

LE POINT SUR LE MARCHÉ DE L'AMÉLIORATION DE L'HABITAT

octobre 2006



12

LES RÉSULTATS DU RÉNOSCOPE

Un nouvel outil du Club de l'Amélioration de l'Habitat :
observer et mesurer la satisfaction des ménages
faisant réaliser des travaux de rénovation dans leur logement

À partir de l'étude menée par IPSOS

Public/Privé,
AGIR ENSEMBLE
pour développer le marché

Les travaux dans l'habitat : des débuts laborieux pour une fin heureuse

Les motifs d'insatisfaction des ménages qui veulent faire réaliser des travaux se situent majoritairement avant le lancement des chantiers, au moment où ces particuliers ont le plus besoin d'être aidés sur les plans technique, administratif et financier pour prendre leur décision.

Pendant cette période, les ménages consultent beaucoup, ils cherchent notamment à identifier des professionnels susceptibles de les aider. À moins d'avoir déjà un professionnel dans son carnet d'adresses, cette recherche s'avère souvent difficile.

L'obstacle franchi, d'autres se présentent. D'abord, il faut obtenir un devis auprès d'artisans et d'entreprises surchargés de commandes. Ensuite, dans cette course avec handicaps, il faut attendre, pour certains projets, des autorisations administratives ou des accords de subventions. Toutes ces difficultés n'entraînent pas pour autant un recours conséquent aux maîtres d'œuvre, même pour des travaux importants.

Au final, plusieurs mois sont en moyenne nécessaires avant de passer commande auprès des professionnels.

Si les clients doivent assez fréquemment commander des travaux supplémentaires en cours de chantier, cela n'affecte pas la grande satisfaction ressentie à la fin des travaux tant vis-à-vis des professionnels que des produits posés ou appliqués. Les seuls reproches faits par une partie seulement des ménages concernés touchent le service après-vente et le délai de paiement des subventions. ●

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Le RénoScope est un outil de mesure de la satisfaction des ménages faisant réaliser des travaux dans leurs logements. Il a pour objectif d'améliorer l'information sur les préoccupations des clients et de mieux cerner ce qui construit ou au contraire détruit leur satisfaction. Grâce à un rythme d'étude régulier, il suit l'impact des actions menées par les acteurs du marché.

Ce nouvel outil, mis au point avec IPSOS en 2005, a procédé en plusieurs étapes :

- > Identification fin 2005 d'une population de 3885 ménages, propriétaires d'un logement, ayant fait appel à un professionnel pour des travaux dans les douze mois précédents, à partir de l'Access Panel d'IPSOS, constitué de 29 300 panélistes.
- > Mesure de la satisfaction des ménages concernés, à partir d'un échantillon de 1816 propriétaires sélectionnés de manière à représenter la valeur financière des travaux engagés (méthode des quotas mixtes, pondération par la valeur financière). 1 010 ménages ont répondu au questionnaire auto-administré qui leur a été envoyé fin janvier 2006.
- > Analyse des questionnaires et présentation des résultats par IPSOS aux membres du Club de l'Amélioration de l'Habitat en avril 2006
- > Analyse des résultats par les membres du Club et travail sur les pistes de progrès pour remédier aux insatisfactions détectées en juin 2006

Ce numéro 12 du **Point sur le marché de l'amélioration de l'habitat** relate cette analyse, ainsi que les grandes lignes des actions à mettre en œuvre par les acteurs du marché.

Une nouvelle édition du RénoScope devrait avoir lieu en 2007-2008.

LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

Les professionnels du bâtiment sont au cœur des projets de travaux dès leur montage

La recherche de professionnels pouvant les aider dans leur projet est, dans près de 80 % des cas, une des toutes premières préoccupations des ménages envisageant de faire des travaux. Les professionnels contactés constituent la source d'information privilégiée de plus de 70 % des particuliers. C'est grâce aux professionnels que 40 % des ménages ont été informés des possibilités d'aides financières.

Même si les sources d'information sont multiples, les particuliers suivent les préconisations des professionnels, notamment dans plus de 65 % des cas pour les propositions de produits et d'équipements.

Les ménages se montrent très satisfaits des professionnels, à deux points près

La satisfaction des ménages est particulièrement bonne sur les premiers contacts avec les professionnels, notamment en ce qui concerne la prise en compte de leurs besoins, sur le déroulement du chantier, sur le respect des engagements en termes de prix et de produits, ainsi que sur la qualité des travaux réalisés.

Le principal motif d'insatisfaction réside dans la difficulté à entrer en contact avec eux pour ensuite obtenir des devis. Pour 20 % des ménages, trouver des professionnels s'est avéré particulièrement difficile. Dans un cas sur quatre, les professionnels contactés n'ont pas fait de devis. Dans tous les cas, le délai d'obtention a été jugé assez long.

Autre insatisfaction, mineure par rapport à la précédente : les professionnels se montrent moins disponibles lorsqu'un problème apparaît après la réception du chantier.

