impact environnemental du produit	17%	20%	18%	12%	22%	16%	18%	19%	17%	15%	18%
La qualité du service après-vente et l'installation	17%	15%	15%	20%	18%	17%	20%	15%	14%	19%	14%
Les conseils et idées bricolage proposés	13%	11%	13%	13%	14%	14%	12%	12%	12%	16%	12%
Le caractère innovant du produit	12%	14%	12%	10%	14%	12%	10%	17%	7%	13%	14%
Autre	2%	1%	1%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	1%



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

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Le prix du produit	64%	63%	65%	68%
La qualité des produits et des marques proposés	50%	49%	52%	55%
La disponibilité en stock	40%	39%	39%	42%
Le choix des produits mis à votre disposition	36%	35%	36%	38%
La possibilité de disposer rapidement du produit	35%	34%	37%	34%
La présence d'offres promotionnelles attractives	28%	27%	30%	30%
La qualité des informations produits disponibles	22%	24%	21%	19%
L'origine du produit	18%	22%	16%	18%
L'impact environnemental du produit	17%	21%	14%	15%
La qualité du service après-vente et l'installation	17%	19%	15%	16%
Les conseils et idées bricolage proposés	13%	13%	15%	14%
Le caractère innovant du produit	12%	15%	14%	7%
Autre	2%	1%	-	1%



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

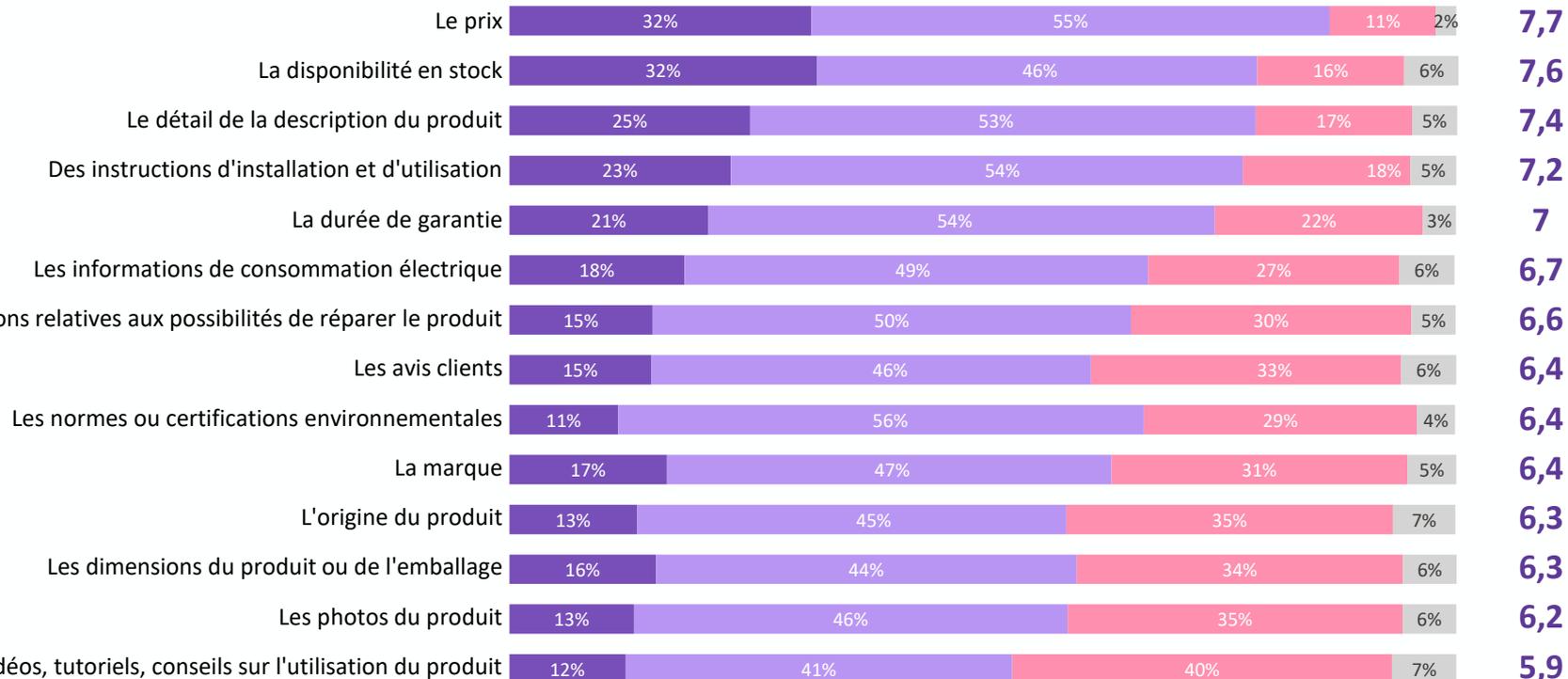
Q. Sur une échelle de 0 à 10, quelle importance accordez-vous à chacune des informations suivantes lorsque vous achetez un produit de bricolage ?

