

Le « *Do It Yourself* » et le bien-être

Septembre 2025





La méthodologie

opinionway

Crédits : dev-asongbam

La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Cricut »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1 030 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 17 au 18 septembre 2025**.

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 : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Le profil de l'échantillon

opinionway

Crédits : adobe stock

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE

Sexe %

Hommes	48%
Femmes	52%

Age %

18 à 24 ans	10%
25 à 34 ans	15%
35 à 49 ans	24%
50 à 64 ans	24%
65 ans et plus	27%

Région %

Ile-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%

Activité professionnelle %

Catégories socioprofessionnelles supérieures 29%

Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
Professions libérales / Cadres	10%
Professions intermédiaires	15%

Catégories populaires 29%

Employés	17%
Ouvriers	12%

Inactifs 42%

Retraités	28%
Autres inactifs	14%

Taille d'agglomération %

Une commune rurale	21%
De 2000 à 19 999 habitants	18%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%



Les résultats

opinionway

Crédits : adobe stock



1

Les perceptions
sur les *activités*
manuelles

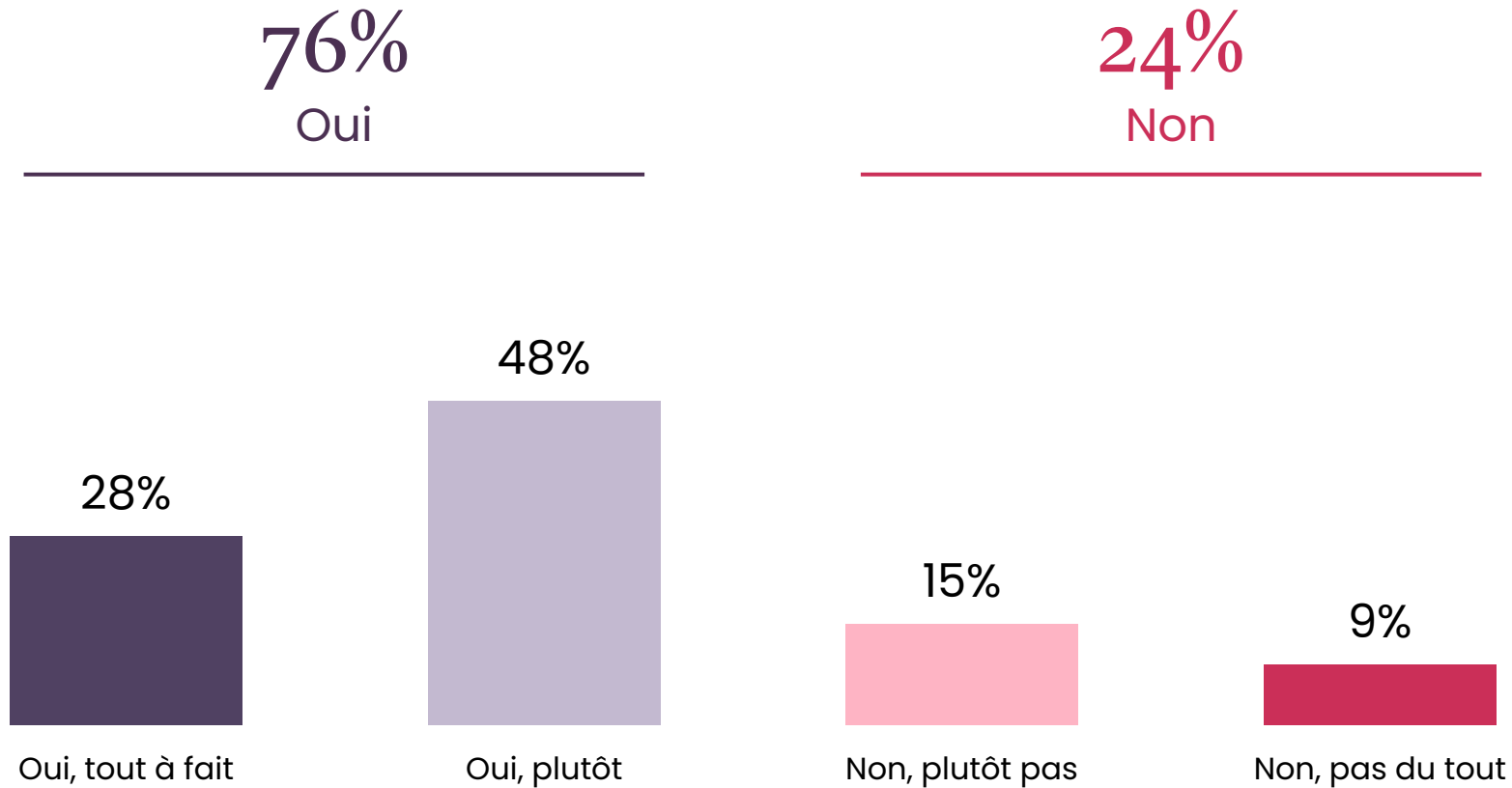


Le bricolage et les activités manuelles comme vecteurs de recentrage personnel

Q. Diriez-vous que créer de vos propres mains (bricolage, jardinage, customisation, etc.) est un moyen de vous recentrer ?



1030
personnes





Le bricolage et les activités manuelles comme vecteurs de recentrage personnel



Q. Diriez-vous que créer de vos propres mains (bricolage, jardinage, customisation, etc.) est un moyen de vous recentrer ?

