

Communiqué de presse

Paris, le 15 juin 2026

Observatoire FMB x ViaVoice 2026 :

Le bricolage reste un réflexe pour les Français, entre économies, rénovation de l'habitat, transmission et confiance dans les magasins spécialisés

Deux ans après la première édition de son Observatoire sur les Français et le bricolage, la Fédération des Magasins de Bricolage et de l'aménagement de la maison (FMB), en partenariat avec ViaVoice, publie une nouvelle photographie du rapport des Français au bricolage.

Dans un contexte économique qui reste sous pression, marqué par les enjeux de pouvoir d'achat et de transition écologique, le bricolage demeure une pratique largement répandue : près de 9 Français sur 10 déclarent bricoler et plus d'un tiers le font régulièrement.

L'étude met également en lumière la place croissante des projets de rénovation énergétique dans les préoccupations des ménages, ainsi que le rôle central joué par les enseignes spécialisées dans l'accompagnement de ces transformations.

Cette deuxième édition révèle enfin une dimension souvent méconnue du bricolage : son rôle social et intergénérationnel, à travers la transmission des savoir-faire, le partage d'expériences et les projets réalisés en famille ou entre proches.

« Cette nouvelle édition de notre Observatoire confirme que le bricolage occupe une place structurelle dans le quotidien des Français — bien au-delà d'un simple loisir. Dans un contexte économique qui reste incertain, avec un marché du bricolage qui a reculé de 1,4 % en 2025, ces résultats rappellent que l'attachement des Français à leur habitat, à la maîtrise de leurs dépenses et à la transmission des savoir-faire demeure un socle solide. C'est ce capital de confiance — envers le bricolage comme pratique, envers nos enseignes comme partenaires — qui nous souhaitons voir se traduire en actes d'achat et en projets concrets dans les mois à venir. Nos magasins sont prêts à accompagner cette dynamique... », déclare Paul Cassagnol, Président de la FMB.

Un bricolage toujours présent dans le quotidien des Français

89 % des Français déclarent bricoler, dont 39 % régulièrement, confirmant que le bricolage demeure une pratique largement répandue au sein de la population française.

Pour autant, seuls **54 % se considèrent véritablement comme « bricoleurs »**, révélant l'existence d'un manque de confiance chez une partie des Français : **69 % des Français déclarent être freinés par la peur de mal faire ou par un sentiment d'insuffisance de compétences**. Les contraintes matérielles et le coût des équipements constituent également des obstacles importants.

Le bricolage, un vecteur de lien social et de transmission

L'un des principaux enseignements de cette édition 2026 concerne la dimension collective du bricolage.

57 % des Français déclarent apprécier bricoler à plusieurs, que ce soit avec leur conjoint, leurs amis ou leur famille. Pour 66 % d'entre eux, le bricolage constitue même une activité de transmission entre générations, tandis que 65 % y voient une manière de partager du temps de qualité avec leurs proches.

Les proches occupent également une place importante dans l'apprentissage du bricolage : 60 % des Français les consultent pour s'informer sur les travaux ou la rénovation de leur logement.

Le bricolage apparaît ainsi comme un moment d'échange, de partage de compétences et d'apprentissage mutuel.

Une activité qui conjugue économies, utilité et transition écologique

Le bricolage conserve avant tout une forte dimension économique.

9 Français sur 10 considèrent qu'il permet de réaliser des économies et 83 % estiment qu'il contribue à lutter contre le gaspillage.

La dimension environnementale reste également bien présente : 65 % des Français considèrent qu'elle occupe une place importante dans leurs pratiques de bricolage.

Lors de leurs achats de matériel de bricolage, les Français privilégient d'abord la qualité et la fiabilité des produits (89%), le prix (88 %) et leur durabilité (87 %).

Dans les faits, la réparation s'impose comme la pratique durable la plus répandue : un Français sur deux a déjà fait réparer du matériel plutôt que de le remplacer.

La rénovation énergétique s'installe durablement dans les projets des Français

La transition énergétique continue de s'ancrer dans les pratiques de bricolage et d'amélioration de l'habitat.