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

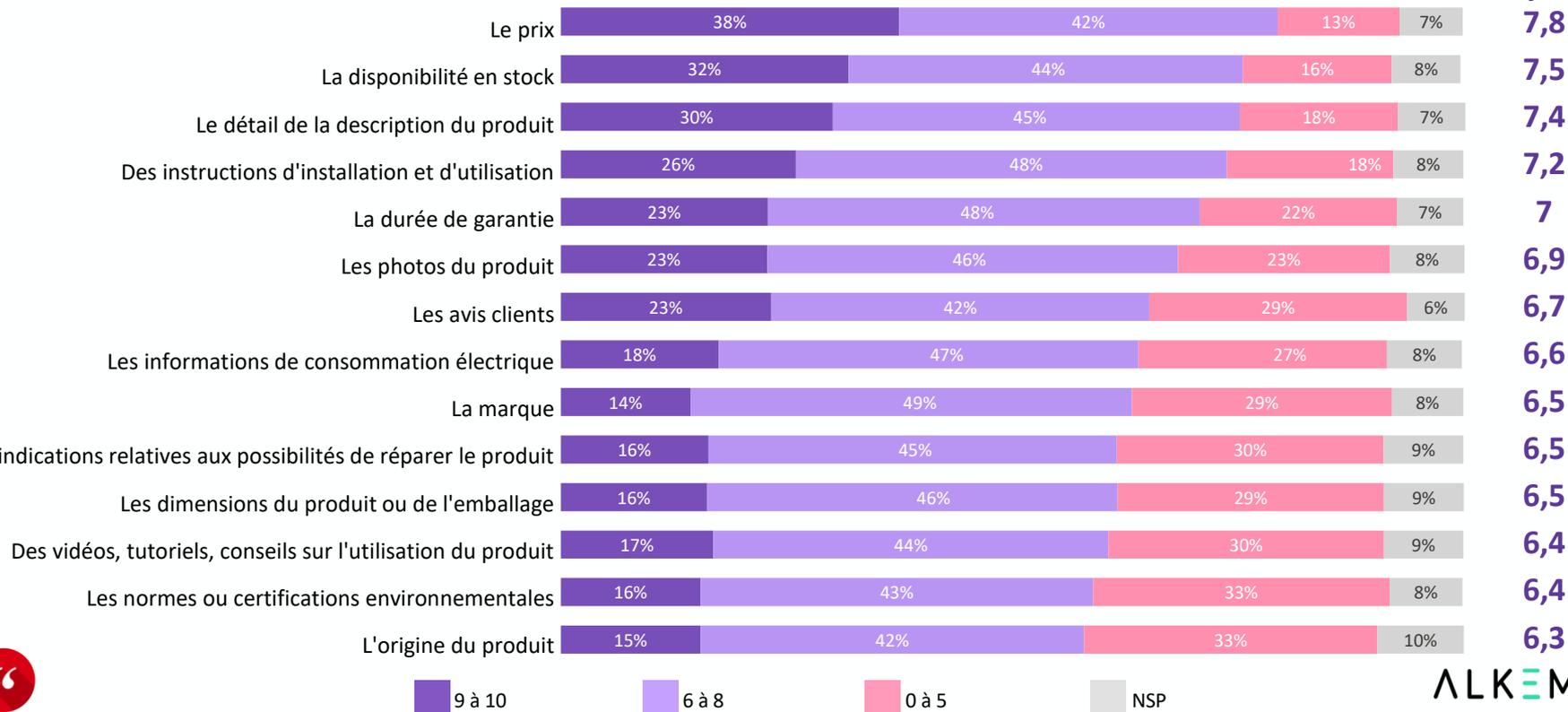
Q. Sur une échelle de 0 à 10, quelle importance accordez-vous à chacune des informations suivantes lorsque vous achetez un produit de bricolage ?

