

opinionway,

— POUR —

Sofinscope

LE BAROMÈTRE DE LA CONSO ET DU QUOTIDIEN  
PAR SOFINCO

# Les Français et le *budget ameublement*

Février 2026



Photo de Spacejoy sur Unsplash



opinionway

Crédits : dev-asongbam

# La méthodologie

# La méthodologie

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

« Sondage OpinionWay pour Sofinco »

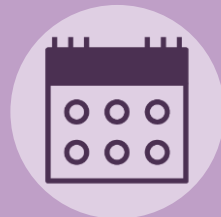
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Echantillon de **3 017 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 23 au 30 janvier 2026**.  
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** : 0,8 à 1,8 points au plus pour un échantillon de 3 000 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                                                                           | 25% |
| 65 ans et plus                                                                        | 26% |

|  Activité professionnelle | %          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>                                                          | <b>30%</b> |
| Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise                                                   | 4%         |
| Professions libérales / Cadres                                                                               | 11%        |
| Professions intermédiaires                                                                                   | 15%        |
| <b>Catégories populaires</b>                                                                                 | <b>28%</b> |
| Employés                                                                                                     | 16%        |
| Ouvriers                                                                                                     | 12%        |
| <b>Inactifs</b>                                                                                              | <b>42%</b> |
| Retraités                                                                                                    | 28%        |
| Autres inactifs                                                                                              | 14%        |

# Le profil de l'échantillon

Population française  
âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE

|  Région | %   |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Île-de-France                                                                            | 18% |
| Centre-Val de Loire                                                                      | 4%  |
| Bourgogne-Franche-Comté                                                                  | 4%  |
| Normandie                                                                                | 5%  |
| Hauts-de-France                                                                          | 9%  |
| Grand Est                                                                                | 9%  |
| Pays de la Loire                                                                         | 6%  |
| Bretagne                                                                                 | 5%  |
| Nouvelle-Aquitaine                                                                       | 10% |
| Occitanie                                                                                | 9%  |
| Auvergne-Rhône-Alpes                                                                     | 12% |
| Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse                                                      | 9%  |

|  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% |

**Pour répondre aux objectifs de l'étude, les habitants des petites régions ont été surreprésentés dans l'échantillon afin de disposer d'un nombre d'interviews suffisant pour analyser les résultats dans chaque région.** Le poids de chaque région a ensuite été corrigé dans l'échantillon global, afin que chaque région retrouve son poids réel.

Les résultats sont donc bien représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus.



# Les résultats

**opinionway**

Crédits : adobe stock



1

Le logement  
comme espace  
de projection  
personnelle

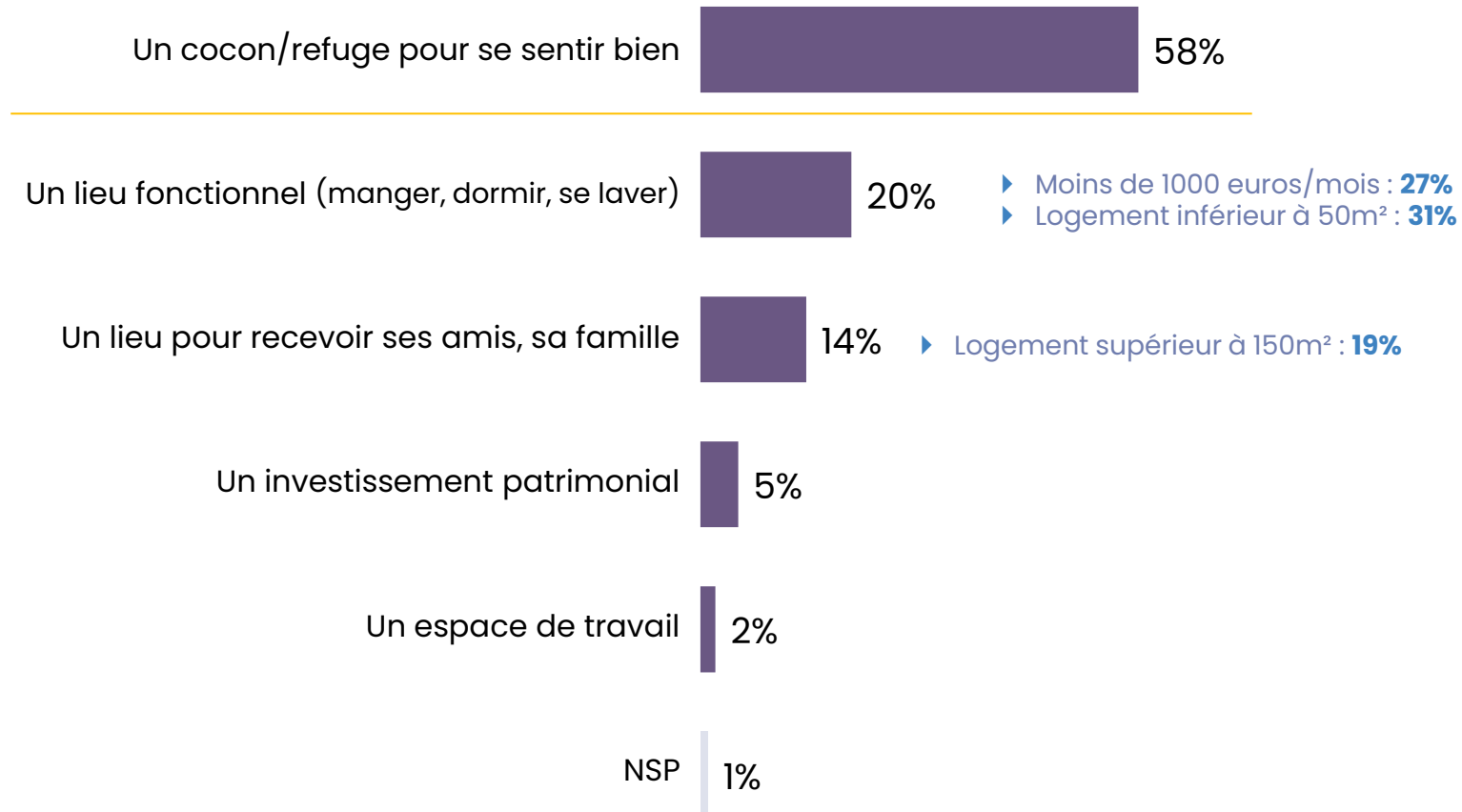


# Le rapport à son logement

Q. Pour vous, votre logement est avant tout... ?



3017  
personnes



# ” Le rapport à son logement

Q. Pour vous, votre logement est avant tout... ?



3017  
personnes

|                                                   | % Total    | SEXE  |       | ÂGE       |           |           |           |                | STATUT |      |         |
|---------------------------------------------------|------------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|--------|------|---------|
|                                                   |            | Homme | Femme | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et plus | CSP+   | CSP- | Inactif |
| Un cocon/refuge pour se sentir bien               | <b>58%</b> | 50%   | 64%   | 42%       | 52%       | 62%       | 60%       | 60%            | 59%    | 58%  | 57%     |
| Un lieu fonctionnel<br>(manger, dormir, se laver) | <b>20%</b> | 25%   | 16%   | 24%       | 22%       | 19%       | 19%       | 20%            | 19%    | 20%  | 20%     |
| Un lieu pour recevoir ses amis,<br>sa famille     | <b>14%</b> | 16%   | 12%   | 19%       | 14%       | 12%       | 15%       | 13%            | 13%    | 15%  | 14%     |
| Un investissement patrimonial                     | <b>5%</b>  | 6%    | 4%    | 5%        | 5%        | 4%        | 5%        | 7%             | 6%     | 4%   | 6%      |
| Un espace de travail                              | <b>2%</b>  | 3%    | 2%    | 6%        | 6%        | 2%        | 1%        | –              | 3%     | 3%   | 1%      |

# ” Le rapport à son logement

Q. Pour vous, votre logement est avant tout... ?



3017  
personnes

|                                                   | % Total    | STATUT D'OCCUPATION DU LOGEMENT |           | TYPOLOGIE DU FOYER                                    |                                    |                                                             |                                                                   |
|---------------------------------------------------|------------|---------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
|                                                   |            | Propriétaire                    | Locataire | Célibataire<br>(célibataire, sans enfant et vit seul) | DINK<br>(en couple et sans enfant) | Famille<br>(en couple, avec enfant de - de 18 ans au foyer) | Empty Nester<br>(en couple, dont les enfants ont quitté le foyer) |
| Un cocon/refuge pour se sentir bien               | <b>58%</b> | 59%                             | 56%       | 50%                                                   | 65%                                | 58%                                                         | 59%                                                               |
| Un lieu fonctionnel<br>(manger, dormir, se laver) | <b>20%</b> | 15%                             | 26%       | 28%                                                   | 20%                                | 18%                                                         | 17%                                                               |
| Un lieu pour recevoir ses amis,<br>sa famille     | <b>14%</b> | 15%                             | 12%       | 13%                                                   | 10%                                | 14%                                                         | 16%                                                               |
| Un investissement patrimonial                     | <b>5%</b>  | 8%                              | 2%        | 3%                                                    | 3%                                 | 6%                                                          | 7%                                                                |
| Un espace de travail                              | <b>2%</b>  | 2%                              | 3%        | 4%                                                    | 1%                                 | 3%                                                          | 1%                                                                |



# Le rapport à son logement



3017  
personnes

Q. Pour vous, votre logement est avant tout... ?

|                                                   | % Total | RÉGION        |                       |                         |           |                 |           |                  |          |                    |           |                      |                                         |
|---------------------------------------------------|---------|---------------|-----------------------|-------------------------|-----------|-----------------|-----------|------------------|----------|--------------------|-----------|----------------------|-----------------------------------------|
|                                                   |         | Île-de-France | Centre - Val de Loire | Bourgogne-Franche-Comté | Normandie | Hauts-de-France | Grand Est | Pays de la Loire | Bretagne | Nouvelle-Aquitaine | Occitanie | Auvergne-Rhône-Alpes | Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse |
| Un cocon/refuge pour se sentir bien               | 58%     | 52%           | 60%                   | 60%                     | 50%       | 64%             | 56%       | 56%              | 57%      | 61%                | 60%       | 58%                  | 59%                                     |
| Un lieu fonctionnel<br>(manger, dormir, se laver) | 20%     | 23%           | 17%                   | 22%                     | 20%       | 15%             | 21%       | 20%              | 23%      | 20%                | 18%       | 20%                  | 20%                                     |
| Un lieu pour recevoir ses amis,<br>sa famille     | 14%     | 13%           | 15%                   | 13%                     | 17%       | 15%             | 15%       | 17%              | 13%      | 12%                | 12%       | 17%                  | 12%                                     |
| Un investissement patrimonial                     | 5%      | 6%            | 4%                    | 3%                      | 8%        | 3%              | 5%        | 5%               | 6%       | 4%                 | 7%        | 3%                   | 7%                                      |
| Un espace de travail                              | 2%      | 5%            | 2%                    | 2%                      | 3%        | 3%              | 3%        | 1%               | 1%       | 1%                 | 2%        | 1%                   | 2%                                      |



