

UTILISATION DES MÉDIAS PAR LES PROFESSIONNELS DE LA RÉNOVATION

**Comportements, besoins et intérêts en
termes de communication des publics
professionnels de la rénovation**

Décembre 2023

v2



GAME CHANGERS



CONTENU

1. CONTEXTE & OBJECTIFS
2. MÉTHODOLOGIE
3. PROFIL DES RÉPONDANTS
4. EXECUTIVE SUMMARY
5. RÉSULTATS
 - 5.1 PERCEPTION DU SECTEUR / MÉTIER
 - 5.2 HABITUDES & CANAUX DE COMMUNICATION
 - 5.3 CONTENU DE COMMUNICATION

CONTEXTE & OBJECTIFS

1

CONTEXTE & OBJECTIFS



CONTEXTE

Dans le cadre de l'atelier communication de l'Alliance Renolution, alliance de la stratégie de rénovation en Région de Bruxelles-Capitale, **Bruxelles Environnement** aimerait avoir une meilleure compréhension des publics cibles pour son travail de sensibilisation, d'information et de communication.

En vue de la préparation d'une **diversité d'actions de diffusion sur Renolution** (organisation d'événement, préparation de newsletter, diffusion auprès des fédérations, développement de campagnes de communication, de canaux digitaux, etc.), **Bruxelles Environnement** aimerait comprendre davantage **les comportements, besoins et intérêts en termes de communication des publics professionnels de la rénovation.**



OBJECTIFS

Réaliser une étude quantitative auprès des publics professionnels de la rénovation **actifs en RBC** afin de connaître :

- **Leurs habitudes de communication** (canaux utilisés, préférences pour recevoir l'info, fréquence d'utilisation, relations avec les fédérations)
- **Leurs besoins pour s'informer** (quels types d'outils : dépliants, site web, mailing, formation, accompagnement?)
- **Le type d'info dont ils ont besoin** pour faire leur travail et suivre les demandes de la Région en termes de rénovation
- **La perception qu'ils ont du secteur/de leur métier**, les intérêts (vecteur de motivation dans le secteur) et les freins

MÉTHODOLOGIE

2

MÉTHODOLOGIE

SAMPLE DESCRIPTION



- Entrepreneurs, architectes, syndic professionnels
- Exerçant leurs activités en Région de Bruxelles-Capitale
- Ayant moins de 50 employés

SAMPLE SIZE



N = 145

- 79 Entrepreneurs
- 30 Architectes
- 36 Syndic professionnels

107 via Cati, 38 via Online

QUOTA



- Quota par cible
- Pas de pondération

DATA COLLECTION METHOD



Méthodologie mixte:

- Cati
- Online: lien ouvert place sur les sites web des partenaires/fédérations

AVG. INTERVIEW DURATION



20 minutes

FIELDWORK PERIOD



27/09/2023 – 30/11/2023

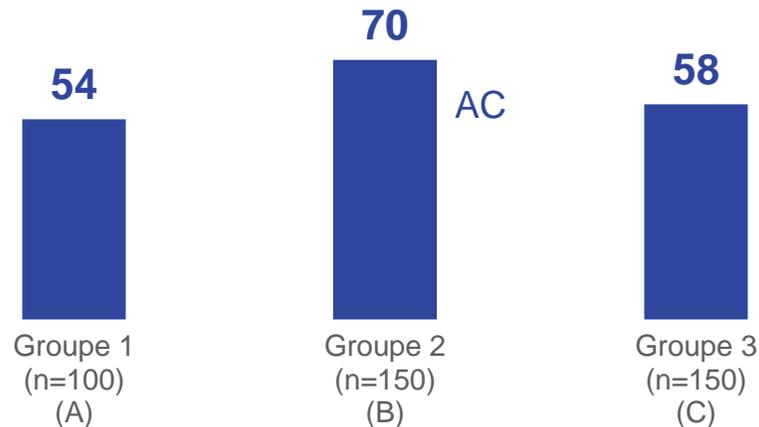
COMMENT LIRE LES RÉSULTATS

Tous les résultats rapportés sont des **pourcentages (%)**, sauf mention contraire.