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



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



	Sexe			Âge					Statut		
	Moyenne	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Le prix	7,7	7,7	7,8	7,3	7,6	7,7	8	7,7	7,6	7,7	7,8
La disponibilité en stock	7,6	7,5	7,7	6,9	7,2	7,6	8	7,8	7,5	7,5	7,7
Le détail de la description du produit	7,4	7,1	7,6	6,9	7,3	7,2	7,8	7,3	7,2	7,4	7,4
Des instructions d'installation et d'utilisation	7,2	7	7,4	7	7,1	6,9	7,5	7,5	7	7,2	7,4
La durée de garantie	7	6,9	7,2	6,6	6,9	6,8	7,3	7,4	6,8	7	7,2
Les informations de consommation électrique	6,7	6,4	7	6,6	6,3	6,8	6,9	6,7	6,4	6,8	6,8
Les indications relatives aux possibilités de réparer le produit (indice de réparabilité)	6,6	6,4	6,8	6,3	6,6	6,3	6,7	6,9	6,4	6,6	6,8
Les avis clients	6,4	5,9	6,8	6,9	7,1	6,8	6,1	5,7	6,6	6,6	6,1
Les normes ou certifications environnementales	6,4	6,1	6,8	6,4	6,4	6,5	6,4	6,5	6,3	6,6	6,5
La marque	6,4	6,4	6,4	6,1	6,5	6,5	6,4	6,4	6,5	6,6	6,2
L'origine du produit (lieu de production, local, made in France, ...)	6,3	6	6,5	6,3	6,3	6,2	6,3	6,3	6,1	6,4	6,4
Les dimensions du produit ou de l'emballage	6,3	5,9	6,7	6,6	6,5	6,6	6,1	5,8	6,1	6,5	6,2
Les photos du produit	6,2	5,7	6,6	6,9	6,5	6,6	6,1	5,3	6,3	6,5	5,9
Des vidéos, tutoriels, conseils sur l'utilisation du produit	5,9	5,6	6,2	6,3	5,8	6	6	5,5	5,8	6,2	5,7



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	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Le prix	7,7	7,6	7,8	7,8	7,6	7,8	7,7	7,7	7,7	7,9	7,5
La disponibilité en stock	7,6	7,6	7,6	7,7	7,4	7,6	7,7	7,5	7,9	7,5	7,6
Le détail de la description du produit	7,4	7,5	7,3	7,5	6,9	7,4	7,6	7,3	7,2	7,2	7,5
Des instructions d'installation et d'utilisation	7,2	7,4	7,1	7,5	6,8	7,3	7,3	7	7,4	7,2	7,4
La durée de garantie	7	6,9	6,9	7,3	7	7,1	7,2	6,9	7,2	7	6,8
Les informations de consommation électrique	6,7	6,6	6,7	6,7	6,6	6,8	6,8	6,4	6,8	6,8	6,6
Les indications relatives aux possibilités de réparer le produit (indice de réparabilité)	6,6	6,7	6,4	6,7	6,5	6,6	6,7	6,5	6,5	6,6	6,6
Les avis clients	6,4	6,8	6,1	6,5	6,1	6,5	6,3	6,4	6,3	6,3	6,8
Les normes ou certifications environnementales	6,4	6,3	6,4	6,4	6,4	6,6	6,6	6,4	6,3	6,5	6,3
La marque	6,4	6,4	6,3	6,7	6,3	6,3	6,4	6,5	6,4	6,4	6,4
L'origine du produit (lieu de production, local, made in France, ...)	6,3	6,1	6,4	6,3	6,3	6,3	6,4	6,3	6,1	6,4	6,2
Les dimensions du produit ou de l'emballage	6,3	6,5	6,1	6,4	5,8	6,4	6,4	5,9	6,3	6,3	6,5
Les photos du produit	6,2	6,5	5,9	6,4	5,7	6,2	6,1	5,9	6	6,2	6,5
Des vidéos, tutoriels, conseils sur l'utilisation du produit	5,9	6,1	5,7	5,9	5,7	6	5,8	5,8	5,8	5,9	6,1



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



	Bricolent...			
	Moyenne	Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Le prix	7,7	7.8	7.6	7.7
La disponibilité en stock	7,6	7.8	7.2	7.5
Le détail de la description du produit	7,4	7.6	7.2	7.1
Des instructions d'installation et d'utilisation	7,2	7.4	7.1	7.1
La durée de garantie	7	7.2	6.9	6.9
Les informations de consommation électrique	6,7	6.9	6.6	6.6
Les indications relatives aux possibilités de réparer le produit (indice de réparabilité)	6,6	6.9	6.4	6.4
Les avis clients	6,4	6.6	6.5	6
Les normes ou certifications environnementales	6,4	6.7	6.3	6.3
La marque	6,4	6.6	6.4	6.2
L'origine du produit (lieu de production, local, made in France, ...)	6,3	6.7	6	6
Les dimensions du produit ou de l'emballage	6,3	6.4	6.3	6.1
Les photos du produit	6,2	6.4	6.1	5.8
Des vidéos, tutoriels, conseils sur l'utilisation du produit	5,9	6.3	5.9	5.3