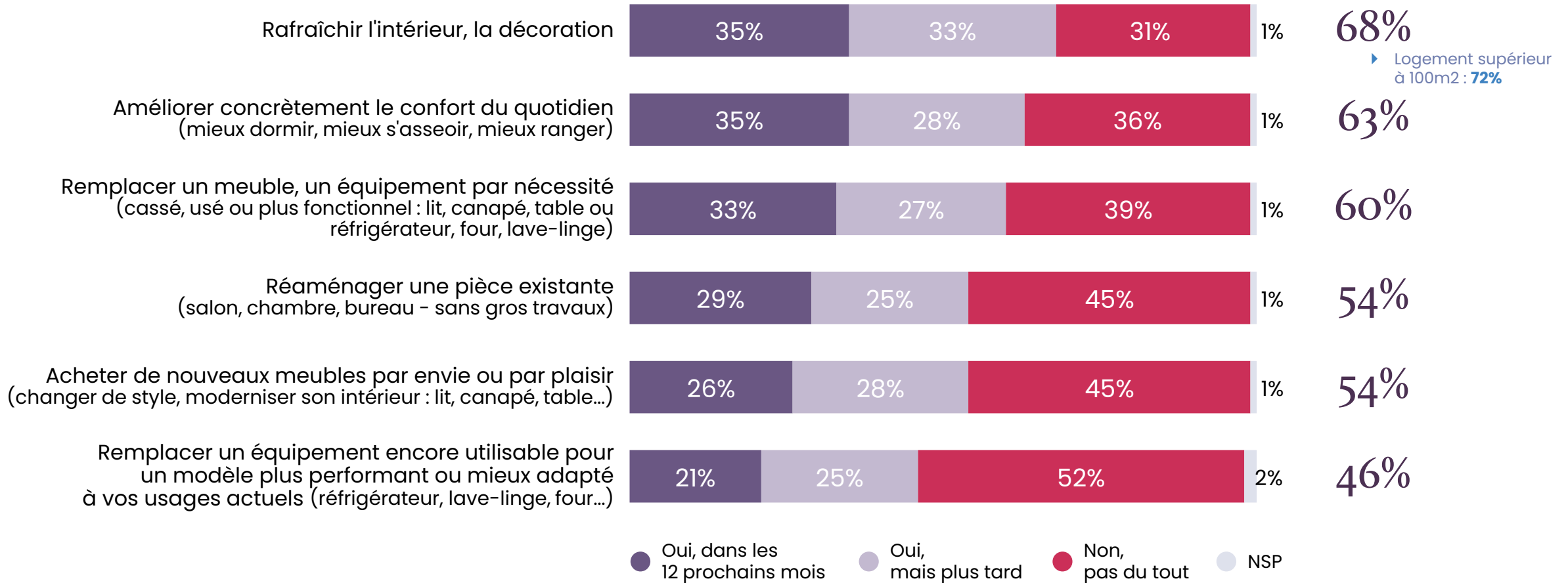
# Les projets envisagés dans son logement



3017  
personnes

Q. Envisagez-vous concrètement les projets suivants pour votre logement ?

Oui





# Les projets envisagés dans son logement



3017  
personnes

Q. Envisagez-vous concrètement les projets suivants pour votre logement ?

|                                                                                                               | % Oui | SEXE  |       | ÂGE       |           |           |           |                | STATUT |      |         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|--------|------|---------|
|                                                                                                               |       | Homme | Femme | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et plus | CSP+   | CSP- | Inactif |
| Rafraîchir l'intérieur, la décoration                                                                         | 68%   | 68%   | 68%   | 79%       | 77%       | 66%       | 66%       | 63%            | 72%    | 68%  | 65%     |
| Améliorer concrètement le confort du quotidien                                                                | 63%   | 63%   | 63%   | 81%       | 79%       | 66%       | 59%       | 47%            | 68%    | 69%  | 54%     |
| Remplacer un meuble, un équipement par nécessité                                                              | 60%   | 60%   | 60%   | 76%       | 71%       | 62%       | 57%       | 48%            | 63%    | 65%  | 53%     |
| Réaménager une pièce existante                                                                                | 54%   | 53%   | 54%   | 73%       | 67%       | 56%       | 50%       | 38%            | 62%    | 56%  | 46%     |
| Acheter de nouveaux meubles par envie ou par plaisir                                                          | 54%   | 53%   | 55%   | 77%       | 73%       | 57%       | 50%       | 35%            | 61%    | 60%  | 44%     |
| Remplacer un équipement encore utilisable pour un modèle plus performant ou mieux adapté à vos usages actuels | 46%   | 51%   | 43%   | 71%       | 63%       | 47%       | 38%       | 35%            | 52%    | 48%  | 41%     |



# Les projets envisagés dans son logement



3017  
personnes

Q. Envisagez-vous concrètement les projets suivants pour votre logement ?

|                                                                                                               | % Oui | STATUT D'OCCUPATION DU LOGEMENT |           | TYPOLOGIE DU FOYER                                    |                                    |                                                             |                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                               |       | Propriétaire                    | Locataire | Célibataire<br>(célibataire, sans enfant et vit seul) | DINK<br>(en couple et sans enfant) | Famille<br>(en couple, avec enfant de - de 18 ans au foyer) | Empty Nester<br>(en couple, dont les enfants dont quitté le foyer) |
| Rafraîchir l'intérieur, la décoration                                                                         | 68%   | 71%                             | 65%       | 61%                                                   | 66%                                | 77%                                                         | 66%                                                                |
| Améliorer concrètement le confort du quotidien                                                                | 63%   | 60%                             | 67%       | 68%                                                   | 62%                                | 73%                                                         | 51%                                                                |
| Remplacer un meuble, un équipement par nécessité                                                              | 60%   | 57%                             | 64%       | 59%                                                   | 60%                                | 69%                                                         | 52%                                                                |
| Réaménager une pièce existante                                                                                | 54%   | 55%                             | 50%       | 48%                                                   | 52%                                | 68%                                                         | 46%                                                                |
| Acheter de nouveaux meubles par envie ou par plaisir                                                          | 54%   | 52%                             | 58%       | 55%                                                   | 54%                                | 68%                                                         | 41%                                                                |
| Remplacer un équipement encore utilisable pour un modèle plus performant ou mieux adapté à vos usages actuels | 46%   | 45%                             | 48%       | 46%                                                   | 48%                                | 57%                                                         | 37%                                                                |



# Les projets envisagés dans son logement



3017  
personnes

Q. Envisagez-vous concrètement les projets suivants pour votre logement ?

|                                                                                                               | % Oui | RÉGION        |                       |                         |           |                 |           |                  |          |                    |           |                      |                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------|-----------------------|-------------------------|-----------|-----------------|-----------|------------------|----------|--------------------|-----------|----------------------|-----------------------------------------|
|                                                                                                               |       | Île-de-France | Centre - Val de Loire | Bourgogne-Franche-Comté | Normandie | Hauts-de-France | Grand Est | Pays de la Loire | Bretagne | Nouvelle-Aquitaine | Occitanie | Auvergne-Rhône-Alpes | Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse |
| Rafraîchir l'intérieur, la décoration                                                                         | 68%   | 71%           | 77%                   | 69%                     | 69%       | 70%             | 72%       | 69%              | 63%      | 65%                | 63%       | 66%                  | 67%                                     |
| Améliorer concrètement le confort du quotidien                                                                | 63%   | 64%           | 65%                   | 60%                     | 61%       | 66%             | 65%       | 61%              | 58%      | 58%                | 60%       | 67%                  | 63%                                     |
| Remplacer un meuble, un équipement par nécessité                                                              | 60%   | 63%           | 55%                   | 59%                     | 58%       | 62%             | 62%       | 57%              | 53%      | 57%                | 58%       | 62%                  | 59%                                     |
| Réaménager une pièce existante                                                                                | 54%   | 54%           | 52%                   | 46%                     | 53%       | 54%             | 59%       | 57%              | 53%      | 56%                | 52%       | 52%                  | 49%                                     |
| Acheter de nouveaux meubles par envie ou par plaisir                                                          | 54%   | 58%           | 56%                   | 50%                     | 57%       | 52%             | 54%       | 48%              | 51%      | 52%                | 55%       | 55%                  | 54%                                     |
| Remplacer un équipement encore utilisable pour un modèle plus performant ou mieux adapté à vos usages actuels | 46%   | 55%           | 45%                   | 36%                     | 41%       | 46%             | 43%       | 46%              | 40%      | 46%                | 45%       | 44%                  | 50%                                     |

2



Entre envie et  
réalité : quand le  
budget reconfigure  
les projets



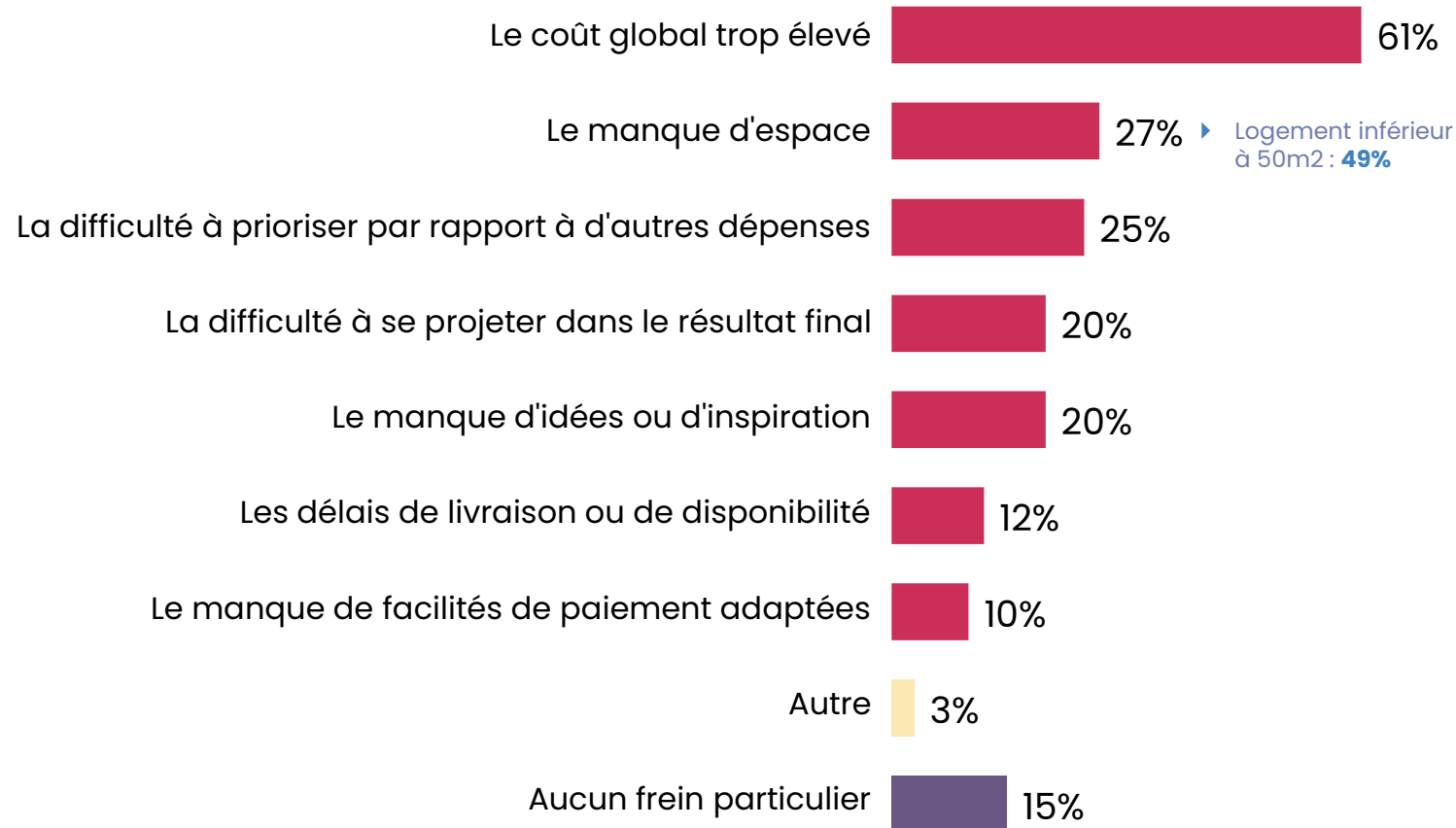
# Les freins rencontrés lors d'un projet d'ameublement