Les **petites tailles d'échantillon**, c.-à-d. $n < 30$, sont indiquées par un astérisque (*).

Les différences significatives sont toujours calculées avec un niveau de confiance de 95 %.

- Les différences significatives entre différents groupes sont indiquées par A, B, C, ...
 - Les différences sont à chaque fois indiquées auprès du % **le plus élevé** de la comparaison.
 - P.ex. l'indication AC pour le groupe 2 indique une différence significative entre 70 % (B) et 54 % (A) et entre 70 % (B) et 58 % (C).



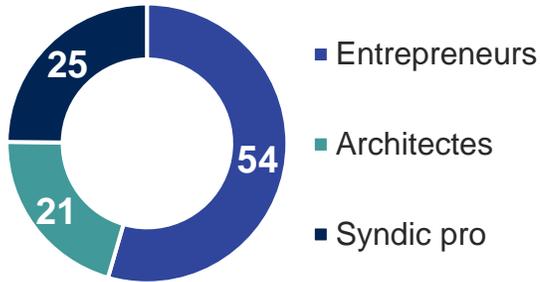
***Petit échantillon !**

PROFIL DES RÉPONDANTS

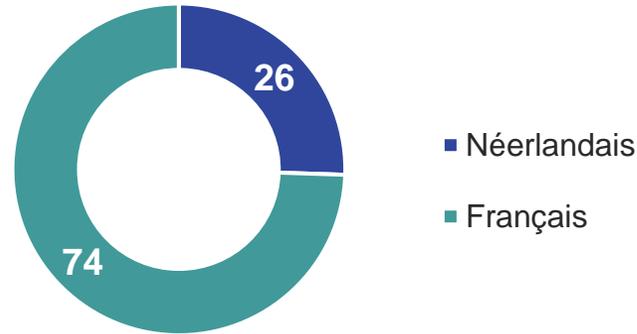
3

PROFIL - ÉCHANTILLON TOTAL

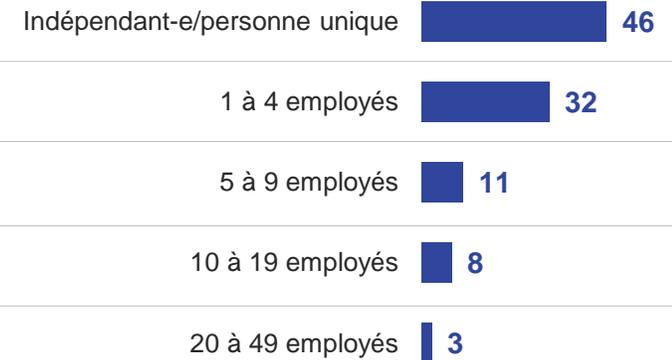
CIBLE



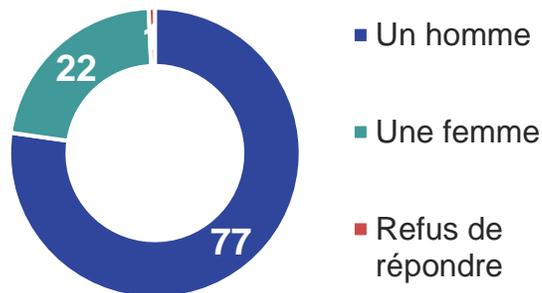
