

# Les femmes et le bricolage, même pas peur!

**MAGALI PICARD** |

**BRICOLAGE, JARDINAGE, MARCHÉ DE BRICOLAGE, CONSOMMATEURS**

PUBLIÉ LE 24/06/2016

**Si le phénomène est difficilement quantifiable, il prend pourtant de l'ampleur : les jeunes femmes n'hésitent plus à mettre la main à la pâte. Mais d'une autre manière.**



Young woman with cordless drill© © Melpomene - Fotolia

«Le bricolage, ce n'est pas du tout ringard, au contraire, c'est actuel, c'est une question de survie même. » Pris entre la nécessité économique de mettre la main à la pâte et le plaisir de faire soi-même, les jeunes ne rechignent pas à la tâche. Unibal, l'organisme professionnel qui rassemble les industriels du secteur, vient de mener une étude sur le sujet. Le phénomène ne se traduit pas encore dans les chiffres. Le bricolage reste, en effet, l'apanage des plus de 50 ans. Plus de la moitié d'entre eux (55%) manient régulièrement les outils. Une proportion qui tombe à 47% chez les quadras et à 38% pour les plus jeunes nés entre 1977 et 1987.

Cependant, parmi cette génération internet, on trouve aussi les plus motivés. « *Le retard de l'accession à la propriété constitue un véritable frein* », note Juliette Lauzac, chargée d'études d'Unibal.

### **Du plaisir et plus une contrainte**

Mais dès lors qu'ils emménagent dans leur « home », les jeunes se jettent dans le bricolage, perçu comme valorisant, qui s'inscrit dans la mouvance du « faire soi-même », si répandu. La pratique se concentre sur les plus passionnés, pardon... passionnées ! Fait nouveau, cela n'est pas réservé aux hommes. Comme le bricolage est associé à une notion de plaisir, et non plus de contrainte, les jeunes femmes ne reculent pas devant l'effort. D'autant que bricoler signifie aussi décorer. « *Agencement de l'intérieur et décoration sont très prisés, signale Juliette Lauzac. Les jeunes bricoleuses expriment leur personnalité à travers un habitat de plus en plus exposé au regard des autres.* » Cette féminisation rime avec le rajeunissement de la pratique. Plus elles sont jeunes, et plus le bricolage perd de son identité virile. À l'inverse, le fait de ne pas savoir bricoler n'est plus vu comme un manque de virilité.

Aujourd'hui, le plaisir de bricoler se transmet de génération en génération. Allô papa ? Unibal délivre un chiffre à l'appui : les trois quarts des jeunes (78 %) ont appris avec un membre de leur famille. Avoir vu ses parents bricoler pendant l'enfance et y avoir éventuellement participé est un facteur déterminant, qui joue d'autant plus que les parents de ces jeunes ont bricolé dans les années 70, années d'essor du secteur.

Pour cette génération de moins de 30 ans, le réseau d'amis occupe une place centrale. Et il n'est pas rare que les plus adroits aillent donner un coup de main à ceux qui le sont moins. Ils ont aussi le réflexe « tutos ». Les vidéos pédagogiques sont très utilisées par les 18-30 ans. « *Cette génération a une approche très ludique des choses, et en particulier du bricolage* », souligne Juliette Lauzac. Parmi les profils qui se dégagent, celui de « digital-débrouillard », qui ose se lancer et qui puise son information sur internet. Le « bricoleur-né » est le pendant de la vieille génération. Enfin, il existe tout de même des « réfractaires » à tout âge !

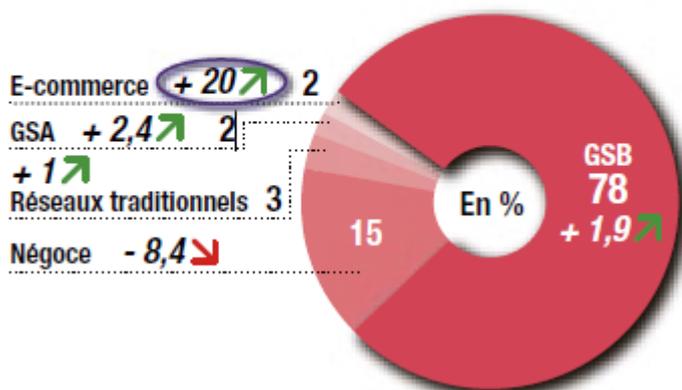
### **Merci la crise**

Dans tous les cas, le désir ou la nécessité d'économie incite à s'y mettre. Face à ces évolutions, les industriels tardent à s'adapter. « *Ils n'ont pas encore pris acte de la féminisation des bricoleurs, observe Juliette Lauzac. Or, ils ont des efforts à faire pour être plus ludiques et proposer des outils plus ergonomiques aux femmes.* » Avis aux industriels : travailler davantage sur la facilité de dosage des produits pour les plus pressés et donner des conseils pédagogiques. Quant aux enseignes, malgré l'engouement pour les tutos, elles ont leur rôle à jouer. Car la majorité des jeunes se rendent en magasins, une fois les renseignements pris sur le web et quand ils n'ont pas loué leur matériel. « *Ils sont très sensibles aux promotions* », note Juliette Lauzac. Effet de la crise toujours... Avec une touche d'optimisme : plus les femmes bricolent, et plus les

petites filles bricoleront. Autant de générations futures à cajoler pour les enseignes de bricolage.