3017  
personnes

Q. Lorsque vous avez un projet d'ameublement ou d'équipement pour votre logement, quels freins rencontrez-vous le plus souvent ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



Logement inférieur à 50m2 : 49%

85%  
identifient  
au moins  
un frein



# Les freins rencontrés lors d'un projet d'ameublement



3017  
personnes

Q. Lorsque vous avez un projet d'ameublement ou d'équipement pour votre logement, quels freins rencontrez-vous le plus souvent ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

|                                                           | % Total    | SEXE       |            | ÂGE        |            |            |            |                | STATUT     |            |            |
|-----------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------|------------|------------|------------|
|                                                           |            | Homme      | Femme      | 18-24 ans  | 25-34 ans  | 35-49 ans  | 50-64 ans  | 65 ans et plus | CSP+       | CSP-       | Inactif    |
| <b>Sous-total Au moins un frein</b>                       | <b>85%</b> | <b>81%</b> | <b>89%</b> | <b>94%</b> | <b>96%</b> | <b>91%</b> | <b>85%</b> | <b>70%</b>     | <b>89%</b> | <b>93%</b> | <b>76%</b> |
| Le coût global trop élevé                                 | <b>61%</b> | 57%        | 65%        | 58%        | 65%        | 71%        | 63%        | 49%            | 60%        | 71%        | 55%        |
| Le manque d'espace                                        | <b>27%</b> | 26%        | 28%        | 41%        | 38%        | 29%        | 24%        | 15%            | 26%        | 34%        | 22%        |
| La difficulté à prioriser par rapport à d'autres dépenses | <b>25%</b> | 23%        | 26%        | 29%        | 28%        | 26%        | 22%        | 22%            | 25%        | 27%        | 24%        |
| La difficulté à se projeter dans le résultat final        | <b>20%</b> | 21%        | 20%        | 25%        | 24%        | 20%        | 18%        | 19%            | 23%        | 15%        | 22%        |
| Le manque d'idées ou d'inspiration                        | <b>20%</b> | 20%        | 20%        | 28%        | 23%        | 22%        | 19%        | 15%            | 22%        | 22%        | 17%        |
| Les délais de livraison ou de disponibilité               | <b>12%</b> | 11%        | 12%        | 19%        | 21%        | 12%        | 10%        | 5%             | 15%        | 13%        | 8%         |
| Le manque de facilités de paiement adaptées               | <b>10%</b> | 9%         | 11%        | 16%        | 14%        | 9%         | 10%        | 6%             | 11%        | 11%        | 8%         |
| Autre                                                     | <b>3%</b>  | 3%         | 3%         | 1%         | 1%         | 3%         | 4%         | 4%             | 3%         | 2%         | 3%         |
| <b>Aucun frein particulier</b>                            | <b>15%</b> | <b>19%</b> | <b>11%</b> | <b>6%</b>  | <b>4%</b>  | <b>9%</b>  | <b>15%</b> | <b>30%</b>     | <b>11%</b> | <b>7%</b>  | <b>23%</b> |

# ” Les freins rencontrés lors d’un projet d’ameublement



3017  
personnes

Q. Lorsque vous avez un projet d’ameublement ou d’équipement pour votre logement, quels freins rencontrez-vous le plus souvent ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

|                                                              | % Total    | STATUT D'OCCUPATION DU LOGEMENT |            | TYPOLOGIE DU FOYER                                       |                                       |                                                                |                                                                       |
|--------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------|------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|                                                              |            | Propriétaire                    | Locataire  | Célibataire<br>(célibataire, sans<br>enfant et vit seul) | DINK<br>(en couple<br>et sans enfant) | Famille<br>(en couple, avec enfant<br>de - de 18 ans au foyer) | Empty Nester<br>(en couple, dont les enfants<br>dont quitté le foyer) |
| <b>Sous-total Au moins un frein</b>                          | <b>85%</b> | <b>82%</b>                      | <b>90%</b> | <b>89%</b>                                               | <b>86%</b>                            | <b>94%</b>                                                     | <b>74%</b>                                                            |
| Le coût global trop élevé                                    | <b>61%</b> | 58%                             | 65%        | 66%                                                      | 60%                                   | 68%                                                            | 51%                                                                   |
| Le manque d'espace                                           | <b>27%</b> | 19%                             | 37%        | 37%                                                      | 30%                                   | 28%                                                            | 16%                                                                   |
| La difficulté à prioriser par rapport<br>à d'autres dépenses | <b>25%</b> | 25%                             | 25%        | 23%                                                      | 28%                                   | 27%                                                            | 23%                                                                   |
| La difficulté à se projeter dans le résultat<br>final        | <b>20%</b> | 21%                             | 18%        | 18%                                                      | 22%                                   | 21%                                                            | 20%                                                                   |
| Le manque d'idées ou d'inspiration                           | <b>20%</b> | 21%                             | 18%        | 20%                                                      | 21%                                   | 22%                                                            | 17%                                                                   |
| Les délais de livraison ou de disponibilité                  | <b>12%</b> | 10%                             | 14%        | 14%                                                      | 9%                                    | 15%                                                            | 7%                                                                    |
| Le manque de facilités de paiement<br>adaptées               | <b>10%</b> | 8%                              | 14%        | 9%                                                       | 10%                                   | 12%                                                            | 7%                                                                    |
| Autre                                                        | <b>3%</b>  | 3%                              | 2%         | 3%                                                       | 4%                                    | 2%                                                             | 3%                                                                    |
| <b>Aucun frein particulier</b>                               | <b>15%</b> | <b>18%</b>                      | <b>10%</b> | <b>11%</b>                                               | <b>14%</b>                            | <b>6%</b>                                                      | <b>26%</b>                                                            |



# Les freins rencontrés lors d'un projet d'ameublement



3017  
personnes

Q. Lorsque vous avez un projet d'ameublement ou d'équipement pour votre logement, quels freins rencontrez-vous le plus souvent ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

|                                                           | % Total    | RÉGION        |                       |                         |            |                 |            |                  |            |                    |            |                      |                                         |
|-----------------------------------------------------------|------------|---------------|-----------------------|-------------------------|------------|-----------------|------------|------------------|------------|--------------------|------------|----------------------|-----------------------------------------|
|                                                           |            | Île-de-France | Centre - Val de Loire | Bourgogne-Franche-Comté | Normandie  | Hauts-de-France | Grand Est  | Pays de la Loire | Bretagne   | Nouvelle-Aquitaine | Occitanie  | Auvergne-Rhône-Alpes | Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse |
| <b>Sous-total Au moins un frein</b>                       | <b>85%</b> | <b>85%</b>    | <b>89%</b>            | <b>79%</b>              | <b>85%</b> | <b>88%</b>      | <b>88%</b> | <b>83%</b>       | <b>80%</b> | <b>81%</b>         | <b>84%</b> | <b>89%</b>           | <b>83%</b>                              |
| Le coût global trop élevé                                 | <b>61%</b> | 53%           | 71%                   | 62%                     | 65%        | 67%             | 66%        | 57%              | 57%        | 59%                | 63%        | 62%                  | 65%                                     |
| Le manque d'espace                                        | <b>27%</b> | 34%           | 28%                   | 19%                     | 26%        | 24%             | 24%        | 27%              | 17%        | 26%                | 24%        | 26%                  | 29%                                     |
| La difficulté à prioriser par rapport à d'autres dépenses | <b>25%</b> | 25%           | 27%                   | 26%                     | 25%        | 29%             | 28%        | 25%              | 21%        | 24%                | 22%        | 26%                  | 20%                                     |
| La difficulté à se projeter dans le résultat final        | <b>20%</b> | 25%           | 20%                   | 19%                     | 18%        | 17%             | 23%        | 20%              | 20%        | 16%                | 20%        | 23%                  | 14%                                     |
| Le manque d'idées ou d'inspiration                        | <b>20%</b> | 22%           | 15%                   | 12%                     | 22%        | 17%             | 20%        | 19%              | 25%        | 22%                | 22%        | 20%                  | 21%                                     |
| Les délais de livraison ou de disponibilité               | <b>12%</b> | 17%           | 4%                    | 7%                      | 11%        | 14%             | 10%        | 8%               | 7%         | 13%                | 8%         | 13%                  | 10%                                     |
| Le manque de facilités de paiement adaptées               | <b>10%</b> | 8%            | 14%                   | 11%                     | 12%        | 10%             | 11%        | 10%              | 7%         | 11%                | 12%        | 8%                   | 11%                                     |
| Autre                                                     | <b>3%</b>  | 3%            | 4%                    | 1%                      | 1%         | 2%              | 3%         | 4%               | 3%         | 4%                 | 3%         | 2%                   | 3%                                      |
| <b>Aucun frein particulier</b>                            | <b>15%</b> | <b>15%</b>    | <b>11%</b>            | <b>20%</b>              | <b>15%</b> | <b>12%</b>      | <b>12%</b> | <b>17%</b>       | <b>20%</b> | <b>19%</b>         | <b>16%</b> | <b>11%</b>           | <b>17%</b>                              |

