



Communiqué de Presse

23 Août 2016

Amélioration de l'habitat : les femmes privilégient la décoration, les hommes, l'agrandissement et l'agencement

Suresnes, le 23 août 2016 – Une étude internationale GfK révèle les cinq pays les plus intéressés par chacune des catégories relatives à l'amélioration de l'habitat.

Lorsque l'on demande aux internautes des 22 pays interrogés quel aspect de leur habitat ils aimeraient améliorer le plus, les réponses les plus récurrentes sont la décoration intérieure ou le design (39 %), l'agrandissement ou l'agencement (38 %), et le mobilier (35 %).

À l'échelle mondiale, la décoration intérieure recueille le plus grand nombre de réponses parmi les femmes (43 %). Le second choix le plus populaire est le mobilier (40 %), suivi de l'agrandissement et de l'agencement (39 %).

Du côté des hommes, l'agrandissement / l'agencement est l'aspect le plus souvent mentionné, avec 37 % des suffrages. Il est suivi de l'équipement en appareils ménagers et de la décoration intérieure, tous deux choisis par 35 % des hommes interrogés.

À l'échelle internationale, les hommes sont nettement plus intéressés que les femmes par l'amélioration des équipements électroniques : 30 % contre 19 % pour les femmes.

Les pays les plus intéressés par chaque catégorie d'amélioration de l'habitat

Le désir d'améliorer la **décoration intérieure** prédomine en Turquie et en Russie, avec plus de la moitié de la population interrogée en ligne (respectivement 56 % et 55 %).

Pour **l'agrandissement et l'agencement**, Hong Kong (50 %), la Russie et l'Argentine (tous deux à 49 %) arrivent en tête, tandis que le changement de mobilier semble revêtir une plus grande importance en Russie (54 %) et en Turquie (49 %).

GfK France
40, rue Pasteur
CS 90004
92156 Suresnes Cedex
France

Tél. +33 (0)1 74 18 60 02
www.gfk.com

N° TVA : FR 30 702 004 235

SAS au capital de :
76 368€

R.C.S. Nanterre
702 004 235 00116
SIRET : 702 004 235 00116

La Russie et la Chine sont les deux pays dont la population interrogée en ligne souhaite renouveler ses **appareils ménagers**, avec un résultat respectif de 45 et 40 %. Quant à la Corée du Sud (42 %), Hong Kong et la Chine (tous deux à 37 %), ils recueillent le taux de réponse le plus élevé en matière d'amélioration du **niveau général de propreté** de l'habitat.

Concernant l'amélioration **des espaces de rangement** et l'organisation générale de l'habitat, Hong Kong figure encore une fois en tête de liste. Les espaces de rangement ont été choisis par 47 % de la population interrogée en ligne à Hong Kong, puis par le Mexique et l'Argentine avec tous deux 44 %. En ce qui concerne l'organisation générale de l'habitat, 40 % de la population interrogée en ligne à Hong Kong souhaiterait voir cet aspect amélioré et 39% en Corée du Sud.

L'**amélioration du jardin**, de la cour ou de tout autre espace extérieur arrive en tête au Mexique (43 %) et en Australie (38 %), tandis que l'amélioration des équipements électroniques prédomine en Chine (34 %) et au Mexique (30 %).

Les Pays-Bas, le Japon, l'Allemagne, la France et la Belgique se démarquent avec le taux le plus élevé de répondants ne souhaitant changer aucun des aspects cités précédemment.

Plus spécifiquement en France, les femmes sont très intéressées par l'amélioration de la décoration intérieure (41% vs. 25 % pour les hommes), les espaces de rangement (36% vs. 24% pour les hommes) et le mobilier (33% vs. 24%) tandis que les hommes, moins enclins à apporter des modifications, privilégient le jardin (28%, taux similaire aux femmes à 27%) et l'agrandissement (27%, 29% pour les femmes).



Lien vers l'infographie :

http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/website_content/Global_Study/Images/Infographics_Fullsize/Home-Improvement_Country-Top5_Web_RGB_GfK-Infographic.jpg

Les données de cette étude GfK constituent une source précieuse d'informations pour les principaux acteurs de l'amélioration de l'habitat, du mobilier et du bricolage. Elles permettent de comprendre en quoi les aspirations des consommateurs pour leur habitat diffèrent d'un pays à l'autre selon les tranches d'âge et le sexe. En combinant ces données avec le suivi des ventes en points de vente, GfK offre à ses clients une image précise des demandes actuelles et à venir pour chaque marché cible.

Téléchargez les résultats complets pour les 22 pays :

<http://www.gfk.com/global-studies/global-study-overview>

À propos de l'étude

Pour cette étude, GfK a interviewé plus de 27 000 personnes âgées de 15 ans et plus dans 22 pays. Le terrain a été réalisé en Juin 2015 et les données, collectées en ligne, ont été redressées pour les rendre représentatives de la composition démographique de la population online âgée de 15 ans et plus sur chaque marché. Les pays inclus dans ce communiqué de presse sont l'Allemagne, l'Argentine, l'Australie, la Belgique, le Brésil, le Canada, la Chine, la Corée du Sud, l'Espagne, les Etats Unis, la France, Hong Kong, l'Italie, le Japon, le Mexique, les Pays-Bas, la Pologne, la République Tchèque, le Royaume-Uni, la Russie, la Suède et la Turquie.

La question posée était « Quel aspect de votre habitat souhaiteriez-vous améliorer le plus, si vous en aviez l'occasion ? » (sur liste)

Contact Presse France :

GfK Consumer Experiences

Frédérique Bonhomme, Tel : 33 (0) 1 74 18 67 36 /

frederique.bonhomme@gfk.com

Patricia Schmied, Tél : 33 (0)1 74 18 66 99 / patricia.schmied@gfk.com

A propos de GfK

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur www.twitter.com/GfK_en