1030
personnes

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	76%	79%	71%	78%	84%	76%	74%	71%	77%	81%	71%
...Oui, tout à fait	28%	29%	26%	31%	33%	25%	26%	28%	26%	29%	28%
...Oui, plutôt	48%	50%	45%	47%	51%	51%	48%	43%	51%	52%	43%
Sous-total Non	24%	20%	29%	22%	16%	24%	26%	28%	23%	19%	29%
...Non, plutôt pas	15%	12%	19%	15%	10%	18%	15%	16%	15%	13%	17%
...Non, pas du tout	9%	8%	10%	7%	6%	6%	11%	12%	8%	6%	12%

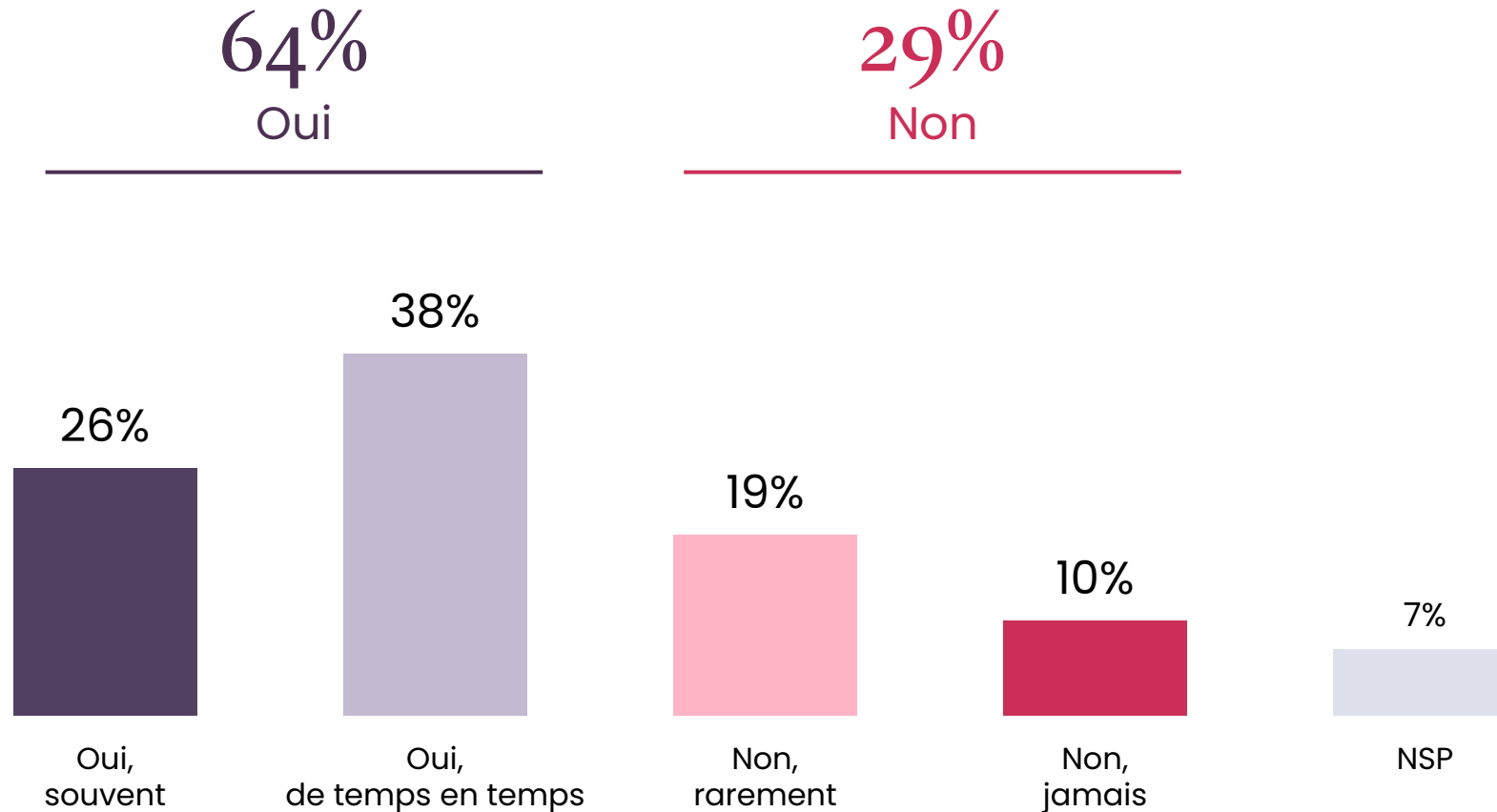


La déconnexion positive par la création manuelle et artisanale



1030
personnes

Q. Avez-vous déjà ressenti une sensation de déconnexion positive (oubli du temps, des écrans, immersion totale) en créant des choses de vos propres mains (bricolage, jardinage, customisation, etc.) ?





La déconnexion positive par la création manuelle et artisanale



1030
personnes

Q. Avez-vous déjà ressenti une sensation de déconnexion positive (oubli du temps, des écrans, immersion totale) en créant des choses de vos propres mains (bricolage, jardinage, customisation, etc.) ?