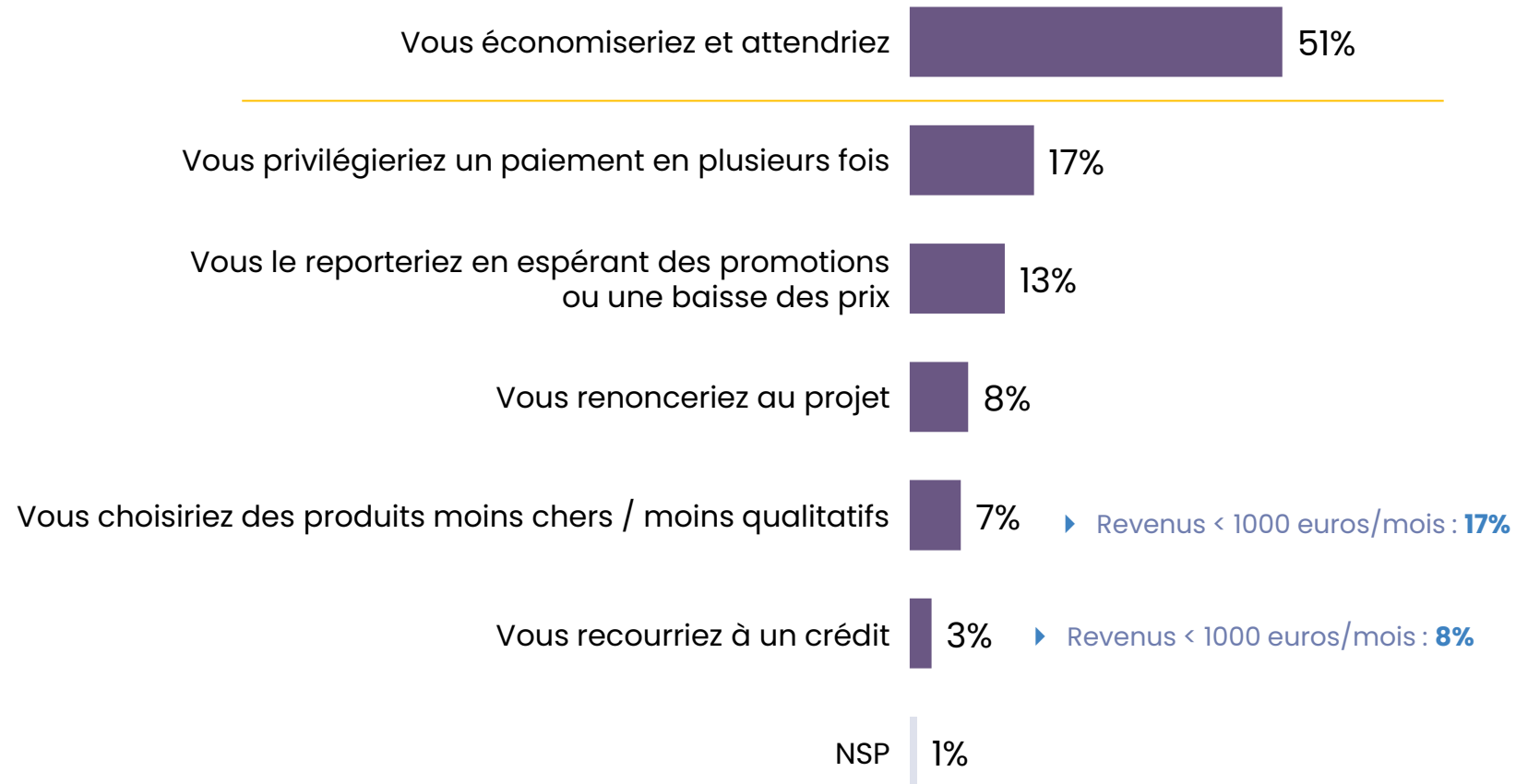


# Les actions menées en cas de dépassement du budget d'ameublement



3017  
personnes

Q. Si un projet d'ameublement important dépassait votre budget immédiat, que feriez-vous ?





# Les actions menées en cas de dépassement du budget d'ameublement



3017  
personnes

Q. Si un projet d'ameublement important dépassait votre budget immédiat, que feriez-vous ?

|                                                                       | % Total | SEXE  |       | ÂGE       |           |           |           |                | STATUT |      |         |
|-----------------------------------------------------------------------|---------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|--------|------|---------|
|                                                                       |         | Homme | Femme | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et plus | CSP+   | CSP- | Inactif |
| Vous économiseriez et attendriez                                      | 51%     | 50%   | 52%   | 60%       | 58%       | 55%       | 50%       | 41%            | 56%    | 53%  | 47%     |
| Vous privilégieriez un paiement en plusieurs fois                     | 17%     | 19%   | 16%   | 16%       | 16%       | 14%       | 17%       | 22%            | 16%    | 18%  | 18%     |
| Vous le reporteriez en espérant des promotions ou une baisse des prix | 13%     | 12%   | 14%   | 5%        | 6%        | 11%       | 17%       | 18%            | 10%    | 11%  | 16%     |
| Vous renonceriez au projet                                            | 8%      | 9%    | 7%    | 4%        | 4%        | 8%        | 9%        | 12%            | 6%     | 7%   | 10%     |
| Vous choisiriez des produits moins chers / moins qualitatifs          | 7%      | 6%    | 8%    | 8%        | 9%        | 10%       | 5%        | 5%             | 7%     | 9%   | 6%      |
| Vous recourriez à un crédit                                           | 3%      | 3%    | 3%    | 6%        | 6%        | 2%        | 2%        | 2%             | 4%     | 2%   | 3%      |



# Les actions menées en cas de dépassement du budget d'ameublement



3017  
personnes

Q. Si un projet d'ameublement important dépassait votre budget immédiat, que feriez-vous ?

|                                                                          | % Total | STATUT D'OCCUPATION DU LOGEMENT |           | TYPOLOGIE DU FOYER                                       |                                       |                                                                |                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------|---------|---------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|                                                                          |         | Propriétaire                    | Locataire | Célibataire<br>(célibataire, sans<br>enfant et vit seul) | DINK<br>(en couple<br>et sans enfant) | Famille<br>(en couple, avec enfant<br>de - de 18 ans au foyer) | Empty Nester<br>(en couple, dont les enfants<br>dont quitté le foyer) |
| Vous économiseriez et attendriez                                         | 51%     | 52%                             | 47%       | 56%                                                      | 54%                                   | 55%                                                            | 45%                                                                   |
| Vous privilégieriez un paiement en<br>plusieurs fois                     | 17%     | 17%                             | 19%       | 13%                                                      | 21%                                   | 17%                                                            | 20%                                                                   |
| Vous le reporteriez en espérant des<br>promotions ou une baisse des prix | 13%     | 13%                             | 13%       | 12%                                                      | 10%                                   | 8%                                                             | 17%                                                                   |
| Vous renonceriez au projet                                               | 8%      | 7%                              | 9%        | 8%                                                       | 8%                                    | 6%                                                             | 9%                                                                    |
| Vous choisiriez des produits moins<br>chers / moins qualitatifs          | 7%      | 7%                              | 9%        | 8%                                                       | 5%                                    | 10%                                                            | 6%                                                                    |
| Vous recourriez à un crédit                                              | 3%      | 3%                              | 3%        | 3%                                                       | 2%                                    | 4%                                                             | 2%                                                                    |



# Les actions menées en cas de dépassement du budget d'ameublement



3017  
personnes

Q. Si un projet d'ameublement important dépassait votre budget immédiat, que feriez-vous ?

|                                                                       | % Total | RÉGION        |                       |                         |           |                 |           |                  |          |                    |           |                      |                                         |
|-----------------------------------------------------------------------|---------|---------------|-----------------------|-------------------------|-----------|-----------------|-----------|------------------|----------|--------------------|-----------|----------------------|-----------------------------------------|
|                                                                       |         | Île-de-France | Centre - Val de Loire | Bourgogne-Franche-Comté | Normandie | Hauts-de-France | Grand Est | Pays de la Loire | Bretagne | Nouvelle-Aquitaine | Occitanie | Auvergne-Rhône-Alpes | Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse |
| Vous économiseriez et attendriez                                      | 51%     | 50%           | 57%                   | 45%                     | 47%       | 51%             | 51%       | 52%              | 59%      | 50%                | 51%       | 52%                  | 51%                                     |
| Vous privilégieriez un paiement en plusieurs fois                     | 17%     | 20%           | 15%                   | 18%                     | 22%       | 18%             | 17%       | 17%              | 11%      | 19%                | 18%       | 17%                  | 11%                                     |
| Vous le reporteriez en espérant des promotions ou une baisse des prix | 13%     | 11%           | 14%                   | 22%                     | 13%       | 9%              | 14%       | 13%              | 12%      | 14%                | 13%       | 10%                  | 19%                                     |
| Vous renonceriez au projet                                            | 8%      | 6%            | 6%                    | 7%                      | 5%        | 9%              | 6%        | 8%               | 10%      | 8%                 | 10%       | 10%                  | 11%                                     |
| Vous choisiriez des produits moins chers / moins qualitatifs          | 7%      | 8%            | 6%                    | 5%                      | 10%       | 9%              | 8%        | 6%               | 6%       | 6%                 | 7%        | 8%                   | 6%                                      |
| Vous recourriez à un crédit                                           | 3%      | 4%            | 1%                    | 2%                      | 2%        | 4%              | 4%        | 3%               | 1%       | 3%                 | 1%        | 3%                   | 2%                                      |



3

S'adapter pour  
ne pas renoncer :  
nouvelles logiques  
financières



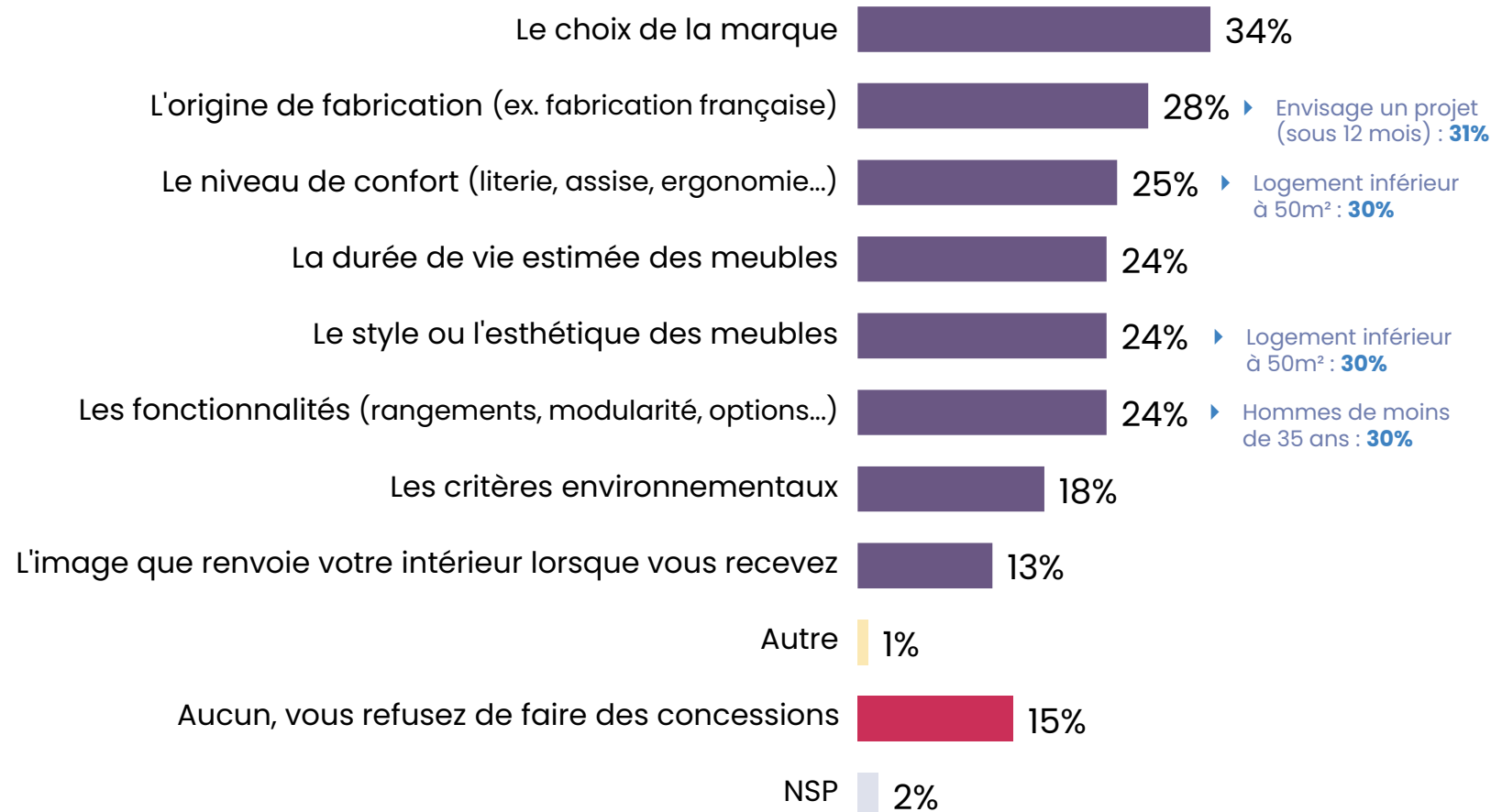
# Les concessions acceptées en cas de contrainte budgétaire