LANGUE



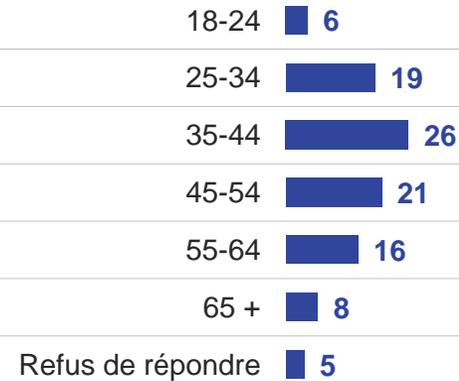
TAILLE D'ENTREPRISE



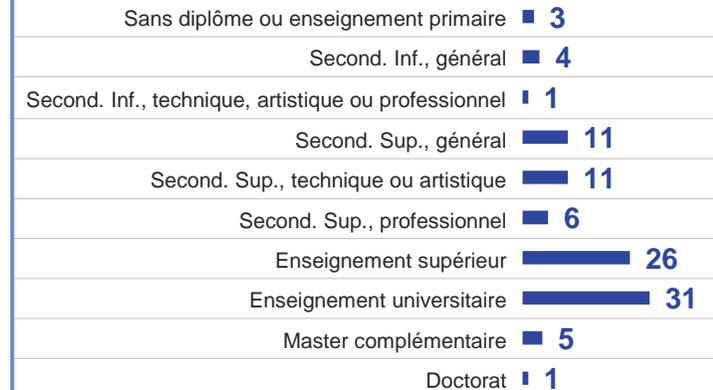
GENRE



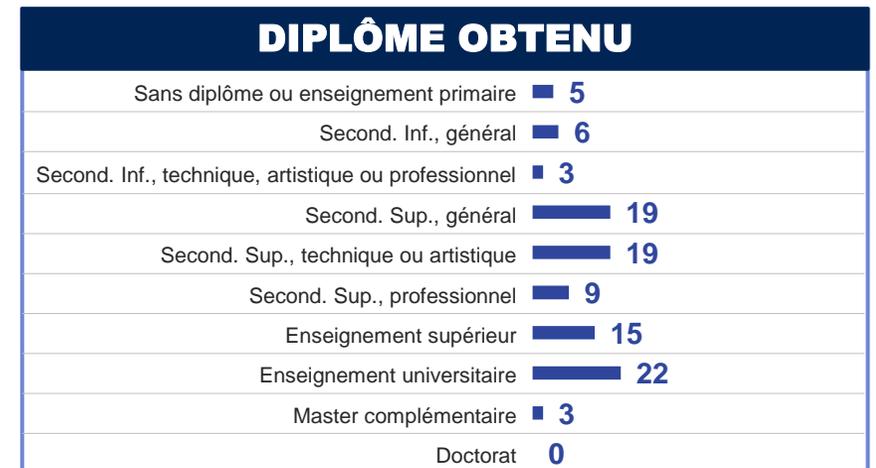
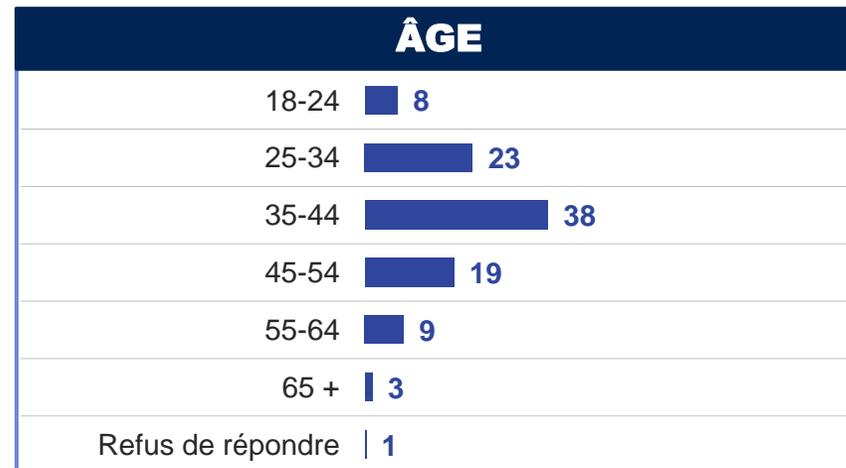
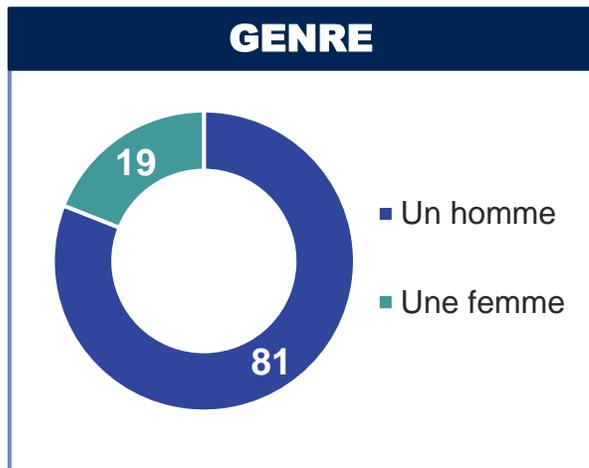
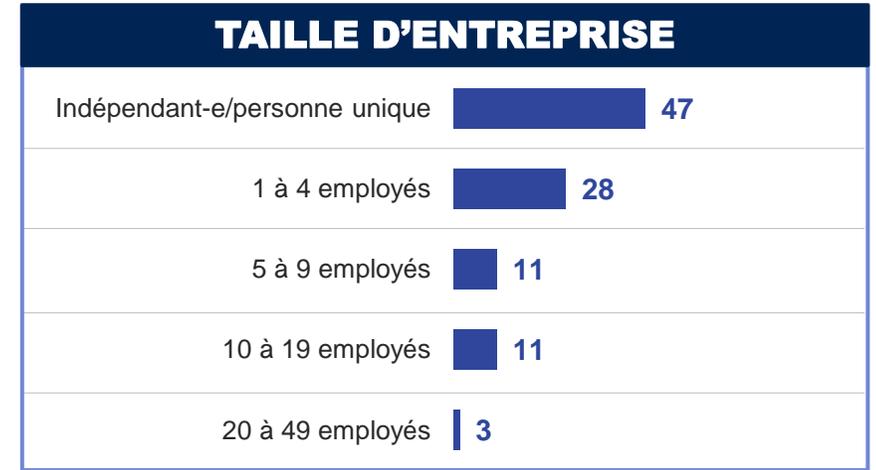
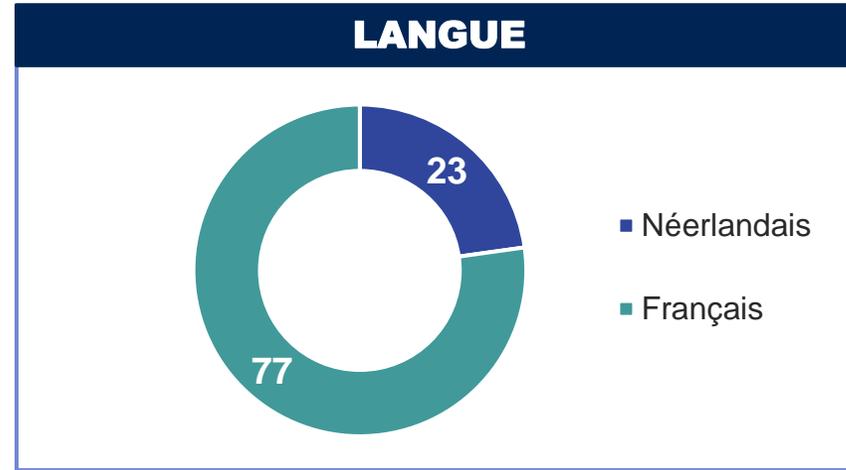
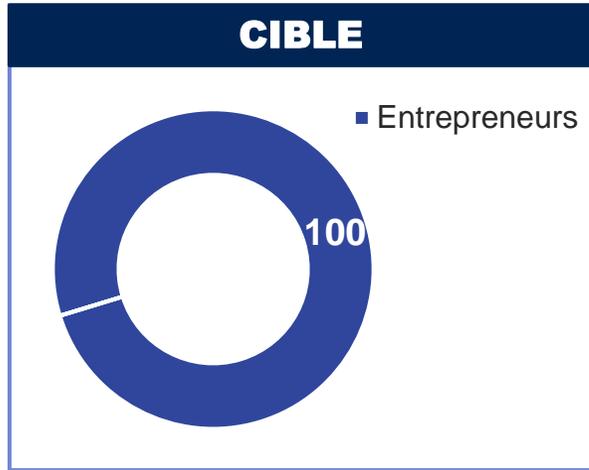
ÂGE