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	64%	66%	62%	69%	74%	63%	61%	59%	69%	63%	60%
...Oui, souvent	26%	23%	28%	29%	33%	22%	27%	23%	26%	24%	26%
...Oui, de temps en temps	38%	43%	34%	40%	41%	41%	34%	36%	43%	39%	34%
Sous-total Non	29%	27%	30%	20%	21%	29%	33%	33%	22%	29%	34%
...Non, rarement	19%	18%	20%	16%	15%	20%	21%	19%	15%	19%	22%
...Non, jamais	10%	9%	10%	4%	6%	9%	12%	14%	7%	10%	12%

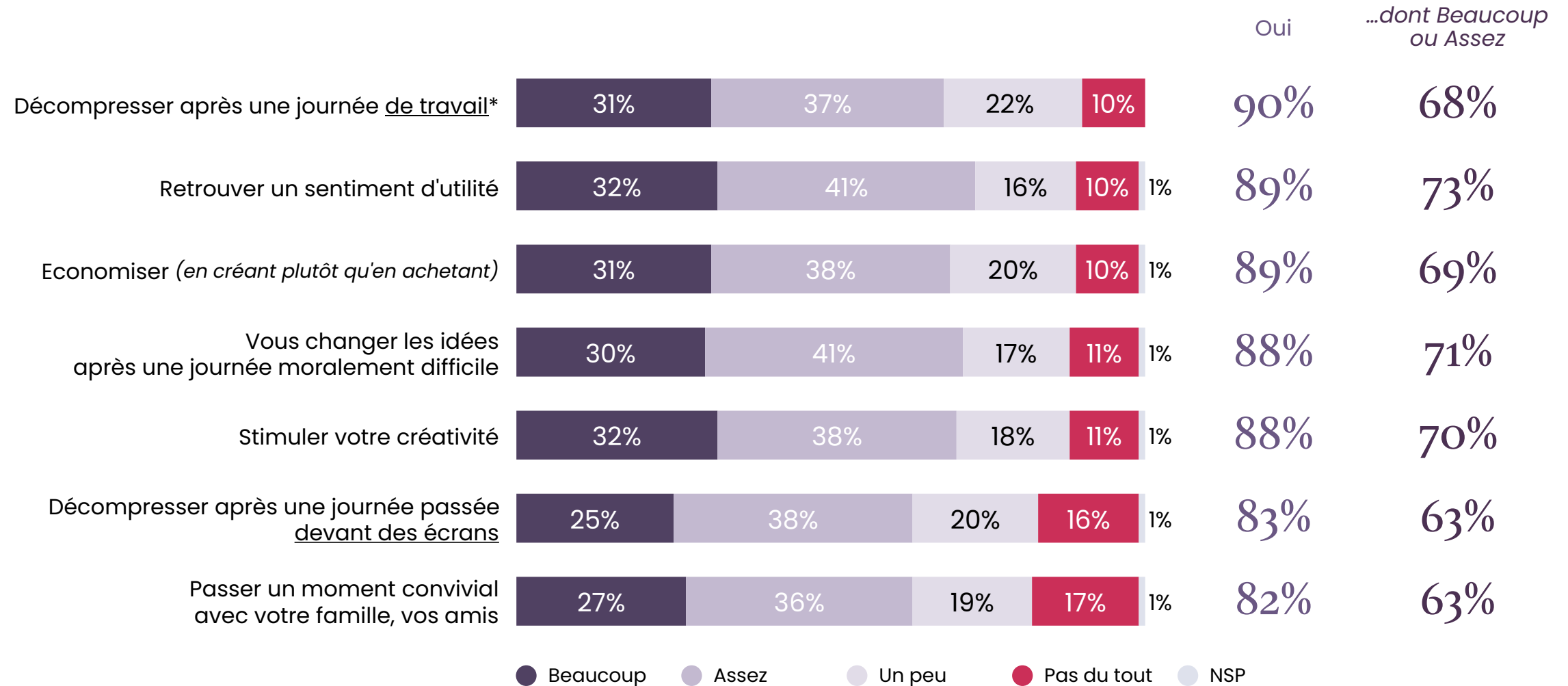


Les bienfaits des activités manuelles sur le bien-être et le quotidien



1030
personnes

Q. Créer des choses de vos propres mains (bricoler, jardiner, customiser...) vous aide-t-il à... ?





Les bienfaits des activités manuelles sur le bien-être et le quotidien



1030
personnes

Q. Créer des choses de vos propres mains (bricoler, jardiner, customiser...) vous aide-t-il à... ?

	% Oui	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Décompresser après une journée <u>de travail</u> *	90%	90%	89%	89%	91%	91%	87%	**	87%	92%	-
Retrouver un sentiment d'utilité	89%	88%	90%	91%	93%	90%	87%	87%	87%	92%	87%
Economiser (en créant plutôt qu'en achetant)	89%	93%	86%	91%	90%	90%	89%	85%	89%	93%	85%
Vous changer les idées après une journée moralement difficile	88%	87%	88%	92%	91%	89%	87%	84%	88%	91%	85%
Stimuler votre créativité	88%	89%	87%	89%	92%	92%	86%	85%	88%	92%	85%
Décompresser après une journée passée <u>devant des écrans</u>	83%	83%	83%	91%	88%	84%	80%	79%	83%	86%	81%
Passer un moment convivial avec votre famille, vos amis	82%	83%	83%	79%	90%	88%	77%	80%	84%	86%	79%