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	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Le prix	7,8	7,7	7,9	7,4	7,6	7,8	8,1	7,8	7,7	7,7	7,9
La disponibilité en stock	7,5	7,4	7,6	6,8	7,3	7,4	7,9	7,6	7,3	7,5	7,6
Le détail de la description du produit	7,4	7,2	7,7	7	7,4	7,4	7,7	7,2	7,4	7,5	7,4
Des instructions d'installation et d'utilisation	7,2	7,1	7,4	6,8	7	7,1	7,5	7,4	7	7,2	7,5
La durée de garantie	7	6,8	7,2	6,8	6,9	6,8	7,3	7,2	6,9	7	7,2
Les photos du produit	6,9	6,6	7,3	6,9	7,1	7,2	7,2	6,4	7	7,1	6,8
Les avis clients	6,7	6,1	7,1	7	7,1	7	6,5	5,9	6,9	6,8	6,4
Les informations de consommation électrique	6,6	6,3	6,9	6,4	6,5	6,8	6,8	6,5	6,4	6,9	6,7
La marque	6,5	6,4	6,6	6,7	6,6	6,5	6,6	6,4	6,7	6,6	6,4
Les indications relatives aux possibilités de réparer le produit (indice de réparabilité)	6,5	6,2	6,8	6,7	6,4	6,3	6,6	6,7	6,4	6,6	6,6
Les dimensions du produit ou de l'emballage	6,5	6,1	6,8	6,6	6,8	6,5	6,4	6,1	6,6	6,5	6,4
Des vidéos, tutoriels, conseils sur l'utilisation du produit	6,4	6	6,8	6,8	6,5	6,5	6,5	6,1	6,5	6,6	6,3
Les normes ou certifications environnementales	6,4	6	6,8	6,8	6,7	6,3	6,4	6,2	6,3	6,5	6,5
L'origine du produit (lieu de production, local, made in France, ...)	6,3	6,1	6,5	6,5	6,4	6,2	6,4	6,2	6,4	6,4	6,3



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	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Le prix	7,8	7,9	7,7	7,9	7,6	7,8	7,9	7,6	7,6	7,9	7,8
La disponibilité en stock	7,5	7,5	7,4	7,7	7,3	7,6	7,7	7,4	7,5	7,5	7,5
Le détail de la description du produit	7,4	7,4	7,3	7,6	7	7,6	7,5	7,1	7,5	7,5	7,4
Des instructions d'installation et d'utilisation	7,2	7,2	6,9	7,5	7,1	7,4	7,3	7	7,3	7,3	7,2
La durée de garantie	7	7	6,8	7,3	7,2	7	7,3	6,8	7	7	7
Les photos du produit	6,9	7,1	6,7	7	6,5	7,2	6,9	6,8	6,7	7	7,2
Les avis clients	6,7	6,9	6,3	6,5	6,5	7	6,6	6,5	6,3	6,7	6,9
Les informations de consommation électrique	6,6	6,5	6,5	6,8	6,6	6,8	6,9	6,4	6,6	6,6	6,5
La marque	6,5	6,7	6,3	6,7	6,4	6,5	6,6	6,4	6,1	6,6	6,7
Les indications relatives aux possibilités de réparer le produit (indice de réparabilité)	6,5	6,6	6,3	6,7	6,6	6,5	6,6	6,4	6,3	6,6	6,5
Les dimensions du produit ou de l'emballage	6,5	6,5	6,1	6,7	6	6,6	6,5	6,4	6,4	6,5	6,5
Des vidéos, tutoriels, conseils sur l'utilisation du produit	6,4	6,6	6,3	6,6	6,2	6,5	6,6	6,2	6	6,5	6,7
Les normes ou certifications environnementales	6,4	6,6	6,1	6,5	6,3	6,6	6,5	6,2	6,2	6,5	6,5
L'origine du produit (lieu de production, local, made in France, ...)	6,3	6,2	6,3	6,2	6,3	6,4	6,4	6	6,3	6,5	6,2



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.