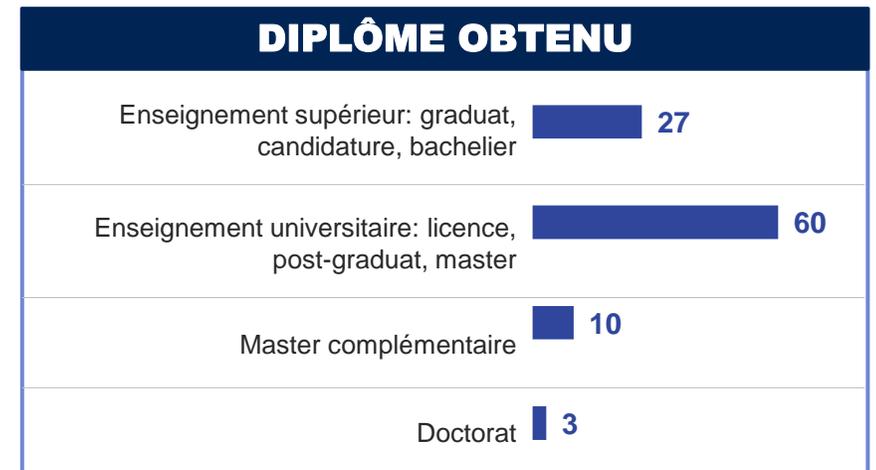
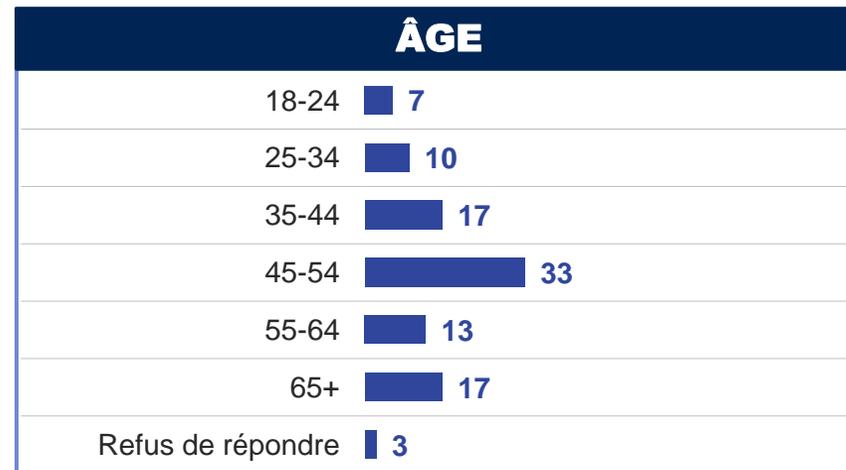
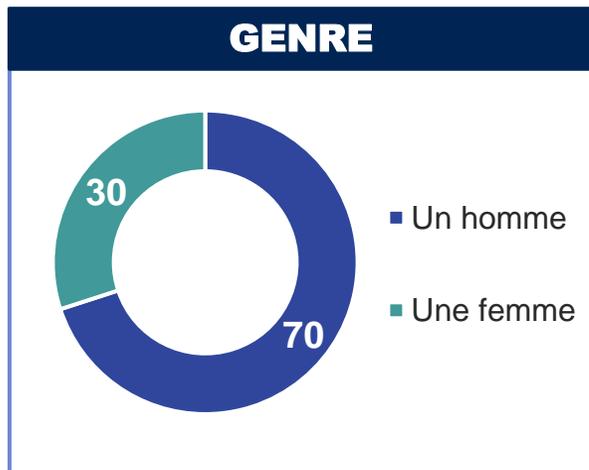