Les bienfaits des activités manuelles sur le bien-être et le quotidien



1030
personnes

Q. Créer des choses de vos propres mains (bricoler, jardiner, customiser...) vous aide-t-il à... ?

	% Beaucoup ou Assez	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Retrouver un sentiment d'utilité	73%	73%	73%	77%	80%	70%	72%	71%	73%	75%	70%
Vous changer les idées après une journée moralement difficile	71%	68%	72%	75%	78%	72%	70%	64%	76%	75%	64%
Stimuler votre créativité	70%	69%	70%	83%	82%	68%	64%	65%	71%	73%	66%
Economiser (en créant plutôt qu'en achetant)	69%	73%	66%	69%	71%	69%	69%	68%	69%	72%	67%
Décompresser après une journée de travail*	68%	67%	69%	74%	73%	63%	69%	**	67%	69%	-
Passer un moment convivial avec votre famille, vos amis	63%	62%	65%	68%	74%	62%	59%	61%	63%	67%	61%
Décompresser après une journée passée devant des écrans	63%	62%	64%	68%	72%	65%	60%	58%	69%	67%	57%

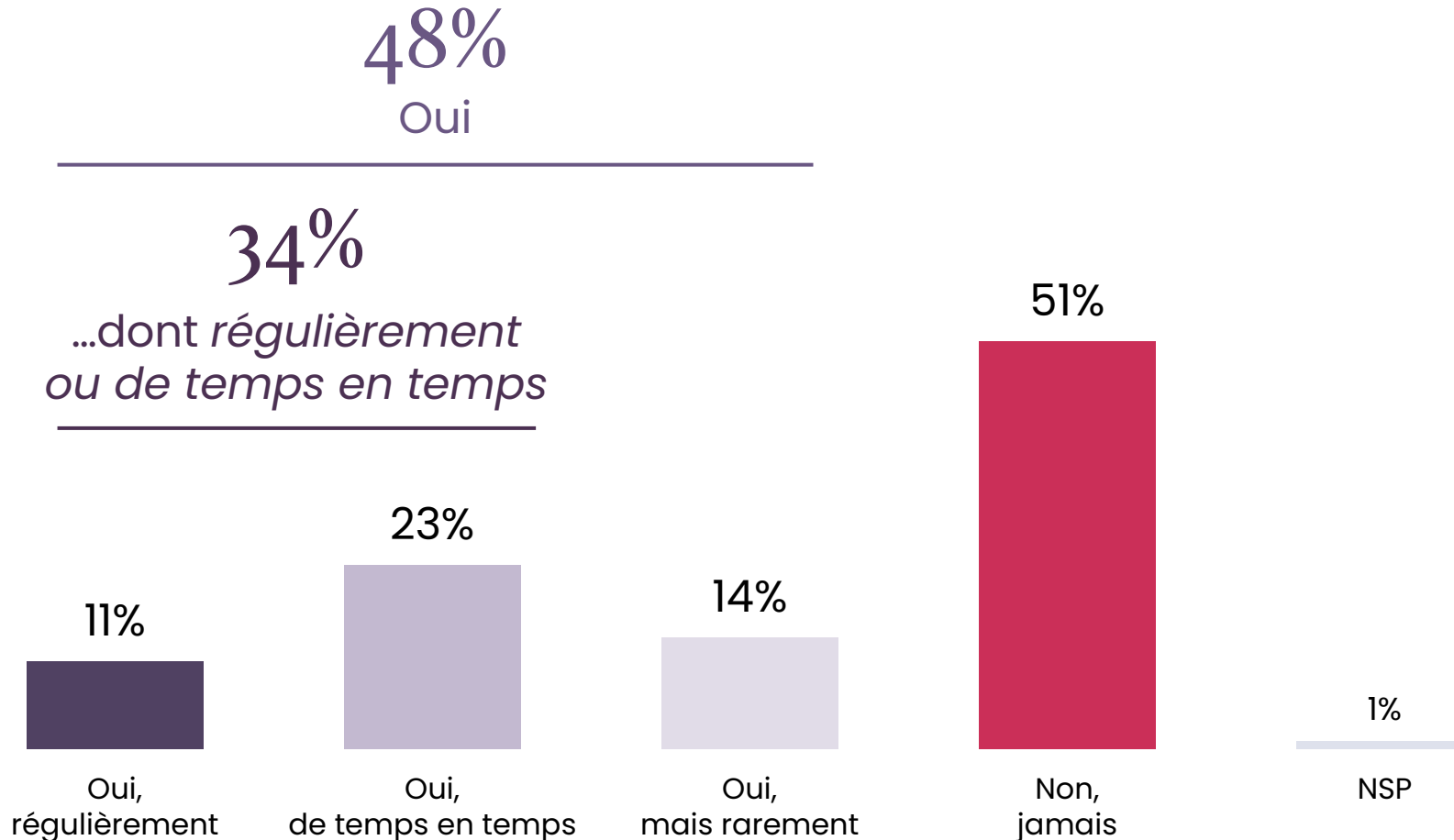


Le bricolage et les activités manuelles comme échappatoire aux réseaux sociaux

Q. Vous arrive-t-il de vous lancer dans du bricolage, du jardinage, de la customisation juste pour décrocher des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok...) ?



1030
personnes





Le bricolage et les activités manuelles comme échappatoire aux réseaux sociaux



1030
personnes

Q. Vous arrive-t-il de vous lancer dans du bricolage, du jardinage, de la customisation juste pour décrocher des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok...) ?

