



“opinionway

MAGASIN PHYSIQUE VERSUS PURE PLAYERS LES MAGASINS DE BRICOLAGE PLEBISCITES PAR LES CLIENTS

Sondage exclusif d'Opinion Way pour la FMB

Parce qu'à l'ère de la digitalisation des points de vente et l'essor des pure players, les usages et comportements des consommateurs évoluent, il est légitime de poser la question de l'avenir du point de vente physique, particulièrement celui des magasins de bricolage traditionnels. Quelle place pour le magasin dans le parcours multicanal ? Comment celui-ci résiste-t-il aux pure players ? Comment repenser l'ensemble du parcours client ?

UNE CERTITUDE : LES FRANÇAIS AIMENT BRICOLER !

Le bricolage est une activité qui plait aux Français (90% d'entre eux déclarent bricoler au moins une fois par an, dont la moitié (51%) régulièrement (au moins une fois par semaine ou une fois par mois). Au-delà des aspects pratiques, la principale motivation pour bricoler est le plaisir (57%), et particulièrement le plaisir d'embellir (44%).

Pour autant, 42% des répondants reconnaissent que le bricolage n'est pas une activité à la portée de tous et nécessite un apprentissage. Les bricoleurs se définissent d'ailleurs eux-mêmes comme étant consciencieux (63%).

ZOOM SUR LE PARCOURS CLIENT : INTERNET ET/OU MAGASIN, LA GSB S'IMPOSE

Au-delà d'être apprécié, le bricolage est une activité loin d'être prise à la légère.

Avant l'achat, le passage par le Net - La réflexion, la recherche de conseils et d'informations sont des comportements massivement présents sur Internet puisque 70% des répondants déclarent se renseigner en ligne avant d'effectuer leurs achats.

Mais la grande surface de bricolage (GSB) reste la référence en matière de recherche d'informations / conseils en ligne puisque les sites internet des GSB sont les plus fréquentés (37%), devançant ainsi les blogs spécialisés (16%), les sites spécialisés bricolage (8%), et les avis sur les réseaux sociaux (5%).

Au moment de l'achat, le magasin est nettement plébiscité – Si les Français plébiscitent majoritairement Internet avant l'achat (70%), la visite en GSB reste le lieu privilégié pour concrétiser ses projets et s'assurer de faire le bon choix (78%).

Les raisons qui expliquent la préférence du bricoleur pour le magasin physique : le contact avec le produit, sa disponibilité immédiate, le conseil et l'agencement des points de vente. Les magasins physiques répondent véritablement aux besoins des clients : ils peuvent y trouver les conseils de professionnels et de passionnés, trouver l'inspiration, prendre les outils en main, et les comparer entre eux. Prendre le temps en point de vente est d'ailleurs une chose dans laquelle ils se retrouvent

particulièrement. Un confort non négligeable pour ceux qui sont incertains de leur achat et peuvent changer d'avis à l'intérieur du magasin.

CONCLUSION : SI LE MAGASIN PHYSIQUE S'IMPOSE COMME LE PASSAGE INCONTOURNABLE DES BRICOLEURS FACE AUX PURE PLAYERS. IN FINE, LE MAGASIN PHYSIQUE ET INTERNET SONT DEUX FORMATS RESOLUMENT COMPLEMENTAIRES.

CONTACT PRESSE : SOURCE

Pour recevoir l'intégralité de l'enquête Opinion Way sur « Le magasin, élément incontournable du parcours d'achat dans le bricolage » et interviewer Frédéric Sambourg, Président de la FMB

Michelle Kamar – 01.53.53.36.84 - michelle@source-rp.com
Sophie Cartier-Bresson – 01.53.53.36.97 – sophie@source-rp.com