3017  
personnes

Q. Lorsque vous devez respecter un budget pour meubler ou équiper votre logement, sur quels critères acceptez-vous le plus facilement de faire des concessions ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



83%  
seraient prêts  
à faire des  
concessions  
sur au moins  
un critère



# Les concessions acceptées en cas de contrainte budgétaire



3017  
personnes

Q. Lorsque vous devez respecter un budget pour meubler ou équiper votre logement, sur quels critères acceptez-vous le plus facilement de faire des concessions ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

|                                                          | % Total    | SEXE       |            | ÂGE        |            |            |            |                | STATUT     |            |            |
|----------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------|------------|------------|------------|
|                                                          |            | Homme      | Femme      | 18-24 ans  | 25-34 ans  | 35-49 ans  | 50-64 ans  | 65 ans et plus | CSP+       | CSP-       | Inactif    |
| <b>Sous-total Prêts à faire des concessions</b>          | <b>83%</b> | <b>82%</b> | <b>84%</b> | <b>95%</b> | <b>93%</b> | <b>84%</b> | <b>82%</b> | <b>73%</b>     | <b>87%</b> | <b>86%</b> | <b>78%</b> |
| Le choix de la marque                                    | <b>34%</b> | 34%        | 34%        | 30%        | 33%        | 36%        | 36%        | 33%            | 38%        | 33%        | 33%        |
| L'origine de fabrication (ex. fabrication française)     | <b>28%</b> | 29%        | 27%        | 23%        | 28%        | 30%        | 28%        | 28%            | 31%        | 25%        | 28%        |
| Le niveau de confort (literie, assise, ergonomie...)     | <b>25%</b> | 25%        | 25%        | 36%        | 34%        | 23%        | 23%        | 20%            | 27%        | 27%        | 23%        |
| La durée de vie estimée des meubles                      | <b>24%</b> | 24%        | 25%        | 33%        | 30%        | 25%        | 22%        | 20%            | 23%        | 29%        | 22%        |
| Le style ou l'esthétique des meubles                     | <b>24%</b> | 23%        | 26%        | 39%        | 34%        | 23%        | 21%        | 18%            | 24%        | 27%        | 23%        |
| Les fonctionnalités (rangements, modularité, options...) | <b>24%</b> | 23%        | 25%        | 25%        | 31%        | 24%        | 23%        | 20%            | 24%        | 27%        | 21%        |
| Les critères environnementaux                            | <b>18%</b> | 19%        | 18%        | 17%        | 19%        | 21%        | 18%        | 16%            | 22%        | 17%        | 16%        |
| L'image que renvoie votre intérieur lorsque vous recevez | <b>13%</b> | 13%        | 14%        | 23%        | 18%        | 12%        | 13%        | 9%             | 14%        | 15%        | 12%        |
| Autre                                                    | <b>1%</b>  | 1%         | -          | -          | 1%         | 1%         | -          | -              | 1%         | 1%         | -          |
| <b>Aucun, vous refusez de faire des concessions</b>      | <b>15%</b> | <b>16%</b> | <b>14%</b> | <b>3%</b>  | <b>6%</b>  | <b>15%</b> | <b>16%</b> | <b>25%</b>     | <b>12%</b> | <b>12%</b> | <b>20%</b> |



# Les concessions acceptées en cas de contrainte budgétaire



3017  
personnes

Q. Lorsque vous devez respecter un budget pour meubler ou équiper votre logement, sur quels critères acceptez-vous le plus facilement de faire des concessions ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

|                                                             | % Total | STATUT D'OCCUPATION DU LOGEMENT |           | TYPOLOGIE DU FOYER                                       |                                       |                                                                |                                                                       |
|-------------------------------------------------------------|---------|---------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|                                                             |         | Propriétaire                    | Locataire | Célibataire<br>(célibataire, sans<br>enfant et vit seul) | DINK<br>(en couple<br>et sans enfant) | Famille<br>(en couple, avec enfant<br>de - de 18 ans au foyer) | Empty Nester<br>(en couple, dont les enfants<br>dont quitté le foyer) |
| Sous-total Prêts à faire des concessions                    | 83%     | 81%                             | 86%       | 88%                                                      | 86%                                   | 87%                                                            | 77%                                                                   |
| Le choix de la marque                                       | 34%     | 36%                             | 32%       | 34%                                                      | 39%                                   | 35%                                                            | 36%                                                                   |
| L'origine de fabrication<br>(ex. fabrication française)     | 28%     | 30%                             | 26%       | 29%                                                      | 31%                                   | 28%                                                            | 28%                                                                   |
| Le niveau de confort<br>(litterie, assise, ergonomie...)    | 25%     | 23%                             | 28%       | 29%                                                      | 23%                                   | 26%                                                            | 21%                                                                   |
| La durée de vie estimée des meubles                         | 24%     | 22%                             | 28%       | 27%                                                      | 31%                                   | 26%                                                            | 20%                                                                   |
| Le style ou l'esthétique des meubles                        | 24%     | 22%                             | 27%       | 23%                                                      | 32%                                   | 27%                                                            | 18%                                                                   |
| Les fonctionnalités<br>(rangements, modularité, options...) | 24%     | 22%                             | 27%       | 26%                                                      | 18%                                   | 27%                                                            | 20%                                                                   |
| Les critères environnementaux                               | 18%     | 19%                             | 17%       | 22%                                                      | 16%                                   | 19%                                                            | 18%                                                                   |
| L'image que renvoie votre intérieur lorsque<br>vous recevez | 13%     | 12%                             | 14%       | 15%                                                      | 14%                                   | 15%                                                            | 12%                                                                   |
| Autre                                                       | 1%      | 1%                              | 1%        | 1%                                                       | -                                     | 1%                                                             | -                                                                     |
| Aucun, vous refusez de faire des concessions                | 15%     | 18%                             | 12%       | 12%                                                      | 14%                                   | 11%                                                            | 22%                                                                   |



# Les concessions acceptées en cas de contrainte budgétaire



3017  
personnes

Q. Lorsque vous devez respecter un budget pour meubler ou équiper votre logement, sur quels critères acceptez-vous le plus facilement de faire des concessions ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

|                                                          | % Total    | RÉGION        |                       |                         |            |                 |            |                  |            |                    |            |                      |                                         |
|----------------------------------------------------------|------------|---------------|-----------------------|-------------------------|------------|-----------------|------------|------------------|------------|--------------------|------------|----------------------|-----------------------------------------|
|                                                          |            | Île-de-France | Centre - Val de Loire | Bourgogne-Franche-Comté | Normandie  | Hauts-de-France | Grand Est  | Pays de la Loire | Bretagne   | Nouvelle-Aquitaine | Occitanie  | Auvergne-Rhône-Alpes | Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse |
| <b>Sous-total Prêts à faire des concessions</b>          | <b>83%</b> | <b>84%</b>    | <b>85%</b>            | <b>80%</b>              | <b>82%</b> | <b>82%</b>      | <b>88%</b> | <b>83%</b>       | <b>85%</b> | <b>79%</b>         | <b>87%</b> | <b>83%</b>           | <b>78%</b>                              |
| Le choix de la marque                                    | <b>34%</b> | 37%           | 41%                   | 35%                     | 28%        | 29%             | 35%        | 30%              | 39%        | 33%                | 34%        | 34%                  | 34%                                     |
| L'origine de fabrication (ex. fabrication française)     | <b>28%</b> | 24%           | 32%                   | 30%                     | 26%        | 26%             | 30%        | 30%              | 32%        | 31%                | 31%        | 26%                  | 28%                                     |
| Le niveau de confort (literie, assise, ergonomie...)     | <b>25%</b> | 28%           | 23%                   | 19%                     | 28%        | 27%             | 27%        | 25%              | 21%        | 20%                | 24%        | 27%                  | 25%                                     |
| La durée de vie estimée des meubles                      | <b>24%</b> | 30%           | 22%                   | 26%                     | 23%        | 22%             | 25%        | 22%              | 24%        | 21%                | 29%        | 25%                  | 18%                                     |
| Le style ou l'esthétique des meubles                     | <b>24%</b> | 25%           | 15%                   | 22%                     | 27%        | 24%             | 25%        | 24%              | 19%        | 26%                | 28%        | 24%                  | 26%                                     |
| Les fonctionnalités (rangements, modularité, options...) | <b>24%</b> | 24%           | 22%                   | 21%                     | 28%        | 25%             | 24%        | 24%              | 26%        | 19%                | 27%        | 23%                  | 25%                                     |
| Les critères environnementaux                            | <b>18%</b> | 14%           | 21%                   | 17%                     | 17%        | 21%             | 20%        | 17%              | 19%        | 17%                | 20%        | 21%                  | 18%                                     |
| L'image que renvoie votre intérieur lorsque vous recevez | <b>13%</b> | 14%           | 11%                   | 11%                     | 15%        | 16%             | 13%        | 14%              | 14%        | 12%                | 13%        | 13%                  | 10%                                     |
| Autre                                                    | <b>1%</b>  | -             | 2%                    | -                       | 1%         | 1%              | 1%         | -                | -          | 2%                 | 1%         | -                    | 1%                                      |
| <b>Aucun, vous refusez de faire des concessions</b>      | <b>15%</b> | <b>14%</b>    | <b>15%</b>            | <b>18%</b>              | <b>17%</b> | <b>16%</b>      | <b>11%</b> | <b>16%</b>       | <b>14%</b> | <b>18%</b>         | <b>12%</b> | <b>15%</b>           | <b>22%</b>                              |