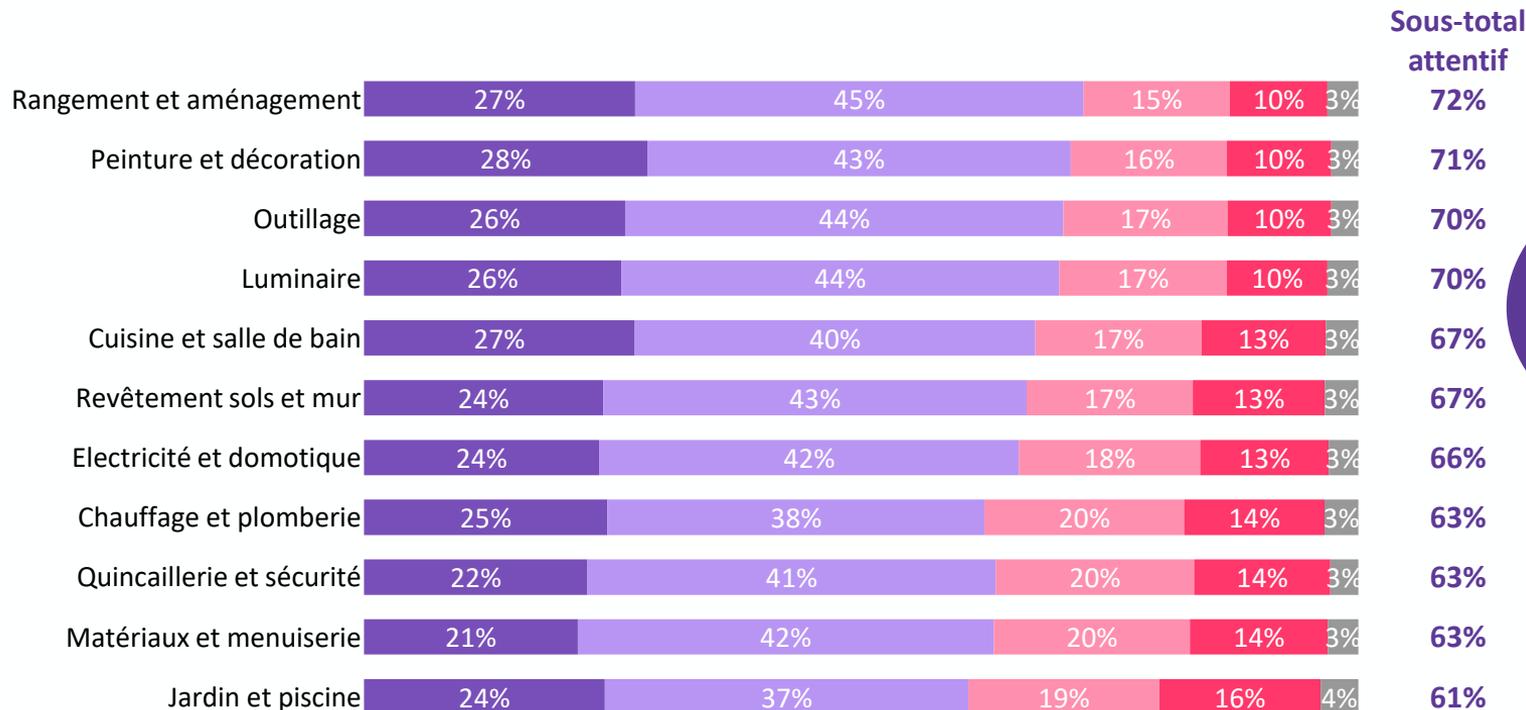
Sur
Internet



	Bricolent...			
	Moyenne	Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Le prix	7,8	8	7.6	7.5
La disponibilité en stock	7,5	7.7	7.3	7.2
Le détail de la description du produit	7,4	7.6	7.4	7.2
Des instructions d'installation et d'utilisation	7,2	7.5	7.1	7
La durée de garantie	7	7.4	7	6.7
Les photos du produit	6,9	7.2	6.9	6.6
Les avis clients	6,7	6.8	6.8	6.3
Les informations de consommation électrique	6,6	6.9	6.6	6.4
La marque	6,5	6.7	6.7	6.2
Les indications relatives aux possibilités de réparer le produit (indice de réparabilité)	6,5	6.8	6.5	6.3
Les dimensions du produit ou de l'emballage	6,5	6.7	6.5	6.1
Des vidéos, tutoriels, conseils sur l'utilisation du produit	6,4	6.7	6.5	6
Les normes ou certifications environnementales	6,4	6.7	6.4	6.2
L'origine du produit (lieu de production, local, made in France, ...)	6,3	6.8	6	6



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



	% Attentif	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Au moins 1 type de produit	84%	80%	88%	85%	83%	88%	86%	79%	83%	89%	83%
Rangement et aménagement	72%	66%	78%	73%	68%	83%	76%	60%	73%	80%	67%
Peinture et décoration	71%	66%	76%	64%	70%	79%	74%	64%	71%	80%	66%
Outillage	70%	69%	71%	63%	70%	77%	73%	63%	70%	76%	68%
Luminaire	70%	66%	73%	64%	67%	78%	75%	61%	69%	77%	66%
Cuisine et salle de bain	67%	62%	72%	60%	64%	76%	69%	63%	69%	71%	65%
Revêtement sols et mur	67%	62%	71%	53%	66%	76%	71%	58%	68%	74%	61%
Electricité et domotique	66%	63%	68%	64%	66%	74%	66%	58%	65%	73%	61%
Chauffage et plomberie	63%	56%	68%	60%	63%	70%	66%	51%	64%	69%	57%
Quincaillerie et sécurité	63%	60%	67%	58%	58%	74%	65%	58%	62%	69%	61%
Matériaux et menuiserie	63%	61%	66%	54%	65%	73%	66%	54%	65%	70%	58%
Jardin et piscine	61%	55%	66%	58%	60%	72%	65%	46%	62%	70%	53%