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	48%	46%	49%	77%	69%	52%	42%	28%	50%	60%	37%
...dont Régulièrement ou de temps en temps	34%	34%	33%	56%	56%	35%	27%	19%	37%	42%	25%
...Oui, régulièrement	11%	11%	11%	13%	24%	7%	10%	8%	13%	13%	8%
...Oui, de temps en temps	23%	23%	22%	43%	32%	28%	17%	11%	24%	29%	17%
...Oui, mais rarement	14%	12%	16%	21%	13%	17%	15%	9%	13%	18%	12%
Non, jamais	51%	53%	51%	21%	31%	48%	58%	71%	49%	40%	62%

2



Les perceptions
sur les *activités DIY*



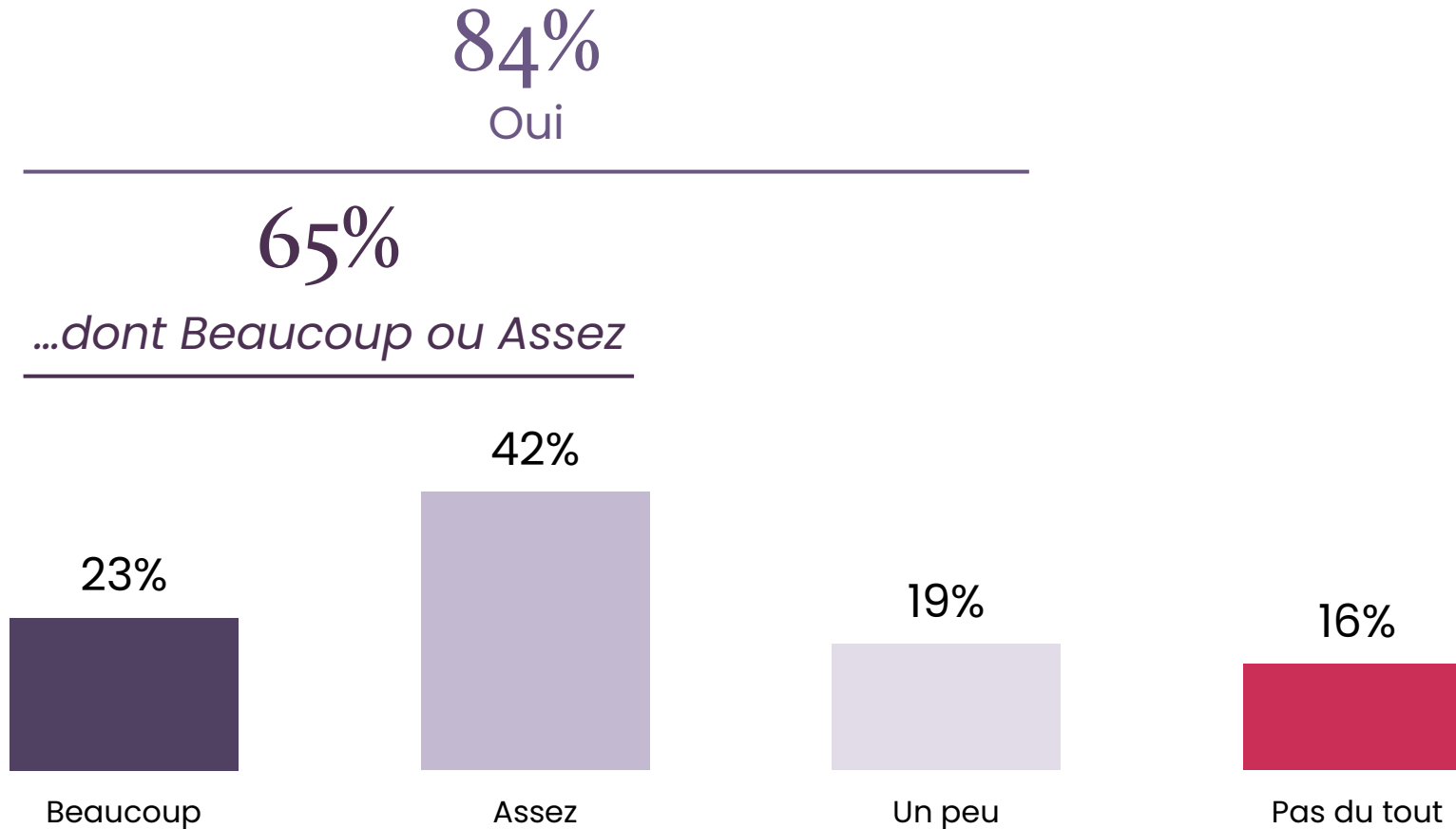
L'impact du DIY sur le renforcement de la confiance en soi



1030
personnes

Le DIY (acronyme de l'anglais Do It Yourself, « fais-le toi-même ») désigne le fait de concevoir, fabriquer, transformer ou réparer des objets de la vie courante par ses propres moyens, sans recourir à un produit ou un service déjà prêt. Cette pratique englobe aussi bien le bricolage, la décoration, la couture, le jardinage que des formes plus créatives ou artistiques.

Q. Selon vous, le DIY contribue-t-il à améliorer votre confiance en vous ?





L'impact du DIY sur le renforcement de la confiance en soi

Le DIY (acronyme de l'anglais Do It Yourself, « fais-le toi-même ») désigne le fait de concevoir, fabriquer, transformer ou réparer des objets de la vie courante par ses propres moyens, sans recourir à un produit ou un service déjà prêt. Cette pratique englobe aussi bien le bricolage, la décoration, la couture, le jardinage que des formes plus créatives ou artistiques.

