



ANNEXE SYNTHÈSE DU RAPPORT FINAL 3

Programme soutenu par France Bois Forêt

Enquête sur la connaissance du client final du chauffage au granulé de bois (programme 18 / OE / 863)

Bénéficiaire(s) du projet : Propellet France

Prestataire(s) : Viavoice

Montant du soutien apporté par France Bois Forêt : 35 000 €

Objectifs et contexte :

La filière française du granulé de bois s'est fortement développée depuis une dizaine d'années. En 2018, plus de 700 000 foyers utilisaient cette solution de chauffage mais les consommateurs concernés restent mal caractérisés dans leurs besoins, leurs attentes et les évolutions de leur comportement d'achat. De plus, le profil et les motivations des intermédiaires que sont les installateurs dans le processus de vente d'un appareil de chauffage au granulé ne sont pas bien connus. Pour stimuler le développement des segments pertinents, affronter une concurrence internationale de plus en plus active, et mieux servir sa clientèle, la filière française doit disposer d'une connaissance détaillée de sa diversité. L'objectif du projet proposé était de mener avec l'**Institut de sondage VIAVOICE** une étude de marché du consommateur particulier de granulés de bois avec un éclairage sur les installateurs.

Principaux résultats obtenus :

CLIENTS FINAUX

Qui sont les utilisateurs de chauffage aux granulés ? Quelle utilisation en font-ils ?

- Son acquisition est souvent faite en tant que chauffage principal : 98 % des répondants l'utilisent dans leur résidence principale, et parmi eux, 88 % en tant que chauffage principal. Le chauffage aux granulés vient principalement en remplacement d'un chauffage électrique (43 %). Il peut également se substituer au chauffage avec des bûches de bois (16 %).
- Par ailleurs, lorsqu'il est utilisé en tant que chauffage d'appoint (12 %), il vient compléter un chauffage à l'électricité (35 %) ou au gaz (33 %).



- Les possesseurs de poêles identifient clairement le type d'équipement possédé : 67 % déclarent disposer d'un poêle classique, 30 % d'un poêle à air chaud canalisé et 1 % d'un poêle hydraulique. Pour les possesseurs de chaudières, les types d'équipement sont moins connus : 54 % déclarent posséder une chaudière sans condensation, 20 % une chaudière à condensation tandis que 26 % ne se prononcent pas.

Quels sont les relais et les éléments déclencheurs de l'achat ?

- La découverte du système de chauffage aux granulés se fait avant tout par le bouche à oreille (48 %). Internet et les médias de manière plus générale (TV, radio, presse) constituent également des relais d'information (respectivement 29 % et 18 %).
- Le coût constitue le premier élément d'information recherché (coût de l'équipement et coût du combustible). Viennent ensuite de manière équivalente les questions d'entretien (33 %), de qualité du combustible (32 %) et d'impact environnemental (35 %).
- Cette question du coût de revient constitue par ailleurs le critère le plus déterminant dans le choix du chauffage aux granulés. Il est cité en premier par 29 % des répondants.
- La simplicité d'utilisation constitue également un élément fort : 20 % le citent en premier comme élément déclencheur de l'achat. 60 % l'évoquent par ailleurs comme atout majeur face à d'autres présentations du bois comme les bûches. Concrètement, les questions de propreté et d'approvisionnement sont perçues comme simplifiées avec les granulés.
- Enfin l'aspect écologique est également cité (en troisième position) par la moitié des répondants.

Au quotidien comment se déroule l'approvisionnement en granulés ?

On distingue deux profils types d'acheteurs assez définis en termes de pratiques :

- Ceux constituant un stock en quantité suffisante pour toute la saison de chauffe (51 %). Parmi eux, la moitié déclare s'approvisionner l'été, bien avant la saison de chauffe et 35 % en automne. Enfin, 14 % n'indiquent pas de période précise (2 % évoquant notamment des questions de trésorerie). Cet approvisionnement en stock semble se faire principalement auprès de fournisseurs spécialisés (76 %).
- Ceux achetant au fur et à mesure (48 %), et ayant davantage recours aux achats en grande surface : 42 % en grande surface de bricolage et 24 % en supermarché.
- Il est possible de noter une légère différence socio-démographique entre ces deux catégories ; les CSP – ayant davantage tendance à constituer des stocks (56 % contre 51 % en moyenne) et les CSP + à acheter au fur et à mesure (55 % contre 48 %). Enfin les retraités semblent bien plus enclins à constituer des stocks (66 % d'entre eux).



Quels sont les critères qui contribuent à la satisfaction ? Et ceux qui génèrent de l'insatisfaction ?

Le niveau de satisfaction déclaré est plutôt élevé et ce, sur l'ensemble des critères.

- Certains constituent des points forts particulièrement importants : la facilité d'utilisation, l'efficacité et la qualité de chauffe. Sur ces points, la satisfaction est très prononcée avec au minimum 6 personnes sur 10 se déclarant tout à fait satisfaits.
- Les avis, s'ils restent bons, sont un peu plus nuancés sur le caractère écologique, l'entretien de l'équipement et les lieux d'achat du granulé : des niveaux de satisfaction dépassant les 85 % mais avec des avis un peu moins tranchés (davantage de « plutôt satisfaits »).
- Si aucun élément d'insatisfaction n'apparaît clairement, 4 % des répondants ne recommanderaient pas l'acquisition de ce mode de chauffage. Les utilisateurs de chaudières semblent ici particulièrement concernés (15 % d'entre eux). En cause, un système perçu comme trop contraignant et sujet à des problèmes techniques.
- Dernier point, une question reste en suspens (en mineur) : celle du prix du granulé qui, pour certains, tend à augmenter et pourrait remettre en cause l'intérêt du mode de chauffage.