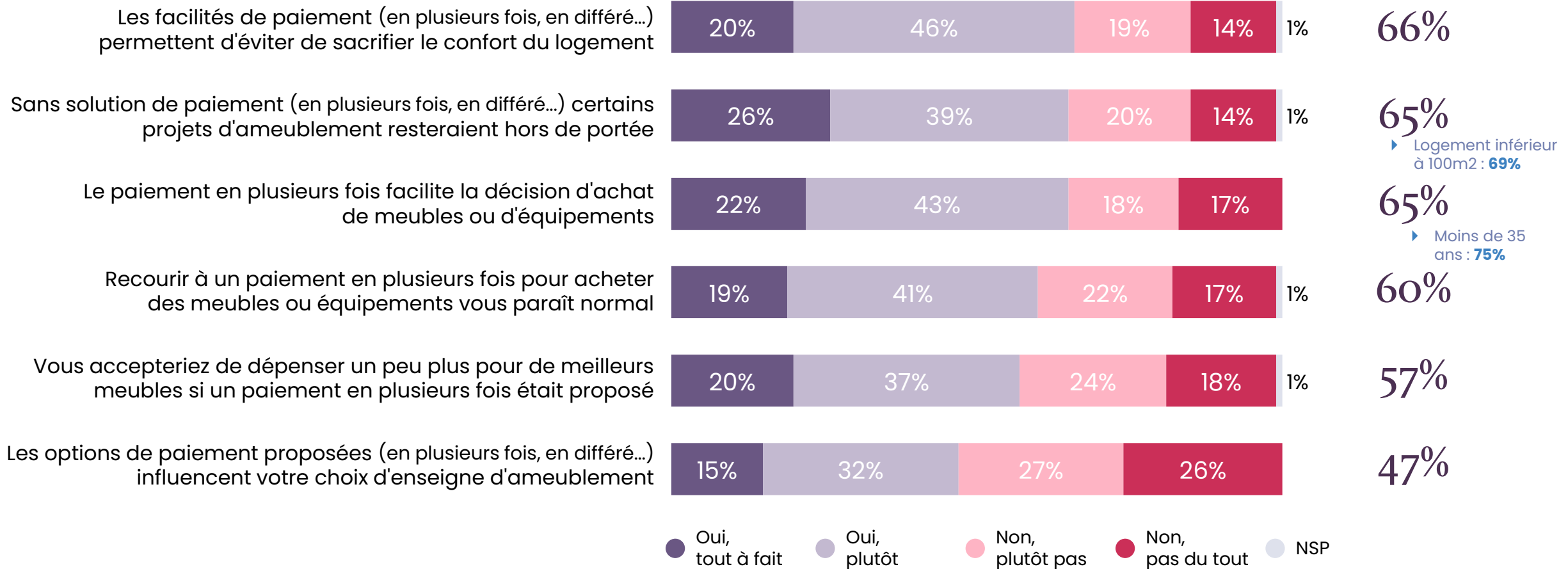
# L'intérêt des facilités de paiement dans l'ameublement et l'équipement du logement



3017  
personnes

Q. Dans le cadre de l'ameublement ou de l'équipement de votre logement, diriez-vous que... ?

Oui



Logement inférieur à 100m2 : **69%**

Moins de 35 ans : **75%**



# L'intérêt des facilités de paiement dans l'ameublement et l'équipement du logement



3017  
personnes

Q. Dans le cadre de l'ameublement ou de l'équipement de votre logement, diriez-vous que... ?

|                                                                                                                   | % Oui | SEXE  |       | ÂGE       |           |           |           |                | STATUT |      |         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|--------|------|---------|
|                                                                                                                   |       | Homme | Femme | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et plus | CSP+   | CSP- | Inactif |
| Les facilités de paiement permettent d'éviter de sacrifier le confort du logement                                 | 66%   | 64%   | 67%   | 76%       | 75%       | 60%       | 64%       | 64%            | 66%    | 64%  | 66%     |
| Sans solution de paiement certains projets d'ameublement resteraient hors de portée                               | 65%   | 63%   | 67%   | 78%       | 73%       | 61%       | 66%       | 59%            | 64%    | 70%  | 62%     |
| Le paiement en plusieurs fois facilite la décision d'achat de meubles ou d'équipements                            | 65%   | 64%   | 64%   | 74%       | 74%       | 58%       | 61%       | 62%            | 63%    | 68%  | 62%     |
| Recourir à un paiement en plusieurs fois pour acheter des meubles ou équipements vous paraît normal               | 60%   | 63%   | 59%   | 75%       | 68%       | 52%       | 56%       | 63%            | 56%    | 62%  | 62%     |
| Vous accepteriez de dépenser un peu plus pour de meilleurs meubles si un paiement en plusieurs fois était proposé | 57%   | 58%   | 56%   | 73%       | 73%       | 49%       | 54%       | 51%            | 58%    | 60%  | 53%     |
| Les options de paiement proposées influencent votre choix d'enseigne d'ameublement                                | 47%   | 46%   | 49%   | 68%       | 63%       | 45%       | 40%       | 38%            | 48%    | 51%  | 43%     |



# L'intérêt des facilités de paiement dans l'ameublement et l'équipement du logement



3017  
personnes

Q. Dans le cadre de l'ameublement ou de l'équipement de votre logement, diriez-vous que... ?

|                                                                                                                   | % Oui | STATUT D'OCCUPATION DU LOGEMENT |           | TYPOLOGIE DU FOYER                                       |                                       |                                                                |                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                   |       | Propriétaire                    | Locataire | Célibataire<br>(célibataire, sans<br>enfant et vit seul) | DINK<br>(en couple<br>et sans enfant) | Famille<br>(en couple, avec enfant<br>de - de 18 ans au foyer) | Empty Nester<br>(en couple, dont les enfants<br>dont quitté le foyer) |
| Les facilités de paiement permettent d'éviter de sacrifier le confort du logement                                 | 66%   | 62%                             | 70%       | 63%                                                      | 62%                                   | 67%                                                            | 64%                                                                   |
| Sans solution de paiement certains projets d'ameublement resteraient hors de portée                               | 65%   | 60%                             | 72%       | 65%                                                      | 59%                                   | 71%                                                            | 61%                                                                   |
| Le paiement en plusieurs fois facilite la décision d'achat de meubles ou d'équipements                            | 65%   | 60%                             | 71%       | 62%                                                      | 62%                                   | 68%                                                            | 63%                                                                   |
| Recourir à un paiement en plusieurs fois pour acheter des meubles ou équipements vous paraît normal               | 60%   | 56%                             | 67%       | 59%                                                      | 53%                                   | 61%                                                            | 62%                                                                   |
| Vous accepteriez de dépenser un peu plus pour de meilleurs meubles si un paiement en plusieurs fois était proposé | 57%   | 53%                             | 61%       | 55%                                                      | 57%                                   | 61%                                                            | 54%                                                                   |
| Les options de paiement proposées influencent votre choix d'enseigne d'ameublement                                | 47%   | 40%                             | 57%       | 45%                                                      | 45%                                   | 57%                                                            | 38%                                                                   |



# L'intérêt des facilités de paiement dans l'ameublement et l'équipement du logement

Q. Dans le cadre de l'ameublement ou de l'équipement de votre logement, diriez-vous que... ?



3017  
personnes

|                                                                                                                   | % Oui      | RÉGION        |                       |                         |           |                 |           |                  |          |                    |           |                      |                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------|-----------------------|-------------------------|-----------|-----------------|-----------|------------------|----------|--------------------|-----------|----------------------|-----------------------------------------|
|                                                                                                                   |            | Île-de-France | Centre - Val de Loire | Bourgogne-Franche-Comté | Normandie | Hauts-de-France | Grand Est | Pays de la Loire | Bretagne | Nouvelle-Aquitaine | Occitanie | Auvergne-Rhône-Alpes | Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse |
| Les facilités de paiement permettent d'éviter de sacrifier le confort du logement                                 | <b>66%</b> | 69%           | 68%                   | 65%                     | 71%       | 67%             | 70%       | 58%              | 56%      | 68%                | 63%       | 63%                  | 65%                                     |
| Sans solution de paiement certains projets d'ameublement resteraient hors de portée                               | <b>65%</b> | 63%           | 70%                   | 67%                     | 69%       | 66%             | 67%       | 64%              | 57%      | 61%                | 67%       | 67%                  | 67%                                     |
| Le paiement en plusieurs fois facilite la décision d'achat de meubles ou d'équipements                            | <b>65%</b> | 62%           | 66%                   | 66%                     | 68%       | 70%             | 69%       | 60%              | 56%      | 67%                | 65%       | 60%                  | 66%                                     |
| Recourir à un paiement en plusieurs fois pour acheter des meubles ou équipements vous paraît normal               | <b>60%</b> | 62%           | 59%                   | 59%                     | 63%       | 66%             | 63%       | 54%              | 53%      | 63%                | 58%       | 56%                  | 65%                                     |
| Vous accepteriez de dépenser un peu plus pour de meilleurs meubles si un paiement en plusieurs fois était proposé | <b>57%</b> | 62%           | 53%                   | 55%                     | 58%       | 61%             | 60%       | 54%              | 47%      | 58%                | 52%       | 55%                  | 52%                                     |
| Les options de paiement proposées influencent votre choix d'enseigne d'ameublement                                | <b>47%</b> | 50%           | 44%                   | 44%                     | 51%       | 54%             | 48%       | 43%              | 37%      | 47%                | 48%       | 47%                  | 43%                                     |

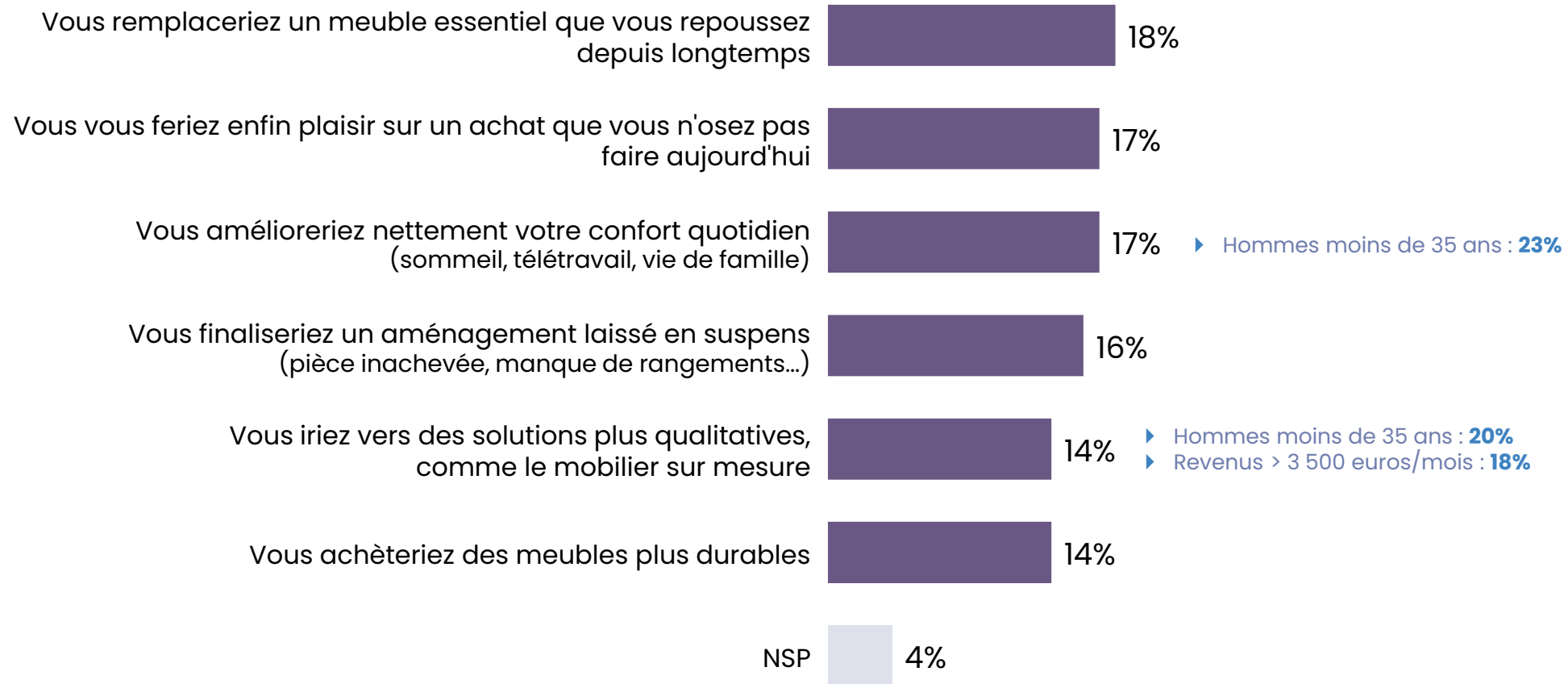


# Les priorités d'aménagement du logement en cas de facilités de paiement accrues



3017  
personnes

Q. Si les facilités de paiement étaient plus simples et plus accessibles, que feriez-vous en priorité pour votre logement ?