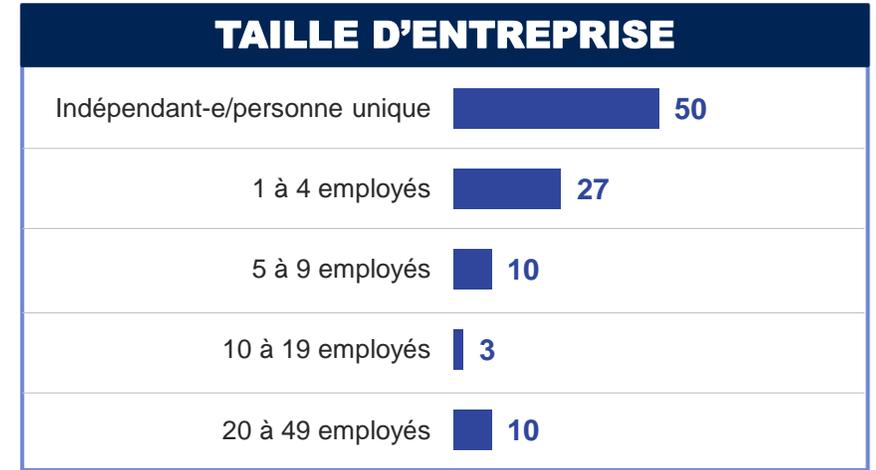
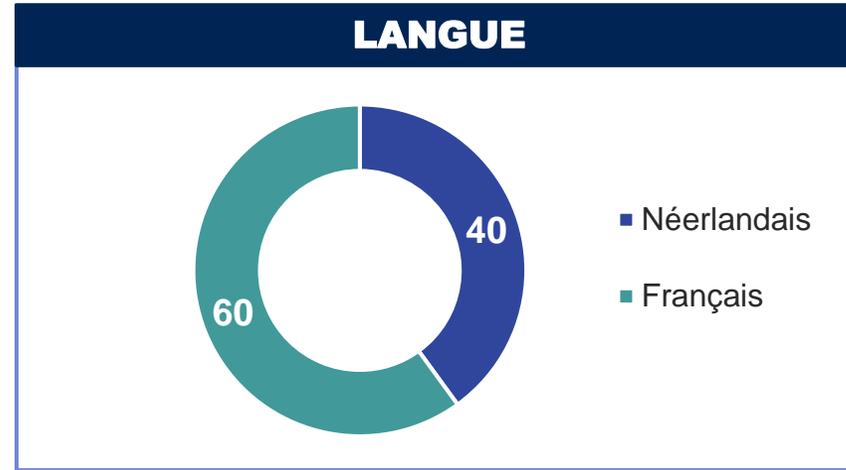
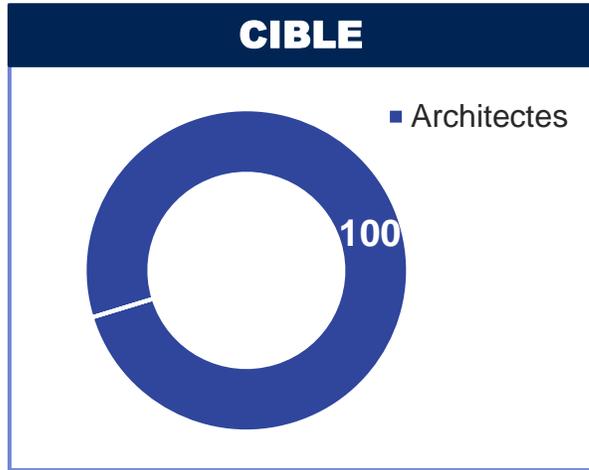
DIPLÔME OBTENU