Quels sont les éléments mobilisables en termes de communication ? Les points faibles à travailler ?

- Premier atout en termes de communication, la satisfaction des utilisateurs, qui leur permet de constituer de vrais relais d'information (à travers le bouche à oreille).
- L'aspect écologique, s'il constitue un critère notable, apparaît comme moins déterminant face à la simplicité d'utilisation.
- En termes de cibles, les utilisateurs de chauffage électrique constituent une réserve importante de prospects, tout comme les possesseurs actuels de cheminée. Pour tous, la question d'un maintien ou d'un allègement de la gestion du chauffage semble constituer un argument déterminant.

Si une majorité d'utilisateurs se déclarent satisfaits, la question de l'approvisionnement en granulé constitue un enjeu important. En effet, c'est son coût et sa gestion (lieux d'approvisionnement) qui feront la pérennité du système au domicile.

INSTALLATEURS

Des installateurs à l'aise avec les dispositifs de chauffage à granulé:

- Pour les professionnels ayant répondu à l'enquête, l'installation de dispositifs de chauffage au granulé est perçue comme courante. Ils sont ainsi 43 % à déclarer en installer «très souvent», et 45 % «souvent».
- Au delà de cette fréquence perçue, les appareils à granulé représentent plus de la moitié du chiffre d'affaires pour 36 % des installateurs interrogés (44 % parmi les installateurs de poêles).
- Enfin, ce marché du chauffage aux granulés est perçu comme un marché prometteur pour 76 % d'entre eux.
- En termes de spécialisation, les installateurs sont 32 % à déclarer installer indifféremment des poêles et des chaudières.



Le sentiment d'un discours commercial maîtrisé :

- Avec, tout d'abord, des atouts généraux bien identifiés par les installateurs : des appareils à granulés reconnus au global pour leur aspect économique (66 %) et performant (63 %).
- Et des spécificités selon les systèmes : 72 % des installateurs de poêles plébiscitent leur aspect automatique tandis que 74 % des installateurs de chaudières retiennent l'aspect écologique.
- Enfin, trouver des clients n'apparaît pas comme une difficulté majeure (20 % de citations pour les installateurs de chaudières, 12 % pour les installateurs de poêles)

Des attentes à l'égard de la filière pour renforcer leur argumentaire:

- Les attentes formulées par les installateurs sont de deux ordres : répondre à certaines difficultés techniques et obtenir davantage d'informations.
- Certains aspects techniques apparaissent ainsi comme des difficultés lors de la vente (la gestion et le stockage des granulés ou encore le caractère indispensable de l'électricité)
- Les autres freins évoqués relèvent en revanche davantage d'informations : sur l'aspect financier et notamment les aides dont les clients ou eux-mêmes pourraient bénéficier, sur les différentes gammes existantes....

De manière plus globale, les installateurs évoquent spontanément la nécessité d'une filière renforcée (plus structurée) et elle-même tournée vers le grand public en termes de communication.

Valorisation envisagée :

Les informations issues de cette étude sont et seront diffusées à la fois à titre informatif et marketing aux parties prenantes de la filière afin de les aider à prendre les bonnes décisions et de leur donner les arguments positifs plébiscités par les clients finaux.

- Diffusion des résultats aux professionnels via les moyens de communication de Propellet
 - . newsletter
 - . réunion professionnelles
 - . conférences professionnelles : Propellet Event, réunions clients,...
 - . articles dans la presse professionnelle généraliste (chauffage, bois énergie,...) et grand public spécialisée
- Compte tenu des résultats très positifs de cette étude pour la filière du chauffage au granulé, Propellet a lancé une campagne de communication grand public intitulée : « les gens heureux se chauffent au granulé ». Cette campagne est sur les réseaux sociaux (FaceBook et Twitter) et sur le site grand public de Propellet : www.sechaufferaugranuledebois.fr
Elle a été agréementée d'un jeu concours pour gagner « une année » de chauffage (2 tonnes de granulé). Cette opération a apporté de la notoriété.



Indicateurs (minimum ½ page) :

Le bénéficiaire s'oblige à proposer à FBF des indicateurs de performances et/ou d'évaluation, de les appliquer aux résultats et d'en faire une synthèse à FBF dans le rapport final.

Il n'y avait pas d'indicateurs à l'origine de la convention mais l'objectif de mieux connaître la vision des clients finaux et des installateurs sur le chauffage au granulé a été pleinement atteint et a permis de rassurer la filière qui se posait des questions quant à son image. En effet, Propellet avait l'information d'une bonne partie des problèmes rencontrés par les clients finaux et les installateurs. L'étude a montré que ces informations négatives ne représentaient qu'une extrême minorité des utilisateurs. Elle a même été le point de départ d'une belle campagne de communication digitale pour mettre en avant la satisfaction exceptionnelle des utilisateurs de ce mode de chauffage.

Année de publication : 2019