Q. Selon vous, le DIY contribue-t-il à améliorer votre confiance en vous ?



1030
personnes

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	84%	84%	84%	93%	91%	89%	82%	74%	89%	88%	77%
...dont Beaucoup ou Assez	65%	66%	65%	72%	74%	69%	62%	57%	69%	70%	59%
...Beaucoup	23%	23%	23%	27%	32%	19%	21%	21%	25%	22%	22%
...Assez	42%	43%	42%	45%	42%	50%	41%	36%	44%	48%	37%
...Un peu	19%	18%	19%	21%	17%	20%	20%	17%	20%	18%	18%
Pas du tout	16%	16%	16%	7%	9%	11%	18%	26%	11%	12%	23%

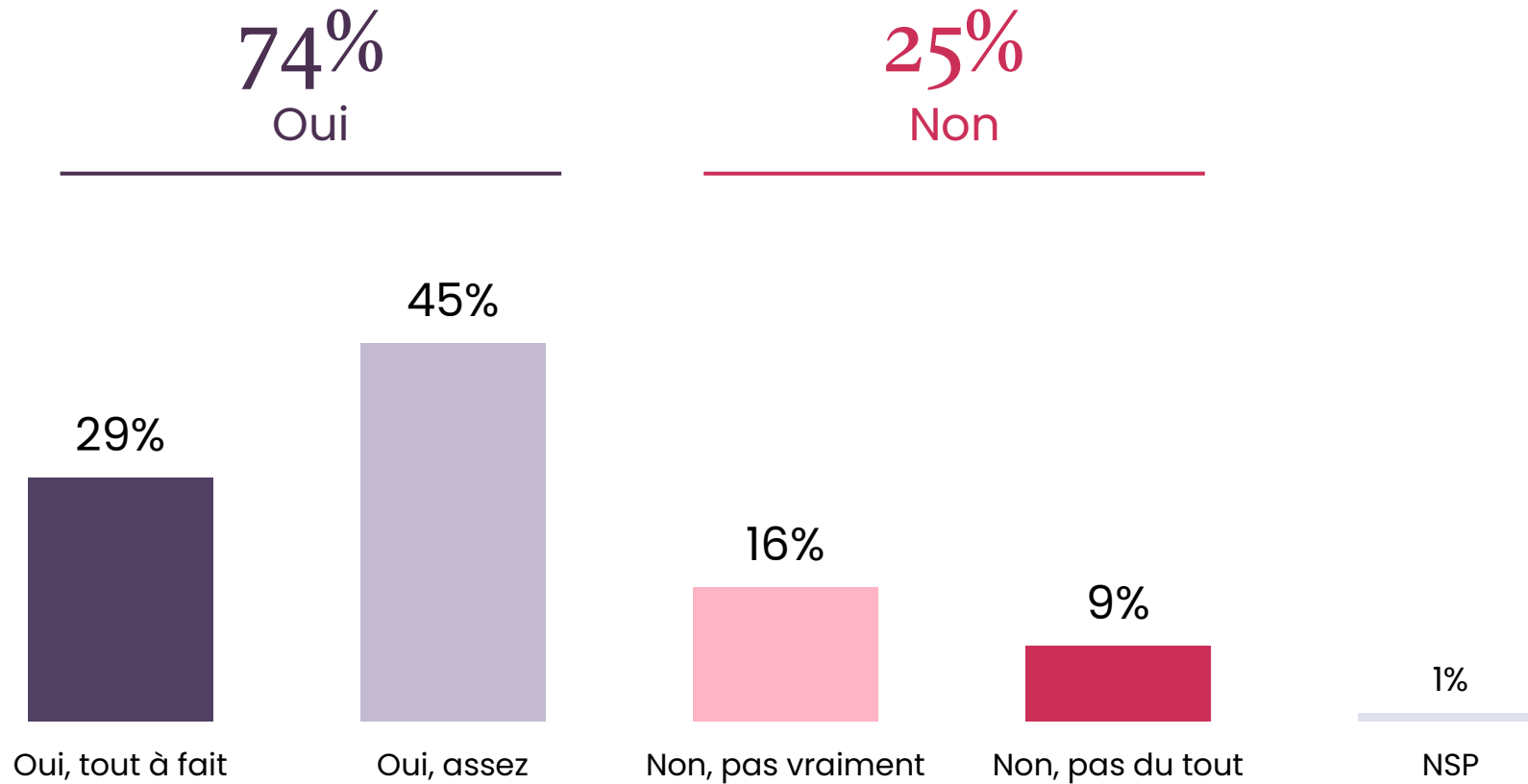


Le DIY comme levier de déconnexion et d'épanouissement personnel



1030
personnes

Q. Pratiquer le DIY vous semble-t-il être un bon moyen de déconnecter du quotidien et de cultiver votre bien-être ?





Le DIY comme levier de déconnexion et d'épanouissement personnel

Q. Pratiquer le DIY vous semble-t-il être un bon moyen de déconnecter du quotidien et de cultiver votre bien-être ?



1030
personnes

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	74%	73%	75%	83%	75%	81%	71%	67%	76%	77%	70%
...Oui, tout à fait	29%	27%	30%	36%	32%	26%	29%	26%	30%	29%	27%
...Oui, assez	45%	46%	45%	47%	43%	55%	42%	41%	46%	48%	43%
Sous-total Non	25%	26%	24%	13%	23%	19%	28%	32%	23%	22%	28%
...Non, pas du tout	9%	10%	9%	3%	6%	7%	12%	13%	9%	7%	11%
...Non, pas vraiment	16%	16%	15%	10%	17%	12%	16%	19%	14%	15%	17%