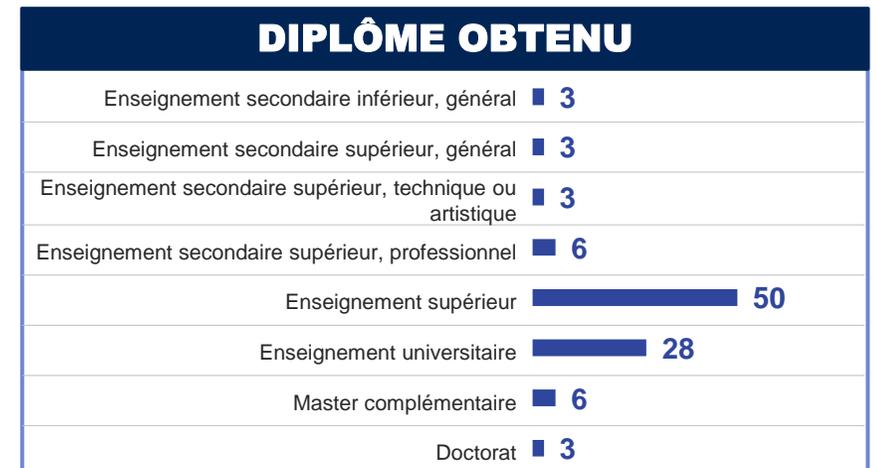
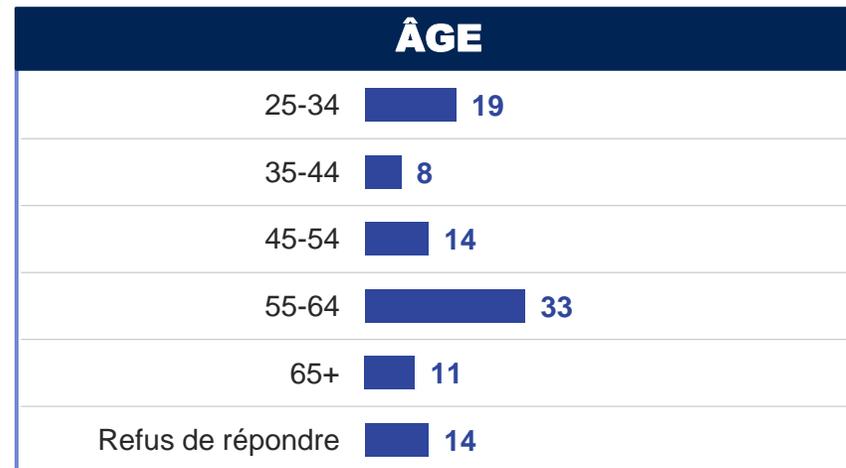
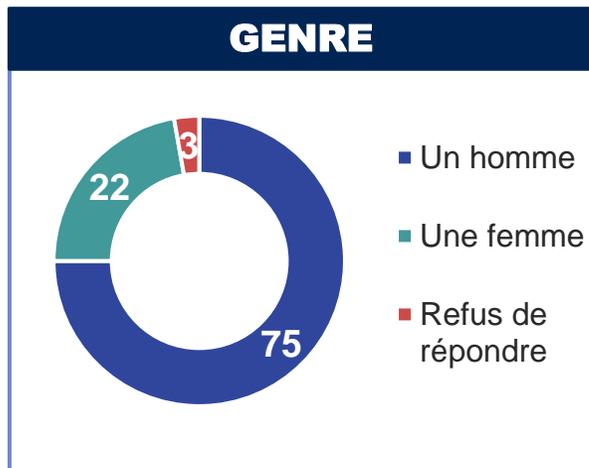
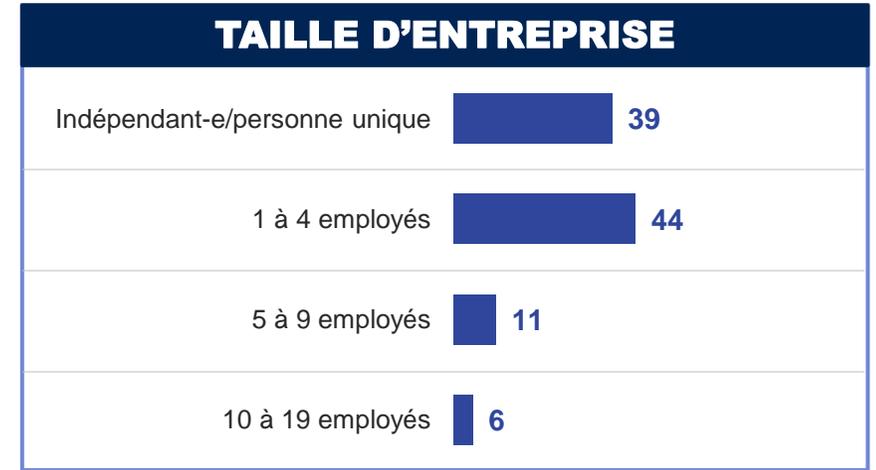
