

LES ACHETEURS DE MAISONS INDIVIDUELLES EN 2011-2012 :

Qui achète quoi, comment, où, et à qui ?

Objectif de l'étude

Depuis la crise, le marché de la maison individuelle en diffus est en pleine mutation, aussi bien au niveau du comportement des accédants que de l'évolution des produits liée à la mise en place de la RT2012.

L'objectif de cette nouvelle étude est donc, comme l'année dernière, de nous éclairer sur les **nouvelles cibles d'acheteurs, sur leurs attentes et sur leurs comportements d'achat.**

Méthodologie de l'étude

Cette étude est issue de l'analyse de 404 enquêtes téléphoniques menées par l'institut IPSOS OBSERVER auprès des ménages ayant obtenu une autorisation de construire au cours des 6 premiers mois de l'année 2011. L'échantillon sera représentatif du nombre de maisons individuelles autorisées en diffus par région ZEAT et par filière de construction.

Les enquêtes de longue durée (environ 20 minutes) comprennent des questions fermées sur des données objectives, et des questions ouvertes sur les motivations, attentes et comportements d'achat.

LES ACHETEURS DE MAISONS INDIVIDUELLES EN 2011-2012 :

Qui achète quoi, comment, où, et à qui ?

Principaux thèmes développés *

1 – Qui fait construire des maisons en 2011-2012 ?

Age, csp, revenus, nombre d'enfants, type d'habitat et statut d'occupation avant de faire construire.

2 – Qui construit les maisons en 2011-2012 ?

Poids des différentes filières (constructeurs, architecte ou maître d'œuvre, artisan en direct ou auto-construction) croisé avec le type d'acheteur. Critères de choix des acheteurs.

3 – Quels sont les processus d'information et d'achat d'une maison?

Comment contacte-t-on un constructeur : internet – bouche à oreille – publicité. Arbitrages avec le choix du collectif, de l'ancien, de la MI en promotion. Raisons du choix d'un constructeur plutôt qu'un autre.

4 - Quels types de maisons fait-on construire en 2011-2012 ?

Prix, nombre de pièces, surface habitable, plan ... Terrain : prix, localisation et surface du terrain, type de terrain (isolé ou en lotissement). Type de gros œuvre choisi (béton, briques, bois,...) et pourquoi. Type de chauffage choisi, et pourquoi.

5 - Avec quelle connaissance de la RT 2012 et quelles adhésions aux évolutions produits ?

Connaissance et compréhension de la réglementation et des différents labels. Arbitrages entre de nouvelles architectures, les types d'isolation, les équipements ... en fonction des préoccupations budgétaires.

** Les thèmes développés sont susceptibles de modification en fonction des demandes des différents souscripteurs.*

LES ACHETEURS DE MAISONS INDIVIDUELLES EN 2011-2012 :
Qui achète quoi, comment, où et à qui ?

Bon de commande

A renvoyer à : Caron Marketing - 9 rue Danton - 92150 Suresnes
ou par télécopie au : 01.47.72.78.59 ou par mail à myriam.herpin@caron-marketing.fr

Je vous remercie de bien vouloir enregistrer ma commande en souscription à l'étude :
LES ACHETEURS DE MAISONS INDIVIDUELLES EN 2011-2012
(L'Etude 2011 est disponible)

Au prix de :

- 2 000 € HT (prix en souscription jusqu'au **15 novembre 2011**)
- 3 000 € HT (prix public à partir du 16 novembre 2011)

M : _____ **Fonction :** _____

Société : _____ **Téléphone :** _____

Adresse : _____

Adresse e-mail de livraison de l'étude :

- Je joins le règlement TTC correspondant, par chèque, à l'ordre de Caron Marketing. La facture justificative me sera adressée par retour de courrier.
- J'enverrais le règlement correspondant par chèque à l'ordre de Caron Marketing dès réception de l'étude et de sa facture justificative.

*Je note que **ce bon de commande vaut pour un exemplaire unique** de cette étude, réservé à l'usage exclusif de ma société et qui ne pourra être communiqué à des tiers.*

L'étude vous sera livrée par mail – au format pdf – dès réception de votre bon de commande.

Date et signature du souscripteur :