39 % des Français déclarent avoir déjà réalisé des travaux visant à réduire l'empreinte environnementale de leur logement et 20 % envisagent de le faire dans les prochaines années.

Au-delà de la seule dimension écologique, ces projets répondent à des préoccupations très concrètes : réduire les dépenses énergétiques, améliorer le confort du logement et préserver la valeur du patrimoine immobilier.

Cette dynamique confirme l'importance croissante des enjeux de rénovation énergétique dans les projets d'aménagement et d'entretien de l'habitat, dans un contexte où les Français restent particulièrement attentifs à leur consommation d'énergie et à l'impact environnemental de leur logement.

Les magasins de bricolage restent la référence des Français

Malgré le développement du e-commerce et la multiplication des canaux d'achat, les grandes surfaces de bricolage demeurent le principal point de référence des Français.

89 % d'entre eux déclarent fréquenter une grande surface de bricolage et 84 % accordent un niveau élevé de confiance au matériel qui y est vendu.

Les enseignes spécialisées conservent une place centrale dans les projets d'aménagement et de rénovation des Français. **Plus de 8 Français sur 10 leur accordent leur confiance** et reconnaissent la valeur ajoutée de leurs équipes.

Cette confiance repose largement sur l'expertise des conseillers en magasin : **81 % des Français considèrent qu'ils les aident à choisir les produits les plus adaptés à leurs besoins et 80 % estiment qu'ils connaissent bien les produits proposés.** 40% des Français déclarent déjà avoir bénéficié de conseils fiables en magasin et 39 % s'y rendent spécifiquement pour obtenir des conseils techniques.

Ces résultats confirment le rôle central joué par les enseignes spécialisées dans l'accompagnement des projets d'aménagement, d'entretien et de rénovation des logements.

Les Français privilégient toujours les circuits spécialisés face aux plateformes low cost

L'étude montre également que les Français continuent d'accorder davantage leur confiance aux enseignes spécialisées qu'aux plateformes numériques ou aux acteurs low cost.

Alors que **84 % font confiance au matériel acheté en grande surface de bricolage**, ce niveau tombe à 60 % pour les plateformes spécialisées en ligne, 53 % pour les grandes surfaces généralistes et seulement **13 % pour les plateformes extra-européennes ultra low cost.**

Dans un contexte marqué par la montée en puissance de nouveaux acteurs internationaux du e-commerce, cette confiance accordée aux enseignes spécialisées constitue un atout majeur pour le secteur.

A propos de la FMB

La FMB, Fédération des magasins de Bricolage et de l'aménagement de la maison, est une fédération nationale, seule représentative dans le secteur du bricolage. Elle fédère près de 2500 points de vente, représente 73 000 collaborateurs, un chiffre d'affaires de 21 milliards d'euros, et la quasi-totalité des enseignes de grande surface de bricolage et d'aménagement de la maison (Brico Cash - Brico Dépôt – Bricoman – Bricomarché – Bricorama – Castorama – L'entrepôt du Bricolage – Lamaison.fr – Leroy Merlin – Les Briconautes – Mr. Bricolage – Weldom). Le secteur du bricolage est spécialisé dans la distribution des produits et solutions de bricolage, de l'aménagement de la maison et du jardin.

À propos de l'Observatoire

Étude réalisée par ViaVoice pour la Fédération des Magasins de Bricolage (FMB) auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 personnes âgées de 18 ans et plus résidant en France métropolitaine.

Les interviews ont été réalisées en ligne du 28 avril au 4 mai 2026. La représentativité a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération).

À propos de ViaVoice

Fondé en 2008 par François Miquet-Marty, Arnaud Zegierman et Maïder Beffa, ViaVoice est un cabinet d'études d'opinion et de conseil spécialisé dans l'analyse des mutations sociétales.

Il accompagne les entreprises, les institutions et les associations en leur apportant une compréhension fine des attentes, besoins et aspirations de leurs publics, afin de les aider à anticiper les évolutions de la société et à orienter leurs décisions stratégiques.

Contact Presse - SOURCE RP

Michelle Kamar – 06 09 24 42 42 - michelle@source-rp.com