3

Les cadeaux *personnalisés*

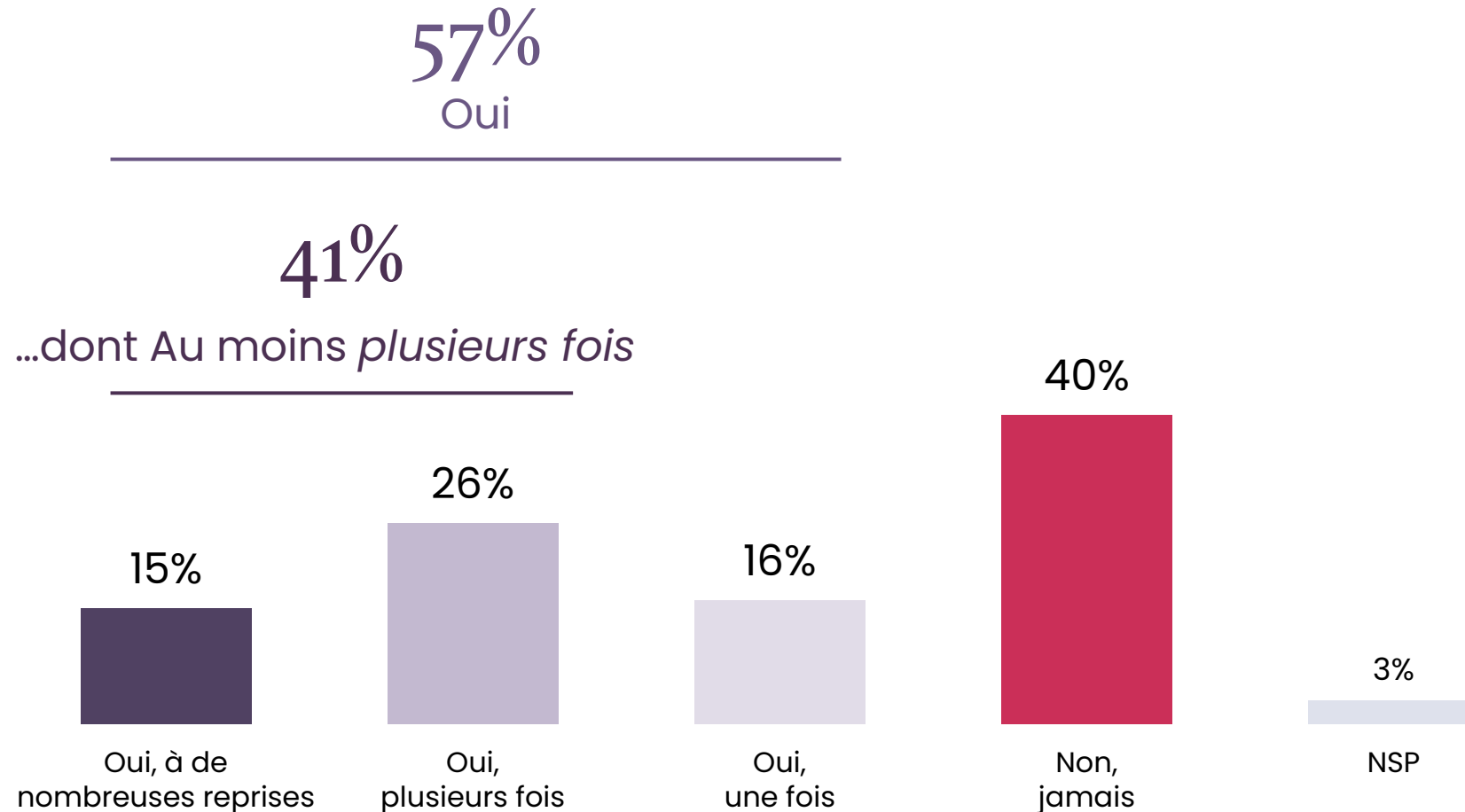


La création de cadeaux personnalisés à offrir



1030
personnes

Q. Avez-vous déjà créé un cadeau unique et personnalisé que vous avez offert par la suite ?





La création de cadeaux personnalisés à offrir



1030
personnes

Q. Avez-vous déjà créé un cadeau unique et personnalisé que vous avez offert par la suite ?

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	57%	50%	64%	85%	72%	61%	50%	41%	61%	60%	52%
...dont Au moins plusieurs fois	41%	35%	48%	63%	56%	42%	38%	30%	46%	41%	39%
...Oui, à de nombreuses reprises	15%	10%	20%	27%	23%	11%	14%	12%	15%	16%	15%
...Oui, plusieurs fois	26%	25%	28%	36%	33%	31%	24%	18%	31%	25%	24%
...Oui, une fois	16%	15%	16%	22%	16%	19%	12%	11%	15%	19%	13%
Non, jamais	40%	48%	34%	10%	26%	38%	47%	56%	36%	39%	45%