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



	% Attentif	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Au moins 1 type de produit	84%	77%	84%	88%	82%	88%	87%	89%	85%	85%	74%
Rangement et aménagement	72%	64%	75%	73%	68%	77%	77%	74%	71%	75%	61%
Peinture et décoration	71%	62%	74%	72%	72%	75%	76%	76%	69%	72%	60%
Outillage	70%	59%	72%	70%	73%	76%	77%	77%	66%	70%	57%
Luminaire	70%	61%	67%	72%	71%	76%	74%	74%	69%	70%	60%
Cuisine et salle de bain	67%	60%	70%	69%	68%	70%	70%	71%	68%	68%	58%
Revêtement sols et mur	67%	57%	70%	71%	62%	69%	73%	72%	65%	66%	56%
Electricité et domotique	66%	57%	70%	66%	70%	68%	73%	67%	68%	65%	54%
Chauffage et plomberie	63%	55%	66%	63%	64%	63%	69%	66%	62%	61%	52%
Quincaillerie et sécurité	63%	55%	64%	63%	71%	67%	68%	67%	63%	63%	55%
Matériaux et menuiserie	63%	55%	63%	69%	65%	64%	70%	69%	59%	64%	53%
Jardin et piscine	61%	50%	64%	68%	63%	59%	70%	66%	64%	57%	48%



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

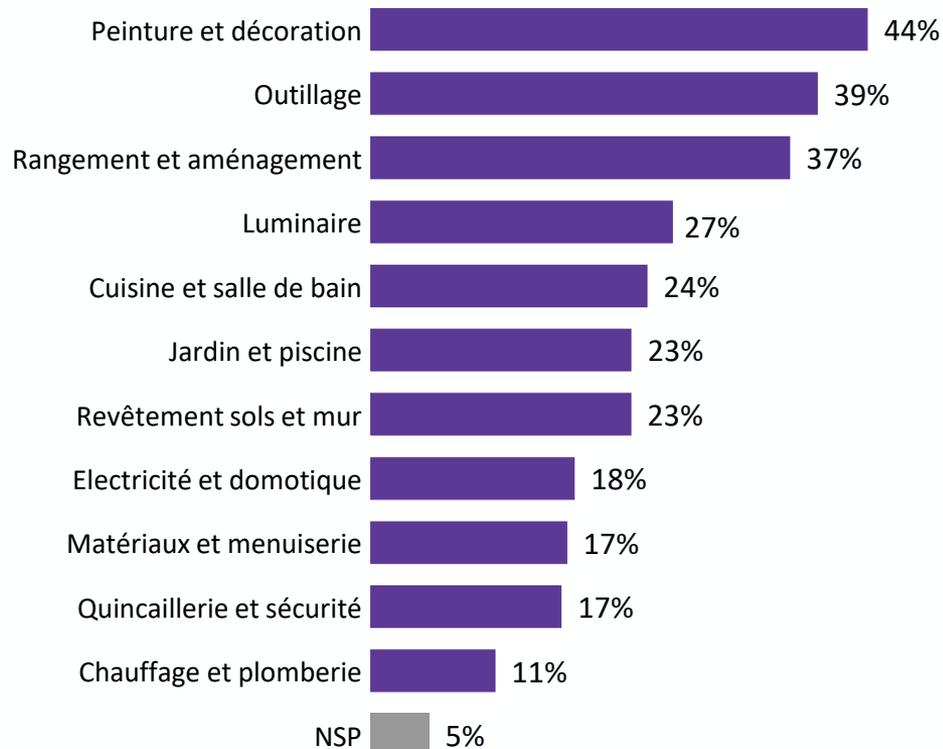


	% Attentif	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Au moins 1 type de produit	84%	90%	87%	79%
Rangement et aménagement	72%	77%	77%	66%
Peinture et décoration	71%	78%	75%	62%
Outillage	70%	80%	72%	59%
Luminaire	70%	75%	75%	64%
Cuisine et salle de bain	67%	76%	68%	58%
Revêtement sols et mur	67%	75%	69%	54%
Electricité et domotique	66%	73%	69%	58%
Chauffage et plomberie	63%	70%	65%	55%
Quincaillerie et sécurité	63%	72%	66%	55%
Matériaux et menuiserie	63%	71%	66%	53%
Jardin et piscine	61%	67%	64%	52%



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%



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%



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Peinture et décoration	44%	38%	49%	30%	32%	44%	55%	45%	39%	44%	47%
Outillage	39%	49%	30%	19%	32%	42%	50%	38%	38%	41%	39%
Rangement et aménagement	37%	28%	45%	38%	36%	42%	36%	33%	31%	42%	37%
Luminaire	27%	22%	30%	25%	28%	25%	26%	28%	25%	28%	27%
Cuisine et salle de bain	24%	19%	29%	20%	30%	29%	22%	19%	24%	28%	22%
Jardin et piscine	23%	20%	26%	18%	23%	26%	24%	21%	24%	25%	22%
Revêtement sols et mur	23%	21%	25%	13%	19%	23%	28%	24%	16%	28%	24%
Electricité et domotique	18%	25%	12%	15%	12%	18%	19%	22%	21%	15%	18%
Matériaux et menuiserie	17%	18%	16%	7%	17%	18%	21%	18%	16%	18%	19%
Quincaillerie et sécurité	17%	18%	15%	13%	11%	17%	17%	21%	18%	14%	18%
Chauffage et plomberie	11%	13%	9%	8%	16%	11%	8%	11%	11%	13%	9%



