

Enquête Opinion Way pour L'Usine à Design :

« Métro, boulot, déco », les Français & Le Design

Baromètre exclusif : 7 Français sur 10 sont intéressés par le design personnalisé

Paris le 16 novembre 2010 – Depuis quelque temps, une tendance de fond s’installe dans le quotidien des Français : ils s’intéressent à leur intérieur et veulent le meubler selon leurs goûts, leurs envies et surtout leur budget. La maison est devenue un véritable refuge en ces temps de crise sociale. Les Français cherchent également des alternatives à la standardisation, l’uniformisation et sont de plus en plus nombreux à vouloir des objets qui leur ressemblent, qui sont tout simplement « beaux à leurs yeux ». Ils souhaitent avoir le choix, pouvoir personnaliser et sortir des sentiers battus des produits proposés dans les magasins traditionnels d’ameublement. Le design représente le beau pour beaucoup de Français interrogés mais il est difficile d’allier meubles design de qualité et prix abordable dans l’imaginaire collectif.

L’enquête éditée par [L'Usine à Design](#), site Web communautaire et d’achat d’objets design personnalisables, en partenariat avec Opinion Way est une nouveauté dans le secteur de l’ameublement. Cette première enquête du genre permet de comprendre la relation et la perception qu’ont les Français avec le design, et ce qu’ils en attendent. Cette enquête démontre aussi l’évolution des comportements en ce qui concerne l’acte d’achat et le mode de consommation de meubles. Le design personnalisé et participatif a de beaux jours devant lui.

Les résultats de l’enquête Opinion Way/L'Usine à Design :

Les Français parlent de design :

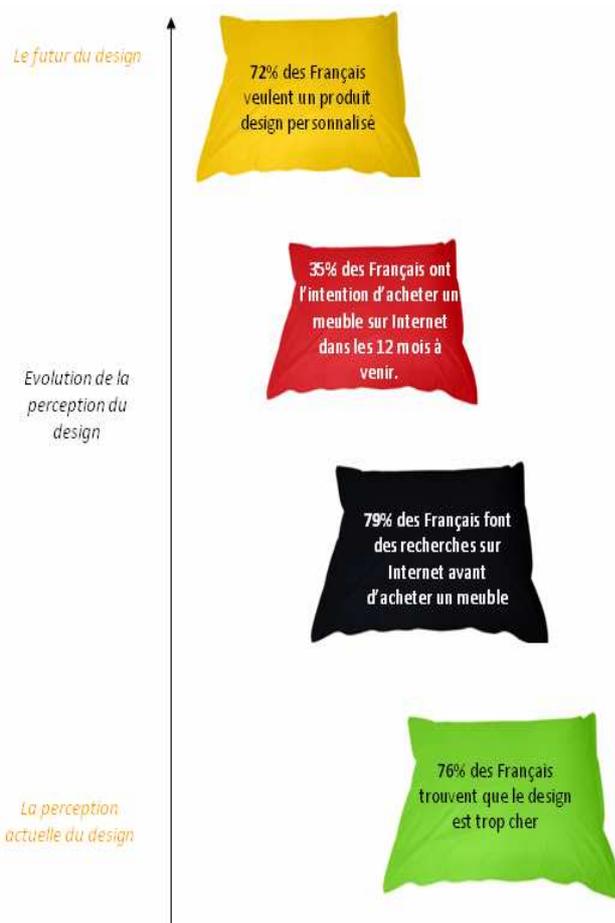
Ainsi, le design est largement perçu par les Français comme un domaine « élitiste » et artistique et pas vraiment adapté à leur intérieur : ils sont **68%** à trouver les objets design beaux mais ils sont **55%** à estimer que ce type d’objets n’est pas fait pour eux. En effet, **76%** des Français trouvent que le design est trop cher et ils sont **53%** à penser qu’il ne s’agit que d’objets fonctionnels, sans chaleur ni émotion.