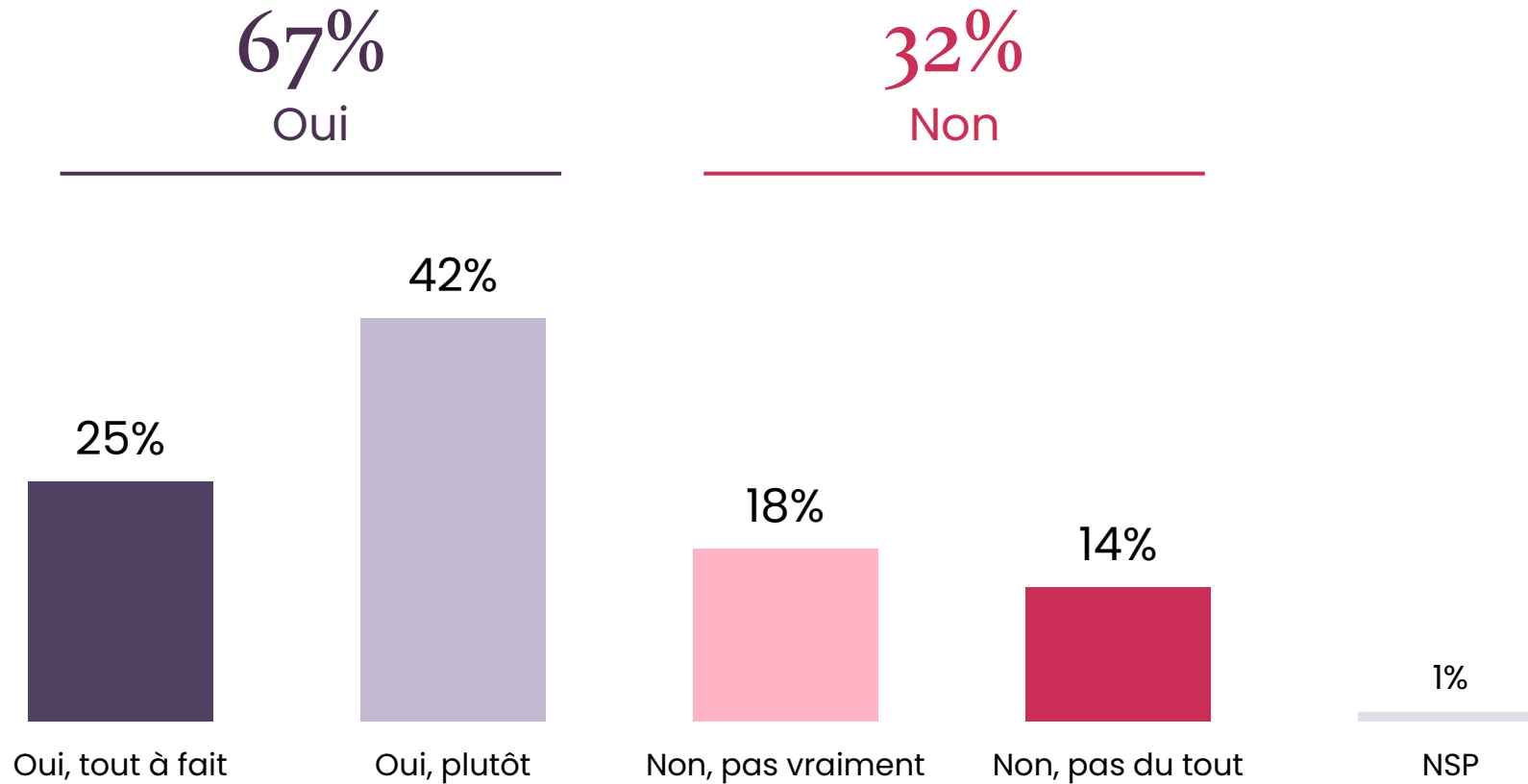


La satisfaction liée à la création de cadeaux uniques et artisanaux



1030
personnes

Q. Créer un cadeau unique, fait-main et qui est introuvable en magasin, est-il source de satisfaction pour vous, un peu comme une récompense ?





La satisfaction liée à la création de cadeaux uniques et artisanaux

Q. Créer un cadeau unique, fait-main et qui est introuvable en magasin, est-il source de satisfaction pour vous, un peu comme une récompense ?



1030
personnes

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	67%	63%	70%	79%	72%	71%	65%	57%	69%	72%	62%
...Oui, tout à fait	25%	19%	30%	40%	29%	21%	24%	21%	26%	25%	24%
...Oui, plutôt	42%	44%	40%	39%	43%	50%	41%	36%	43%	47%	38%
Sous-total Non	32%	36%	28%	19%	26%	28%	33%	41%	31%	27%	36%
...Non, pas du tout	14%	16%	12%	5%	9%	10%	14%	22%	12%	11%	17%
...Non, pas vraiment	18%	20%	16%	14%	17%	18%	19%	19%	19%	16%	19%

opinionway'

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

Enable today, shape tomorrow

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration – 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons *connectés* !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Vos contacts OpinionWay

Eléonore Quarré

Responsable des études Société
equare@opinion-way.com

Claire d'Estais

Chargée d'études – Pôle Opinion
cdestais@opinion-way.com

Tel. +33 1 81 81 83 00

ESOMAR²⁵
Corporate