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%



	% Total	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Peinture et décoration	44%	41%	41%	43%	40%	49%	45%	44%	42%	45%	40%
Outillage	39%	37%	39%	40%	40%	40%	44%	37%	35%	41%	35%
Rangement et aménagement	37%	33%	32%	42%	32%	42%	38%	35%	36%	40%	32%
Luminaire	27%	30%	20%	26%	28%	29%	21%	26%	22%	31%	30%
Cuisine et salle de bain	24%	28%	23%	28%	18%	23%	22%	25%	23%	25%	27%
Jardin et piscine	23%	18%	28%	19%	20%	27%	36%	21%	20%	19%	17%
Revêtement sols et mur	23%	25%	23%	20%	21%	24%	25%	24%	19%	21%	25%
Electricité et domotique	18%	22%	16%	18%	16%	18%	17%	18%	18%	18%	19%
Matériaux et menuiserie	17%	15%	16%	17%	28%	14%	24%	21%	14%	14%	13%
Quincaillerie et sécurité	17%	21%	18%	19%	14%	12%	20%	13%	15%	16%	19%
Chauffage et plomberie	11%	17%	10%	10%	3%	11%	8%	10%	12%	11%	15%



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%

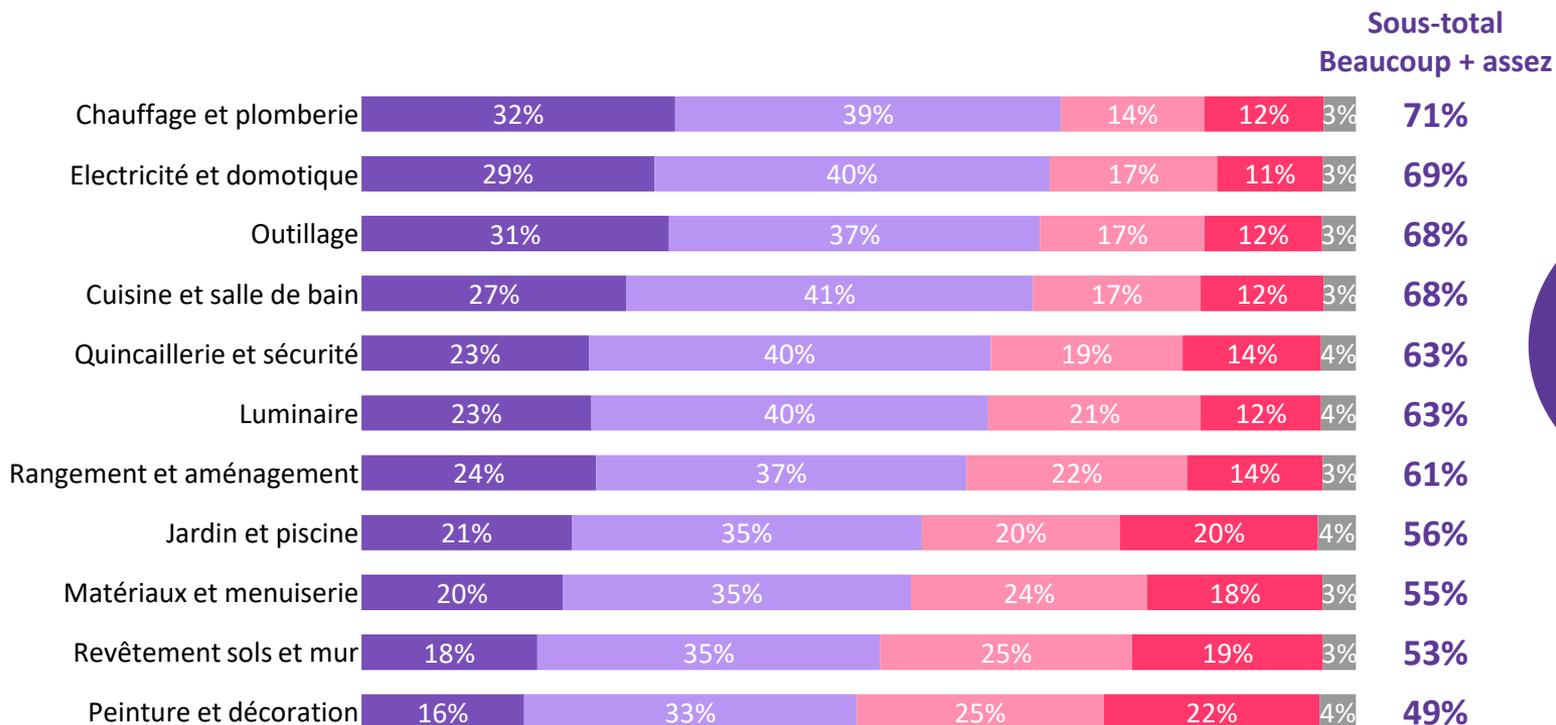


	% Total	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Peinture et décoration	44%	46%	46%	39%
Outillage	39%	47%	38%	32%
Rangement et aménagement	37%	29%	44%	40%
Luminaire	27%	23%	31%	30%
Cuisine et salle de bain	24%	24%	25%	22%
Jardin et piscine	23%	25%	23%	20%
Revêtement sols et mur	23%	24%	22%	20%
Electricité et domotique	18%	19%	18%	18%
Matériaux et menuiserie	17%	26%	14%	9%
Quincaillerie et sécurité	17%	23%	13%	12%
Chauffage et plomberie	11%	15%	7%	8%



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



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 ?



	% Beaucoup + Assez	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Au moins 1 type de produit	84%	82%	85%	85%	75%	83%	83%	89%	82%	83%	86%
Chauffage et plomberie	71%	70%	70%	64%	59%	72%	73%	76%	70%	71%	71%
Electricité et domotique	69%	69%	69%	59%	57%	72%	71%	76%	66%	70%	71%
Outillage	68%	69%	67%	59%	54%	69%	75%	73%	68%	67%	71%
Cuisine et salle de bain	68%	63%	72%	66%	60%	73%	70%	65%	67%	70%	67%
Quincaillerie et sécurité	63%	62%	65%	55%	55%	65%	66%	67%	64%	65%	63%
Luminaire	63%	63%	63%	58%	56%	67%	66%	62%	64%	68%	59%