La tendance du design personnalisable :

Pour rendre le design abordable et le faire coïncider avec les exigences d’identification aux acheteurs, il faut que celui-ci soit littéralement adapté à eux. Ainsi, ils sont **72%** à vouloir un produit design personnalisé. Le fait de pouvoir choisir la couleur, les finitions ou encore la taille du meuble permet aux Français de pouvoir se reconnaître dans leur achat et de le modeler à leur façon. A cela, s’ajoutent **35%** des répondants qui déclarent avoir l’intention d’acheter un meuble ou un objet de décoration sur Internet dans les 12 mois à venir.

Ce que les Français attendent du design et de la déco :

On voit donc ici apparaître la tendance du meuble comme véritable objet affectif, racontant l’histoire de ceux qui le possèdent. Il ne s’agit pas seulement d’avoir des meubles beaux, il faut qu’ils correspondent à la personnalité de ses acheteurs :





95% des sondés veulent un produit qui ira bien chez eux et surtout un produit de qualité pour **89%** d'entre eux. Cette recherche du meuble parfait est donc un acte réfléchi puisqu'ils sont **82%** à acheter un meuble pour répondre à un besoin précis. Un achat qui ne se fait pas à la légère : **79%** des Français font des recherches sur Internet avant d'acheter un meuble ou un objet de décoration.

La révolution semble en marche. Les actes d'achat et mode de consommation tendent à évoluer pour répondre aux besoins d'identification du consommateur et de personnalisation de son « chez soi » que chacun veut unique, différent et original. Les Français ne se retrouvent plus dans les chaînes d'ameublement proposant des produits standardisés et perçoivent le design comme trop distant de leurs préoccupations. Ainsi, l'enquête démontre le poids d'Internet qui s'affirme comme la solution pour informer les consommateurs sur les produits design, pour les faire participer à la création d'objets et de meubles design. Ils entendent trouver et donner du sens à leur déco, et veulent être acteurs de leur choix qu'ils personnalisent à l'extrême pour exprimer « qui ils sont vraiment ». Enfin, il ressort de cette enquête que la personnalisation représente le futur de l'ameublement, une alternative à l'offre traditionnelle pour les consommateurs devenus des « consomm'acteurs » responsables.

L'intégralité de l'étude est disponible sur simple demande auprès de l'agence de presse

*Étude réalisée par Opinion Way pour L'Usine à Design auprès d'un échantillon de **1034 personnes** âgées de 18 ans et plus, représentatif de la population française, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge et de catégorie socioprofessionnelle, après stratification par région.*

Mode d'interrogation: L'échantillon a été interrogé en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

*Dates de terrain: les interviews ont été réalisées du **24 au 27 août 2010**.*

A propos de L'Usine à Design :

Lancée en septembre 2009 par 4 associés, L'Usine à Design (<http://www.usineadesign.com/>) est une plateforme Internet marchande et communautaire venue révolutionner le monde de la décoration et de l'e-commerce en proposant aux internautes des objets originaux, uniques...le tout à prix d'usine. Le site offre ainsi à ses membres la possibilité d'exprimer librement leur singularité, et de laisser vivre leurs envies pour faire de leur intérieur un espace unique et entièrement à leur image. Pour rendre possible la personnalisation des meubles et l'édition de designers, les équipes de L'Usine à Design ont tissé un réseau de partenaires industriels de premier plan, soigneusement choisis pour leur capacité à jouer leur jeu du concept de L'Usine à Design : personnalisation avancée des produits, commande à chaque fois différente, édition de designers...

L'Usine à Design s'est muée en mai 2010 en SA à Directoire et Conseil de surveillance et a procédé à sa première levée de fonds, d'un montant de 1,6 million d'euros auprès du CM-CIC Capital Privé.

L'Usine à Design en chiffres clés

- 500 millions de combinaisons de personnalisation disponibles
- ½ million d'inscrits
- 90% de commandes personnalisées
- 300 000 visiteurs par mois
- Première levée de fonds : 1,6 millions d'euros
- Près de 2 500 fans sur la page Facebook de L'Usine à Design