### Les GSB toujours prédominantes...

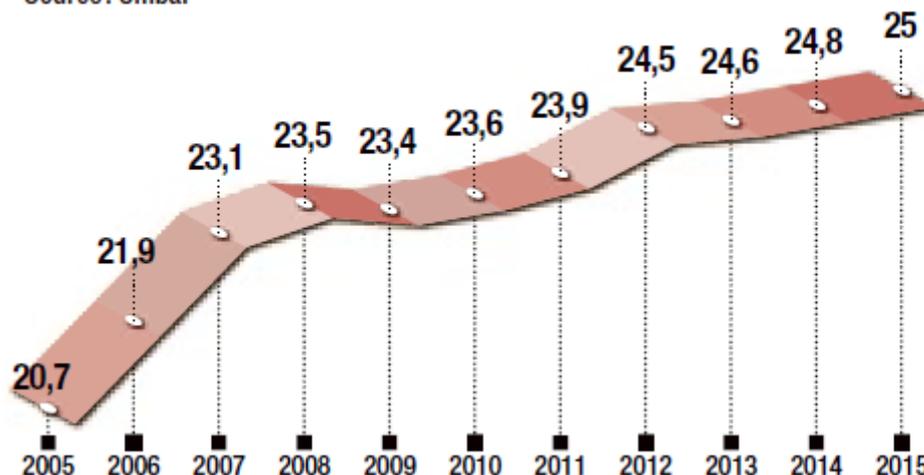
Part de marché en valeur du bricolage par circuit de distribution en 2015, et évolution, en %, versus 2014  
Source: Unibal



Les grandes surfaces de bricolage (GSB) captent toujours les quatre cinquièmes de la valeur du marché. Elles affichent même une progression de 1,9 % en 2015. À noter, l'impressionnant bond de 20 % de l'e-commerce.

### ... Sur un marché au ralenti

Chiffre d'affaires, en Mrds €, du bricolage, tous circuits confondus, de 2005 à 2015  
Source: Unibal



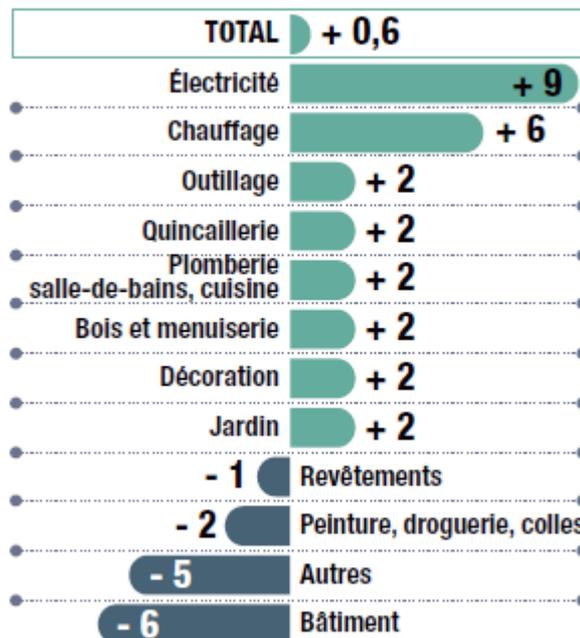
Avec +0,6 % en 2015, le marché le plus important de l'équipement de la maison reprend timidement des couleurs, reflet d'un marché immobilier quasi à l'arrêt.

### Les rayons les plus dynamiques

Évolution, en %, du marché du bricolage par rayons en 2015 versus 2014

Source: Unibal

En 2015, les rayons électricité et chauffage sont les plus en forme du secteur. À l'inverse, le bâtiment marque le pas.



En chiffres

- 78 % des jeunes ont appris à bricoler avec leur famille
- 38% des jeunes qui ont entre 28 et 38 ans bricolent

Sources : Ipsos/Unibal



*"Les industriels n'ont pas pris en compte la féminisation des bricoleurs. Ils ont des efforts à faire pour proposer des outils plus ludiques, plus ergonomiques et mieux adaptés aux femmes "*

**Juliette Lauzac, chargée d'études d'Unibal**