# Les priorités d'aménagement du logement en cas de facilités de paiement accrues



3017  
personnes

Q. Si les facilités de paiement étaient plus simples et plus accessibles, que feriez-vous en priorité pour votre logement ?

|                                                                                               | % Total | SEXE  |       | ÂGE       |           |           |           |                | STATUT |      |         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|--------|------|---------|
|                                                                                               |         | Homme | Femme | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et plus | CSP+   | CSP- | Inactif |
| Vous remplaceriez un meuble essentiel que vous repoussez depuis longtemps                     | 18%     | 17%   | 19%   | 16%       | 16%       | 18%       | 20%       | 18%            | 16%    | 18%  | 19%     |
| Vous vous feriez enfin plaisir sur un achat que vous n'osez pas faire aujourd'hui             | 17%     | 15%   | 19%   | 22%       | 14%       | 18%       | 16%       | 18%            | 16%    | 19%  | 16%     |
| Vous amélioreriez nettement votre confort quotidien (sommeil, télétravail, vie de famille)    | 17%     | 19%   | 15%   | 19%       | 22%       | 16%       | 17%       | 14%            | 17%    | 18%  | 16%     |
| Vous finaliseriez un aménagement laissé en suspens (pièce inachevée, manque de rangements...) | 16%     | 15%   | 17%   | 11%       | 15%       | 18%       | 17%       | 15%            | 18%    | 16%  | 15%     |
| Vous iriez vers des solutions plus qualitatives, comme le mobilier sur mesure                 | 14%     | 15%   | 14%   | 15%       | 17%       | 12%       | 13%       | 16%            | 17%    | 13%  | 14%     |
| Vous achèteriez des meubles plus durables                                                     | 14%     | 14%   | 14%   | 17%       | 15%       | 14%       | 14%       | 13%            | 13%    | 14%  | 15%     |



# Les priorités d'aménagement du logement en cas de facilités de paiement accrues



3017  
personnes

Q. Si les facilités de paiement étaient plus simples et plus accessibles, que feriez-vous en priorité pour votre logement ?

|                                                                                                     | % Total | STATUT D'OCCUPATION DU LOGEMENT |           | TYPOLOGIE DU FOYER                                       |                                       |                                                                |                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                     |         | Propriétaire                    | Locataire | Célibataire<br>(célibataire, sans<br>enfant et vit seul) | DINK<br>(en couple<br>et sans enfant) | Famille<br>(en couple, avec enfant<br>de - de 18 ans au foyer) | Empty Nester<br>(en couple, dont les enfants<br>dont quitté le foyer) |
| Vous remplaceriez un meuble essentiel<br>que vous repoussez depuis longtemps                        | 18%     | 17%                             | 21%       | 16%                                                      | 18%                                   | 16%                                                            | 17%                                                                   |
| Vous vous feriez enfin plaisir sur un achat<br>que vous n'osez pas faire aujourd'hui                | 17%     | 16%                             | 19%       | 18%                                                      | 20%                                   | 16%                                                            | 16%                                                                   |
| Vous amélioreriez nettement votre confort<br>quotidien (sommeil, télétravail, vie de famille)       | 17%     | 15%                             | 19%       | 17%                                                      | 14%                                   | 20%                                                            | 15%                                                                   |
| Vous finaliseriez un aménagement laissé<br>en suspens<br>(pièce inachevée, manque de rangements...) | 16%     | 17%                             | 14%       | 15%                                                      | 13%                                   | 18%                                                            | 17%                                                                   |
| Vous iriez vers des solutions plus<br>qualitatives, comme le mobilier sur mesure                    | 14%     | 16%                             | 11%       | 14%                                                      | 15%                                   | 14%                                                            | 16%                                                                   |
| Vous achèteriez des meubles plus durables                                                           | 14%     | 15%                             | 13%       | 16%                                                      | 16%                                   | 15%                                                            | 14%                                                                   |



# Les priorités d'aménagement du logement en cas de facilités de paiement accrues



3017  
personnes

Q. Si les facilités de paiement étaient plus simples et plus accessibles, que feriez-vous en priorité pour votre logement ?

|                                                                                               | % Total | RÉGION        |                       |                         |           |                 |           |                  |          |                    |           |                      |                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------------|-----------------------|-------------------------|-----------|-----------------|-----------|------------------|----------|--------------------|-----------|----------------------|-----------------------------------------|
|                                                                                               |         | Île-de-France | Centre - Val de Loire | Bourgogne-Franche-Comté | Normandie | Hauts-de-France | Grand Est | Pays de la Loire | Bretagne | Nouvelle-Aquitaine | Occitanie | Auvergne-Rhône-Alpes | Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse |
| Vous remplaceriez un meuble essentiel que vous repoussez depuis longtemps                     | 18%     | 18%           | 13%                   | 20%                     | 21%       | 18%             | 14%       | 19%              | 20%      | 18%                | 20%       | 19%                  | 17%                                     |
| Vous vous feriez enfin plaisir sur un achat que vous n'osez pas faire aujourd'hui             | 17%     | 14%           | 20%                   | 21%                     | 14%       | 23%             | 20%       | 16%              | 17%      | 14%                | 15%       | 18%                  | 17%                                     |
| Vous amélioreriez nettement votre confort quotidien (sommeil, télétravail, vie de famille)    | 17%     | 18%           | 20%                   | 15%                     | 15%       | 18%             | 17%       | 15%              | 14%      | 17%                | 16%       | 16%                  | 17%                                     |
| Vous finaliseriez un aménagement laissé en suspens (pièce inachevée, manque de rangements...) | 16%     | 12%           | 18%                   | 17%                     | 19%       | 18%             | 18%       | 18%              | 9%       | 18%                | 15%       | 15%                  | 20%                                     |
| Vous iriez vers des solutions plus qualitatives, comme le mobilier sur mesure                 | 14%     | 17%           | 11%                   | 12%                     | 11%       | 9%              | 15%       | 14%              | 20%      | 13%                | 15%       | 17%                  | 13%                                     |
| Vous achèteriez des meubles plus durables                                                     | 14%     | 17%           | 16%                   | 10%                     | 14%       | 11%             | 14%       | 13%              | 14%      | 16%                | 16%       | 12%                  | 13%                                     |

4



Vers un nouvel  
écosystème de  
l'ameublement ?



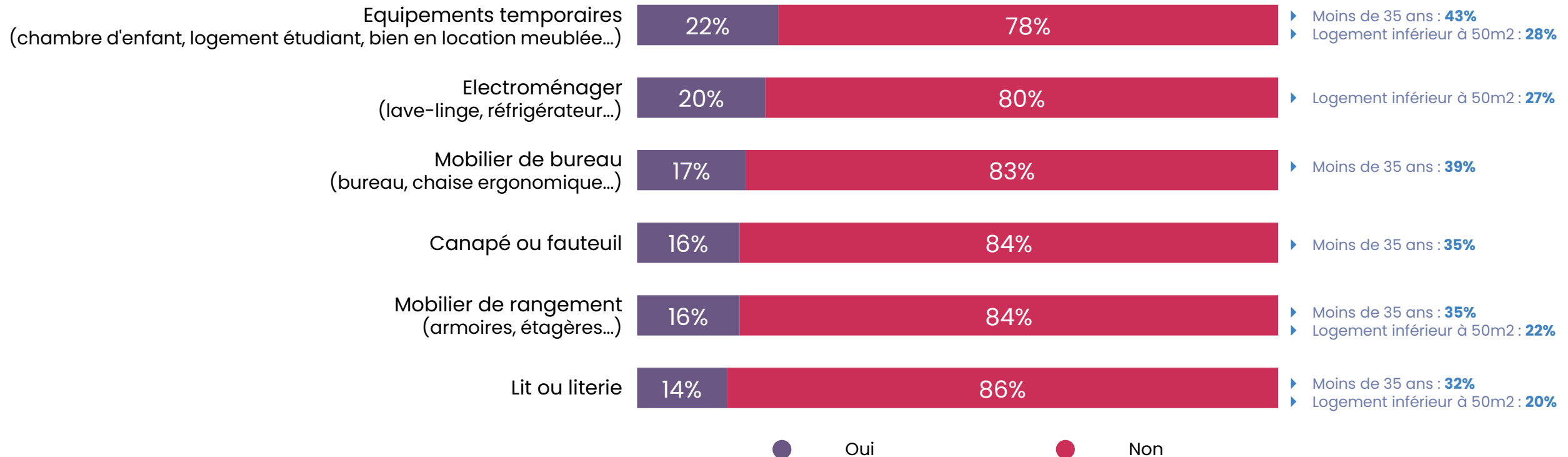
# Le choix de la location longue durée plutôt que l'achat d'équipements

Q. Seriez-vous prêt(e) à recourir à de la location longue durée (au moins 3 mois) plutôt qu'à l'achat pour les équipements suivants ?



3017  
personnes

**35%** seraient prêts à recourir à la **location longue durée** pour au moins un de ces équipements.





# Le choix de la location longue durée plutôt que l'achat d'équipements

Q. Seriez-vous prêt(e) à recourir à de la location longue durée (au moins 3 mois) plutôt qu'à l'achat pour les équipements suivants ?