Les difficultés rencontrées dans la réalisation des travaux s'accumulent avant leur lancement

> **Dans la recherche d'informations tous azimuts qui précède les travaux**, les ménages ont avant tout recours aux conseils des professionnels et à ceux de leurs amis ou de leur entourage, dont ils apprécient la qualité. Mais en l'absence de ces deux sources de renseignements, la recherche devient très délicate. Les sources accessibles sont multiples (près de quatre de nature différente utilisées en moyenne) et parfois jugées sévèrement par les utilisateurs. Les distributeurs arrivent en 3^e position, pour les GSB, et 4^e position, pour les négociants, des sources d'information. Cette place peut s'expliquer par le fort besoin en informations techniques des ménages (plus de 70 % des recherches). Mais seuls les négociants sont très bien notés pour la qualité des informations fournies. Les banques et les mairies, consultées une fois sur quatre, *a priori* seulement dans le cas de prêt ou d'autorisation administrative, pour des travaux importants, sont également appréciées pour leurs conseils. Les autres sources, peu utilisées, sont aussi moins bien notées.

> **Dans la recherche spécifique de professionnels pouvant faire les travaux visés**, le réflexe est de demander à l'artisan ou à l'entreprise que l'on connaît déjà (près de 60 % des cas) ou à l'entourage (plus de 50 % des cas). Si l'on ne connaît ni professionnel, ni ami bien informé, le seul vrai recours reste celui de... l'annuaire. Sa troisième position (avec plus de 30 % des cas), loin devant toutes les autres sources, pointe le côté hasardeux de la recherche de professionnels.

> **Dans le choix des produits et équipements utilisés pour les travaux**, les ménages s'investissent personnellement. S'ils suivent souvent les préconisations des professionnels, ils consultent notamment les catalogues des fabricants et des distributeurs. Le fait que produits et équipements soient conformes à une norme ou à une certification joue un rôle dans 70 % des cas. Cette recherche spécifique demande en moyenne sept semaines de réflexion.

> **En tant que client potentiel faisant une demande de devis auprès de professionnels**, le particulier affronte un marché tendu, avec une offre insuffisante. Il doit s'attendre à un taux d'échec de 25 %. À l'inverse, un professionnel, contacté par un client qui est allé au bout de son projet a un taux de transformation de ses devis de 70 %.

> **Que ce soit pour l'obtention d'une autorisation administrative préalable aux travaux ou d'une subvention**, les délais d'accord sont jugés beaucoup trop longs. Les démarches et dossiers nécessaires pour les autorisations semblent par ailleurs très compliqués.

> **En conséquence de tous ces délais, il s'écoule en moyenne trois mois entre la naissance du projet et la signature de la commande aux professionnels.**

Dans ce contexte, le recours aux architectes, décorateurs et autres maîtres d'œuvre reste très peu fréquent (moins de 7 % des cas), même pour des travaux importants (moins de 17 % pour des travaux dont le coût est supérieur à 20 000 euros).

Il est probable dans ces conditions que de nombreux projets de travaux soient abandonnés en cours de route.

Les travaux supplémentaires décidés en cours de chantier sont assez fréquents

En moyenne, 25 % des chantiers voient la réalisation de travaux non prévus à l'origine. Ce taux est de 40 % dans les chantiers dont le coût est supérieur à 15 000 euros. Cette décision est principalement motivée par des conseils reçus après le démarrage des travaux. Dans moins de un cas sur trois, elle est due à un problème imprévisible survenu pendant le chantier ; dans moins de un cas sur quatre, à l'erreur d'un professionnel.

Peu de problèmes affectent la satisfaction ressentie à l'issue des travaux

Cette satisfaction globale est très élevée. Deux ombres restent cependant au tableau : un manque de service après vente sur les équipements et la moindre disponibilité des professionnels après travaux en cas de besoin. Enfin, pour ceux qui ont droit aux subventions, les délais de paiement demeurent trop longs. ●

LES PRÉCONISATIONS DU CLUB DE L'AMÉLIORATION DE L'HABITAT

La période de gestation des projets étant à haut risque pour la réalisation effective des travaux, il semble prioritaire d'améliorer les interfaces avec les ménages pour faciliter leurs projets et augmenter leur probabilité de lancement.

En premier lieu, la réflexion semble devoir porter sur le professionnel. Mais, s'il est l'interface privilégiée, le professionnel n'est pas le seul contacté et la confiance que lui accorde le particulier est légèrement moins grande que celle qu'il accorde à son entourage ou à un négociant en matériaux ou équipements. D'autre part, vers lui convergent des demandes qui ne sont pas directement de son ressort, même si, pour des recherches plus pointues sur les plans technique, administratif ou financier, l'attention des ménages se tourne également vers d'autres sources d'information : catalogues de fabricants ou de distributeurs, services techniques de mairie ou banques. Si les deux derniers sont plutôt bien notés pour la qualité de leurs conseils, certains progrès restent à faire pour que les catalogues et sites Internet des fabricants répondent aux besoins des ménages. Enfin, il est aussi important de trouver des solutions aux contraintes administratives qui, pour être nécessaires, ne doivent pas cependant se révéler rebutantes.