Rangement et aménagement	61%	56%	66%	60%	56%	66%	63%	57%	62%	66%	57%
Jardin et piscine	56%	52%	60%	55%	53%	67%	60%	45%	61%	63%	48%
Matériaux et menuiserie	55%	52%	58%	39%	57%	63%	59%	49%	55%	61%	52%
Revêtement sols et mur	53%	47%	57%	58%	54%	61%	51%	41%	53%	61%	46%
Peinture et décoration	49%	43%	56%	50%	55%	60%	46%	40%	51%	57%	44%



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 ?



	% Beaucoup + Assez	Région					Catégorie d'agglomération				
		Ile-de-France	Nord-ouest	Nord-est	Sud-ouest	Sud-est	Commune rurale	De 2 000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Au moins 1 type de produit	84%	80%	85%	85%	81%	85%	90%	87%	83%	80%	79%
Chauffage et plomberie	71%	67%	70%	72%	72%	71%	78%	72%	67%	67%	66%
Electricité et domotique	69%	64%	71%	69%	66%	73%	73%	76%	65%	67%	64%
Outillage	68%	62%	71%	69%	73%	67%	78%	71%	70%	63%	60%
Cuisine et salle de bain	68%	65%	71%	66%	65%	68%	69%	69%	67%	67%	65%
Quincaillerie et sécurité	63%	62%	60%	66%	68%	62%	69%	66%	58%	61%	60%
Luminaire	63%	60%	64%	63%	62%	64%	66%	68%	62%	61%	57%
Rangement et aménagement	61%	61%	61%	62%	56%	62%	62%	62%	64%	59%	61%
Jardin et piscine	56%	52%	55%	57%	59%	60%	65%	62%	52%	52%	50%
Matériaux et menuiserie	55%	52%	55%	59%	55%	56%	59%	60%	53%	54%	49%
Revêtement sols et mur	53%	51%	49%	54%	52%	53%	52%	55%	48%	54%	51%
Peinture et décoration	49%	48%	48%	51%	48%	53%	53%	52%	44%	51%	46%



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 ?



	% Beaucoup + Assez	Bricolent...		
		Au moins une fois par mois	Moins souvent	Uniquement lorsqu'ils ont besoin ou jamais
Au moins 1 type de produit	84%	91%	86%	79%
Chauffage et plomberie	71%	78%	70%	65%
Electricité et domotique	69%	78%	67%	64%
Outillage	68%	79%	67%	60%
Cuisine et salle de bain	68%	71%	72%	67%
Quincaillerie et sécurité	63%	71%	67%	57%
Luminaire	63%	69%	65%	60%
Rangement et aménagement	61%	64%	65%	60%
Jardin et piscine	56%	63%	56%	52%
Matériaux et menuiserie	55%	61%	57%	50%
Revêtement sols et mur	53%	57%	54%	49%
Peinture et décoration	49%	53%	53%	48%



ALKEMICS

www.alkemics.com

info@marketing.com
Marketing Department
20 rue Saint Georges
75009 Paris