

Pour :



**l'Ameublement  
français**

Avec le soutien financier du :



---

## Quel avenir digital pour les marchés de la cuisine et de la salle de bains ?

Synthèse des résultats  
Mai 2019

---

### 1. Rappel des enjeux

Si les meubles de cuisine et les meubles de salle de bains sont à ce jour moins concernés et impactés par la percée du e-commerce, les industriels fabricants de mobilier de cuisine et de salle de bains de l'Ameublement Français **ont décidé d'entamer une réflexion dès aujourd'hui pour anticiper les évolutions d'ici 5 ans.**

L'objectif de l'étude était de **mieux comprendre les perceptions en matière d'offre, d'attractivité et de parcours d'achat pour identifier :**

- **Les pratiques et démarches actuelles** lors de l'achat de meubles de cuisine / salle de bains
- Les **attentes** en termes de parcours d'achat de mobiliers cuisine et salle de bains
- Les **freins et motivations face à la digitalisation** de l'offre et du parcours d'achat
- Les **étapes digitalisables** ainsi que les **complémentarités attendues entre off et online.**

### 2. Rappel du dispositif

**Suivi d'un volet quantitatif et qualitatif :**

- 1 211 INDIVIDUS âgés de 18 ans et plus, propriétaires de leur résidence principale et/ou d'un logement secondaire
- 16 intentionnistes non réfractaires à un achat en ligne dont entretiens à domicile

### 3. Principaux résultats

#### A. La digitalisation des projets cuisine et salle de bains est en marche, mais le tout digital n'est - à date - pas vraiment envisagé.

La digitalisation imprègne aujourd'hui plus particulièrement les phases **amont du projet et notamment la phase d'inspiration et de choix des produits / enseignes.**

Toutefois, dès cette phase, on relève une **forte porosité entre les canaux off et on line.**

Quel que soit l'univers et que ce soit en point de vente ou chez soi/en mobilité, **près d'un propriétaire sur deux se montre intéressé par un parcours digitalisé dans le cadre d'un projet d'ameublement, avec toutefois un enthousiasme encore modéré** (entre 12% et 17% de oui, tout à fait).

#### B. Les leviers qui sous-tendent cette digitalisation sont nombreux.

Le digital peut séduire en ce qu'il promet notamment : **un accès à une offre pléthorique, des possibilités d'inspiration, de comparaison sans limites et de projection.**

Les leviers à la digitalisation sont globalement **communs aux deux univers.** Les propriétaires y voient un moyen de **mieux visualiser le rendu/se projeter dans leur futur aménagement** (50% pour la cuisine et 48% pour la salle de bains). Par conséquent, parmi les 6 pistes de développement testés, **ils se montrent intéressés par une application en réalité augmentée** (76% pour la cuisine et 78% pour la salle de bains).

Pour les consommateurs les plus avancés en termes de digitalisation des parcours, qui semblent plus contraints financièrement, Il est également associé aux **bonnes affaires.**

La conception des projets en **autonomie** est également un driver fort, en particulier chez les plus jeunes, les plus digitaux et les plus bricoleurs.

En outre, dans le cadre d'un ameublement de **salle de bains**, perçu comme moins anxiogène, **les propriétaires apparaissent légèrement plus enclins à effectuer certaines étapes en ligne :**

- La prise de renseignements/de conseils : 23% seraient prêt à l'effectuer exclusivement ou majoritairement en ligne (vs. 18% pour la cuisine)
- La création/le plan du projet : 28% (vs. 21%)
- La validation finale du projet : 21% (vs. 16%)
- D'ailleurs, les tutoriels d'aide à la pose en ligne apparaissent plus attractifs dans le cadre d'un ameublement de salle de bains : 24% jugent cet outil très intéressant (vs. 15% pour la cuisine)

#### C. L'étude met également en avant les atouts des magasins ainsi que leur caractère toujours incontournable.

Même les profils les plus digitaux y sont passés. **Voir et toucher les produits est toujours essentiel, a fortiori dans l'univers cuisine.** A ce jour, dès la recherche d'inspiration/d'idées,

le point de vente demeure **le point de repère pour ce type de projet, quel que soit l'univers. Internet arrive en effet en 2<sup>nd</sup>e position en termes de sources d'inspiration/d'idées** (53% pour la cuisine et 57% pour la salle de bains), **derrière le magasin** (respectivement 70% et 71%).

**Le magasin reste en effet au cœur du projet d'aménagement de cuisine et salle de bains,** notamment pour les étapes suivantes :

- La création/le plan du projet : 49% (pour la cuisine) et 41% (pour la salle de bains) seraient prêts à l'effectuer exclusivement ou majoritairement en magasin
- La validation finale du projet : respectivement 62% et 51%
- Le paiement : respectivement 57% et 51%
- Le service après-vente : 57% et 55%

**D. En outre, l'étude met au jour un décalage entre les promesses et projections associées aux outils digitaux et l'ergonomie et la performance réelle de ces derniers.**

Parmi les outils déjà existants, les logiciels de conception 3D en ligne intéressent autant pour un ameublement de cuisine que de salle de bains (42% et 40% de répondants très intéressés).

Mais la plupart des configurateurs (Ikea, LM...) peuvent se révéler à date déceptifs. (Ils ont été testés durant la phase qualitative)

**E. L'étude souligne également le fort besoin de réassurance des cibles.**

Les projets, compte tenu de leur nature et leur envergure, drainent leur lot d'inquiétudes. À ce titre, **la prise de mesures et la validation du projet sont particulièrement anxiogènes.** On attend de ce fait un **contact direct avec un expert sur ces phases, dès lors plus souvent imaginées en physique (vs à distance : chat, téléphone) à l'instar du SAV où l'on préfère toujours un contact humain.**

Face à la digitalisation, les propriétaires sont également **freinés par le fait de ne plus pouvoir toucher/visualiser les matériaux** (41% pour la cuisine et 46% pour la salle de bains). D'où parmi les pistes de développement testés, **un intérêt pour se rendre dans un showroom avant de concevoir et finaliser l'achat d'un aménagement en ligne** (respectivement 83% et 84%).

**A noter également la peur de passer à côté de certaines possibilités** (respectivement 31% et 27%) **et d'être déçu du rendu final** (respectivement 34% et 38%).

Enfin, on relève des leviers et freins plus spécifiques à l'ameublement de la cuisine. La digitalisation est positivement perçue comme un moyen de tester plusieurs combinaisons de meubles, couleurs, configurations (47% vs. 39% pour la salle de bains). **En revanche, cet aménagement étant plus anxiogène et structuré, la digitalisation engendre la peur de se tromper sur une étape clef du projet (36%).**

Contact l'Ameublement français :

Valérie Souvervie, responsable de marchés

Contacts CSA :

Estelle Khan, Directrice de Clientèle Quanti

Sandra Marie, Chef de Groupe Quanti

Nathalie Folcher, Directrice de Clientèle Quali

Cécilia Sans, Chargée d'études Quali