3017  
personnes

|                                                                                               | % Oui      | SEXE       |            | ÂGE        |            |            |            |                | STATUT     |            |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------|------------|------------|------------|
|                                                                                               |            | Homme      | Femme      | 18-24 ans  | 25-34 ans  | 35-49 ans  | 50-64 ans  | 65 ans et plus | CSP+       | CSP-       | Inactif    |
| <b>Sous-Total Seraient prêts à recourir à la location longue durée</b>                        | <b>35%</b> | <b>34%</b> | <b>36%</b> | <b>72%</b> | <b>55%</b> | <b>30%</b> | <b>26%</b> | <b>23%</b>     | <b>39%</b> | <b>37%</b> | <b>31%</b> |
| Equipements temporaires<br>(chambre d'enfant, logement étudiant, bien en location meublée...) | <b>22%</b> | 20%        | 24%        | 50%        | 38%        | 19%        | 15%        | 13%            | 27%        | 21%        | 19%        |
| Electroménager<br>(lave-linge, réfrigérateur...)                                              | <b>20%</b> | 20%        | 19%        | 45%        | 38%        | 15%        | 14%        | 10%            | 22%        | 22%        | 16%        |
| Mobilier de bureau<br>(bureau, chaise ergonomique...)                                         | <b>17%</b> | 16%        | 17%        | 45%        | 34%        | 12%        | 11%        | 6%             | 20%        | 17%        | 13%        |
| Canapé ou fauteuil                                                                            | <b>16%</b> | 16%        | 15%        | 41%        | 31%        | 10%        | 9%         | 7%             | 16%        | 17%        | 14%        |
| Mobilier de rangement<br>(armoires, étagères...)                                              | <b>16%</b> | 15%        | 16%        | 42%        | 30%        | 12%        | 10%        | 5%             | 19%        | 17%        | 12%        |
| Lit ou literie                                                                                | <b>14%</b> | 15%        | 13%        | 39%        | 27%        | 10%        | 9%         | 6%             | 15%        | 16%        | 12%        |



# Le choix de la location longue durée plutôt que l'achat d'équipements



3017  
personnes

Q. Seriez-vous prêt(e) à recourir à de la location longue durée (au moins 3 mois) plutôt qu'à l'achat pour les équipements suivants ?

|                                                                                               | % Oui      | STATUT D'OCCUPATION DU LOGEMENT |            | TYPOLOGIE DU FOYER                                    |                                    |                                                             |                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------|------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
|                                                                                               |            | Propriétaire                    | Locataire  | Célibataire<br>(célibataire, sans enfant et vit seul) | DINK<br>(en couple et sans enfant) | Famille<br>(en couple, avec enfant de - de 18 ans au foyer) | Empty Nester<br>(en couple, dont les enfants ont quitté le foyer) |
| <b>Sous-Total Seraient prêts à recourir à la location longue durée</b>                        | <b>35%</b> | <b>29%</b>                      | <b>42%</b> | <b>40%</b>                                            | <b>33%</b>                         | <b>40%</b>                                                  | <b>22%</b>                                                        |
| Equipements temporaires<br>(chambre d'enfant, logement étudiant, bien en location meublée...) | <b>22%</b> | 20%                             | 25%        | 27%                                                   | 19%                                | 25%                                                         | 15%                                                               |
| Electroménager<br>(lave-linge, réfrigérateur...)                                              | <b>20%</b> | 15%                             | 25%        | 24%                                                   | 16%                                | 24%                                                         | 10%                                                               |
| Mobilier de bureau<br>(bureau, chaise ergonomique...)                                         | <b>17%</b> | 13%                             | 21%        | 20%                                                   | 14%                                | 20%                                                         | 8%                                                                |
| Canapé ou fauteuil                                                                            | <b>16%</b> | 11%                             | 21%        | 21%                                                   | 14%                                | 19%                                                         | 7%                                                                |
| Mobilier de rangement<br>(armoires, étagères...)                                              | <b>16%</b> | 11%                             | 22%        | 19%                                                   | 15%                                | 21%                                                         | 6%                                                                |
| Lit ou literie                                                                                | <b>14%</b> | 11%                             | 18%        | 19%                                                   | 11%                                | 18%                                                         | 6%                                                                |



# Le choix de la location longue durée plutôt que l'achat d'équipements

Q. Seriez-vous prêt(e) à recourir à de la location longue durée (au moins 3 mois) plutôt qu'à l'achat pour les équipements suivants ?



3017  
personnes

|                                                                                            | % Oui      | RÉGION        |                       |                         |            |                 |            |                  |            |                    |            |                      |                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------|-----------------------|-------------------------|------------|-----------------|------------|------------------|------------|--------------------|------------|----------------------|-----------------------------------------|
|                                                                                            |            | Île-de-France | Centre - Val de Loire | Bourgogne-Franche-Comté | Normandie  | Hauts-de-France | Grand Est  | Pays de la Loire | Bretagne   | Nouvelle-Aquitaine | Occitanie  | Auvergne-Rhône-Alpes | Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse |
| <b>Sous-Total Seraient prêts à recourir à la location longue durée</b>                     | <b>35%</b> | <b>42%</b>    | <b>32%</b>            | <b>31%</b>              | <b>37%</b> | <b>38%</b>      | <b>39%</b> | <b>30%</b>       | <b>25%</b> | <b>30%</b>         | <b>36%</b> | <b>35%</b>           | <b>31%</b>                              |
| Equipements temporaires (chambre d'enfant, logement étudiant, bien en location meublée...) | <b>22%</b> | 28%           | 20%                   | 20%                     | 23%        | 20%             | 25%        | 21%              | 17%        | 17%                | 22%        | 24%                  | 18%                                     |
| Electroménager (lave-linge, réfrigérateur...)                                              | <b>20%</b> | 23%           | 17%                   | 15%                     | 20%        | 24%             | 22%        | 14%              | 13%        | 16%                | 20%        | 21%                  | 19%                                     |
| Mobilier de bureau (bureau, chaise ergonomique...)                                         | <b>17%</b> | 22%           | 14%                   | 12%                     | 19%        | 20%             | 17%        | 14%              | 8%         | 16%                | 15%        | 14%                  | 17%                                     |
| Canapé ou fauteuil                                                                         | <b>16%</b> | 18%           | 12%                   | 13%                     | 20%        | 22%             | 15%        | 11%              | 6%         | 14%                | 17%        | 15%                  | 13%                                     |
| Mobilier de rangement (armoires, étagères...)                                              | <b>16%</b> | 19%           | 13%                   | 12%                     | 14%        | 19%             | 17%        | 13%              | 7%         | 15%                | 15%        | 14%                  | 16%                                     |
| Lit ou literie                                                                             | <b>14%</b> | 18%           | 11%                   | 12%                     | 15%        | 17%             | 15%        | 12%              | 8%         | 10%                | 14%        | 14%                  | 13%                                     |



# Le rôle du digital et de l'influence dans les décisions d'achat d'ameublement

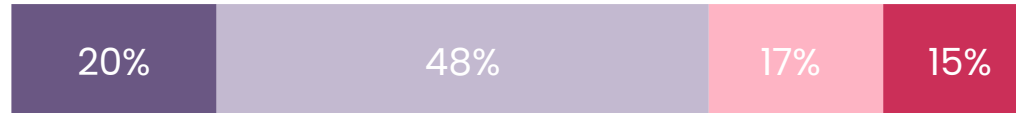


3017  
personnes

Q. En matière d'ameublement et d'équipement du logement, diriez-vous que... ?

Oui

Vous avez tendance à repérer les meubles et équipements pour votre maison en ligne avant de décider où et comment l'acheter



68%

▶ Moins de 35 ans : **81%**

Les avis et notes en ligne influencent fortement vos décisions d'achat



51%

▶ Moins de 35 ans : **78%**

Vous cherchez régulièrement sur Instagram, TikTok ou Pinterest des idées pour votre intérieur



26%

▶ Moins de 35 ans : **38%**

▶ Logement inférieur à 50m2 : **33%**

Il vous arrive d'acheter directement des meubles ou équipements via les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok...)



18%

▶ Moins de 35 ans : **40%**

● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout



# Le rôle du digital et de l'influence dans les décisions d'achat d'ameublement



3017  
personnes

Q. En matière d'ameublement et d'équipement du logement, diriez-vous que... ?

|                                                                                                                             | % Oui | SEXE  |       | ÂGE       |           |           |           |                | STATUT |      |         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|--------|------|---------|
|                                                                                                                             |       | Homme | Femme | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et plus | CSP+   | CSP- | Inactif |
| Vous avez tendance à repérer les meubles et équipements pour votre maison en ligne avant de décider où et comment l'acheter | 68%   | 67%   | 69%   | 81%       | 80%       | 71%       | 64%       | 58%            | 71%    | 70%  | 64%     |
| Les avis et notes en ligne influencent fortement vos décisions d'achat                                                      | 51%   | 46%   | 56%   | 77%       | 78%       | 58%       | 40%       | 29%            | 57%    | 59%  | 41%     |
| Vous cherchez régulièrement sur Instagram, TikTok ou Pinterest des idées pour votre intérieur                               | 26%   | 19%   | 32%   | 70%       | 51%       | 24%       | 15%       | 7%             | 30%    | 31%  | 19%     |
| Il vous arrive d'acheter directement des meubles ou équipements via les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok...)    | 18%   | 15%   | 20%   | 44%       | 36%       | 17%       | 11%       | 4%             | 21%    | 21%  | 12%     |



# Le rôle du digital et de l'influence dans les décisions d'achat d'ameublement



3017  
personnes

Q. En matière d'ameublement et d'équipement du logement, diriez-vous que... ?

|                                                                                                                             | % Oui | STATUT D'OCCUPATION DU LOGEMENT |           | TYPOLOGIE DU FOYER                                       |                                       |                                                                |                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                             |       | Propriétaire                    | Locataire | Célibataire<br>(célibataire, sans<br>enfant et vit seul) | DINK<br>(en couple<br>et sans enfant) | Famille<br>(en couple, avec enfant<br>de - de 18 ans au foyer) | Empty Nester<br>(en couple, dont les enfants<br>dont quitté le foyer) |
| Vous avez tendance à repérer les meubles et équipements pour votre maison en ligne avant de décider où et comment l'acheter | 68%   | 65%                             | 72%       | 68%                                                      | 66%                                   | 78%                                                            | 60%                                                                   |
| Les avis et notes en ligne influencent fortement vos décisions d'achat                                                      | 51%   | 46%                             | 56%       | 56%                                                      | 54%                                   | 65%                                                            | 34%                                                                   |
| Vous cherchez régulièrement sur Instagram, TikTok ou Pinterest des idées pour votre intérieur                               | 26%   | 21%                             | 31%       | 28%                                                      | 27%                                   | 37%                                                            | 10%                                                                   |
| Il vous arrive d'acheter directement des meubles ou équipements via les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok...)    | 18%   | 15%                             | 21%       | 18%                                                      | 16%                                   | 28%                                                            | 7%                                                                    |



# Le rôle du digital et de l'influence dans les décisions d'achat d'ameublement



3017  
personnes

Q. En matière d'ameublement et d'équipement du logement, diriez-vous que... ?

|                                                                                                                             | % Oui | RÉGION        |                       |                         |           |                 |           |                  |          |                    |           |                      |                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------|-----------------------|-------------------------|-----------|-----------------|-----------|------------------|----------|--------------------|-----------|----------------------|-----------------------------------------|
|                                                                                                                             |       | Île-de-France | Centre - Val de Loire | Bourgogne-Franche-Comté | Normandie | Hauts-de-France | Grand Est | Pays de la Loire | Bretagne | Nouvelle-Aquitaine | Occitanie | Auvergne-Rhône-Alpes | Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse |
| Vous avez tendance à repérer les meubles et équipements pour votre maison en ligne avant de décider où et comment l'acheter | 68%   | 75%           | 65%                   | 58%                     | 71%       | 70%             | 66%       | 60%              | 60%      | 67%                | 67%       | 64%                  | 73%                                     |
| Les avis et notes en ligne influencent fortement vos décisions d'achat                                                      | 51%   | 57%           | 45%                   | 40%                     | 50%       | 53%             | 51%       | 44%              | 42%      | 53%                | 50%       | 52%                  | 55%                                     |
| Vous cherchez régulièrement sur Instagram, TikTok ou Pinterest des idées pour votre intérieur                               | 26%   | 32%           | 23%                   | 20%                     | 27%       | 32%             | 27%       | 22%              | 17%      | 23%                | 24%       | 24%                  | 27%                                     |
| Il vous arrive d'acheter directement des meubles ou équipements via les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok...)    | 18%   | 21%           | 14%                   | 11%                     | 17%       | 21%             | 21%       | 14%              | 9%       | 18%                | 16%       | 16%                  | 21%                                     |

# 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  
Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00  
equarre@opinion-way.com

**Léa Boutonnet**

Chargée d'études  
Pôle opinion

lboutonnet@opinion-way.com

**ESOMAR**<sup>25</sup>  
Corporate

