

Communiqué de presse
Ivry sur Seine, le 06 février 2020

Les Français économisent en moyenne 272 euros par an grâce au Do it yourself

selon la dernière étude de l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations

Les Français se sont définitivement appropriés le « Do it yourself » : ils sont 96% à « faire eux-mêmes ». L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations, en collaboration avec Ipsos, a cherché à comprendre ce phénomène, décrypter les motivations et les arbitrages qui poussent les Français à s'adonner à ce type d'activités. Quelles sont les activités concernées ? Pourquoi le « Do it yourself » est-il privilégié par rapport à des produits déjà transformés ou des services de professionnels ? Comment les distributeurs peuvent-ils répondre aux attentes de ces consommateurs ?

UN PHÉNOMÈNE LARGEMENT PLÉBISCITÉ PAR LES FRANÇAIS (96%)

Cette tendance devient un réel phénomène de société, reflet parfait des nouvelles consommations comme l'attention désormais portée aux bons produits, la recherche de sens ou encore la prise de conscience de notre impact sur l'environnement. Elle concerne donc une large palette d'activités, avec en premier lieu la cuisine à partir de produits bruts non transformés (88%¹), la réparation (63%) et le recyclage (57%) d'objets, mais aussi la création (36%) et la confection (32%) d'objets nouveaux. Les Français se lancent même dans la fabrication d'objets plus techniques comme les produits ménagers (24%) et de beauté (16%).

Ce type d'activité est bien ancré chez tous les Français : les hommes (94%) comme les femmes (98%), les plus jeunes (96%) comme les plus âgés (98%) ainsi que toutes les catégories socio-professionnelles. Une large majorité (62%) pratique au moins 3 activités, et certains (6%) sont même des « champions » du « Do it yourself », notamment les plus jeunes (12%), en pratiquant au moins 8 activités !

Pour ceux qui ne s'y adonnent pas encore, c'est principalement parce qu'ils ne savent pas faire (73%). Cependant, de nombreuses méthodes d'apprentissage existent et les Français se laisseraient volontiers convaincre par des tutoriels sur internet ou à la télévision (43%) ou encore des kits proposant tous les ingrédients pour fabriquer ses propres produits (43%).

UNE ACTIVITÉ UTILE, AGRÉABLE ET SURTOUT SOURCE D'ÉCONOMIES

Le « Do it yourself » a de nombreuses vertus aux yeux des Français : c'est notamment une manière de s'assurer que les produits qu'ils consomment sont bons pour eux (67%), pour leur budget (65%) et pour éviter le gaspillage (65%). Enfin, argument non négligeable, 61% des Français prennent du plaisir à fabriquer, créer, réparer, décorer.

¹ Pratiquent cette activité au moins « parfois »

La motivation économique est majeure pour ces « faiseurs » (83%), particulièrement pour les jeunes (89%) et les catégories les plus fragiles (88%). Un investissement est parfois nécessaire puisque 62% d'entre eux consacrent un petit budget à cette activité, mais ils estiment, au global, que les économies réalisées sur l'année sont de 272 euros en moyenne, soit un peu plus de 20 euros par mois.

Le Do it yourself est également considéré comme un bon moyen de protéger l'environnement d'une façon générale (73%). Les Français considèrent en effet que réparer ou créer soi-même des produits du quotidien permet de lutter contre le gaspillage (95%), la production de déchets (92%), la pollution de la planète (87%) et le réchauffement climatique (77%). Ils sont d'ailleurs nombreux à estimer que les associations de préservation de l'environnement pourraient leur apprendre le « Do it yourself », tout comme les enseignes spécialisées.

C'est pourquoi il apparaît comme important de transmettre ce savoir : pour 91% des Français, les jeunes générations doivent apprendre à « faire elles-mêmes ». 75% des Français qui pratiquent le « Do it yourself » ont d'ailleurs prévu d'apprendre à leurs enfants à réparer ou créer des objets du quotidien eux-mêmes.

TROUVER LE MATÉRIEL NÉCESSAIRE : UNE DIFFICULTÉ POUR 67% DES « FAISEURS »

La pratique du « Do it yourself » n'est pourtant pas toujours simple entre l'apprentissage des techniques et la recherche du bon produit.

- Trouver l'ensemble des ingrédients peut s'avérer être un parcours du combattant pour 67% des concernés, les obligeant à multiplier les magasins (62%).
- Les techniques de création ou réparation sont souvent très spécifiques et l'information est primordiale. Les Français souhaiteraient notamment une plus grande implication des enseignes spécialisées (87%), des associations (83%), ou encore des grandes surfaces (68%).

C'est pourquoi, ils seraient plus enclins à se rendre dans une enseigne leur proposant des ateliers de recyclage et réparation d'objets (75%), la totalité des ingrédients pour fabriquer leurs propres produits ménagers (71%) ainsi que des kits « Do it yourself » comprenant un mode d'emploi, des ustensiles et des ingrédients (69%).

METHODOLOGIE :

Etude réalisée par Ipsos pour l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations sur un échantillon national représentatif de 1 039 personnes âgées de 18 ans et plus, interrogés du 10/01 au 13/01 2020 en ligne selon la méthode des quotas.

A PROPOS DE L'OBSERVATOIRE DES NOUVELLES CONSOMMATIONS E.LECLERC :

L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations vise à analyser et anticiper l'évolution de la consommation, au-delà de l'analyse du panier moyen. Il est l'outil de réflexion du mouvement pour identifier les nouveaux éléments des choix de consommation des Français. Lancé en 2017, l'Observatoire s'appuie sur une étude originale révélant la corrélation entre le pouvoir d'achat, les grands choix de consommation et les représentations du monde de chaque individu.

Poursuivant son engagement historique aux côtés des consommateurs, le Mouvement E.Leclerc s'appuie sur les travaux de l'Observatoire pour nourrir sa réflexion sur l'avenir du rôle de distributeur. Il se transforme ainsi pour rendre accessible à chaque consommateur les produits et services qu'il souhaite, tout en préservant son pouvoir d'achat. Les résultats des études de l'Observatoire sont accessibles sur le site www.nouvellesconso.leclerc.

Contact presse

Service de presse E. Leclerc : 01 80 18 18 10 – e.leclerc@agencebabel.com