1 Rassembler les conditions d'une meilleure disponibilité commerciale des professionnels

L'augmentation quantitative de l'offre pourrait diminuer la pression sur les entreprises. Il faut donc à la fois aider la reprise d'entreprises appartenant à de futurs retraités, augmenter la séduction des métiers du bâtiment pour les jeunes en formation et soutenir les jeunes entreprises.

À court terme, des gains de temps sont envisageables en optimisant la productivité des chantiers, en rationalisant l'accueil téléphonique des clients, voire en le partageant au sein de groupements d'entreprises.

2 Accompagner les entreprises, artisans et distributeurs dans leur rôle d'informateurs généralistes

Points de convergence des particuliers, tous ces professionnels peuvent dispenser des informations réglementaires ou ayant trait aux aides financières, lorsqu'elles sont complémentaires avec leurs conseils techniques. Pour les aider dans cette tâche de relais d'information, des supports de communication grand public pourraient être mis au point avec leurs représentants, dans un effort de discours commun avec les administrations.

3 Améliorer l'offre d'information technique faite au grand public

Les distributeurs pourraient soutenir plus fortement les professionnels dans leur rôle de conseil technique reconnu auprès des particuliers.

Deux autres pistes s'ouvrent pour aller au-delà de la simple information et passer au stade du conseil.

- Certains organismes (CAUE, Pact Arim, Habitat & Développement...), ainsi que les négociants, en marge de leur activité auprès des professionnels, pourraient élargir et intensifier leurs conseils aux particuliers.
- Les sites Internet, déjà bien utilisés par les particuliers, pourraient jouer un rôle différent : plutôt que de fournir des informations très pointues mais partielles, ils pourraient s'efforcer de proposer des systèmes de solutions adaptées aux spécificités des logements et mettre en synergie les sites des

marques. Ces sites pourraient également associer à des solutions les professionnels compétents pour leur pose ou leur application.

4 Faciliter l'orientation des ménages vers les professionnels correspondant à leurs besoins

Trouver des professionnels adaptés aux travaux visés et disponibles dans un marché saturé passe souvent par une recherche dans les annuaires. La qualité du travail de rubriquage et de renseignement, le bon référencement de ces annuaires auprès des moteurs de recherche sont donc décisifs.

Mais d'autres voies doivent être explorées. Le développement de systèmes comme le courtage doit être observé attentivement. Les approches commerciales en réseau de professionnels (jeunes entreprises, entreprises complémentaires...), basée sur le volontariat, paraissent prometteuses dans la réponse aux attentes des ménages.

5 Proposer de nouvelles réponses aux demandes des particuliers

La maîtrise d'œuvre spécialisée dans la rénovation pourrait jouer un rôle plus important auprès du grand public. De nouveaux métiers du bâtiment autour du diagnostic accompagné de conseils, de nouvelles formes d'entreprises du bâtiment à service global ou englobant plusieurs corps de métiers complémentaires pourraient aussi voir le jour ou se développer.

6 Travailler sur le suivi des dossiers d'autorisations et d'aides financières

Annoncer des délais réalistes dès la demande de dossier, expliquer les raisons du délai, faire connaître l'état d'avancement du dossier sont des façons plus transparentes de communiquer avec les demandeurs. Si les délais restent trop longs, notamment pour les paiements de subventions, des préfinancements, tels qu'ils existent déjà dans certains cas, pourraient être proposés dès la réception de l'accord.

Les membres du Club de l'Amélioration de l'habitat

- | | |
|-------------------|---------------------|
| ACOME • | LAFARGE • |
| ADEME • | (CIMENTS, |
| ALDES • | COUVERTURE, |
| ANAH • | PLÂTRES) |
| ARCHITECTEURS • | MINEFI • |
| BAXI FRANCE • | PHÉNIX ÉVOLUTION • |
| CAPEB • | PRÉBAT • |
| COBATY FRANCE • | PROMOTÉLEC • |
| CSTB • | PUCA • |
| DAEI • | QUALITEL • |
| DGUHC • | ROCKWOOL • |
| EDF • | SAINT-GOBAIN • |
| FNAS • | (BPB-PLACO, ISOVER, |
| FFB • | WEBER & BROUTIN, |
| GAZ DE FRANCE • | SG GLASS, DSC, |
| GEFOSAT • | POINT P) |
| GROUPE ATLANTIC • | UNTEC • |
| HABITAT • | |
| ET DÉVELOPPEMENT | |

LE CLUB DE L'AMÉLIORATION DE L'HABITAT

c/o Robert Daussy
7, rue Vital-Foucher
92370 Chaville

www.cah.asso.fr

CONTACT

Éric Lagandré
01 43 12 44 19

Conception éditoriale
SVConseil

Création graphique
et réalisation
Claire Péraro