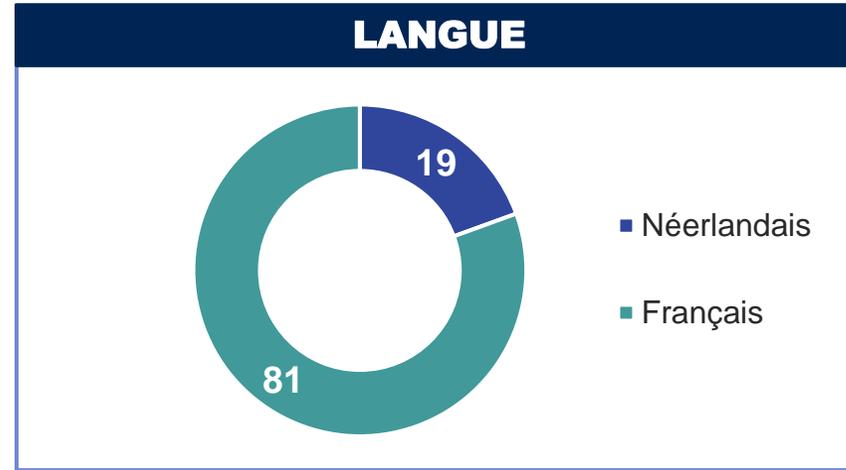
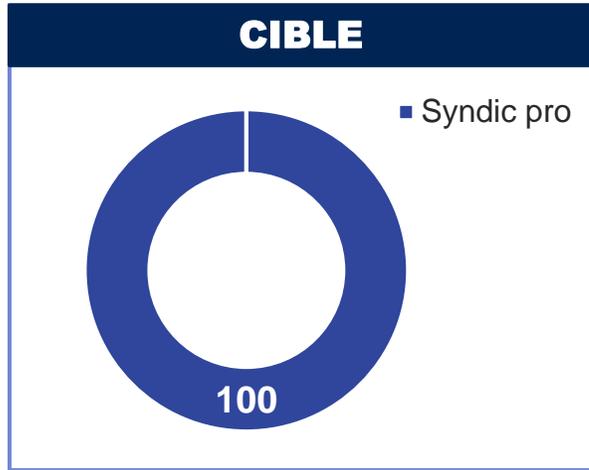
PROFIL - ENTREPRENEURS



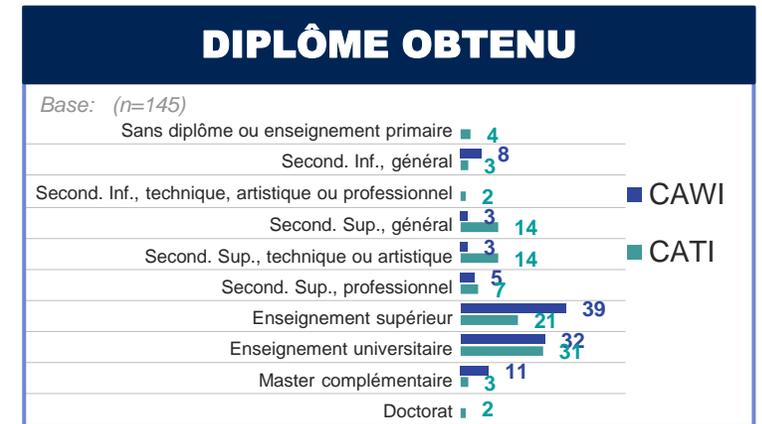
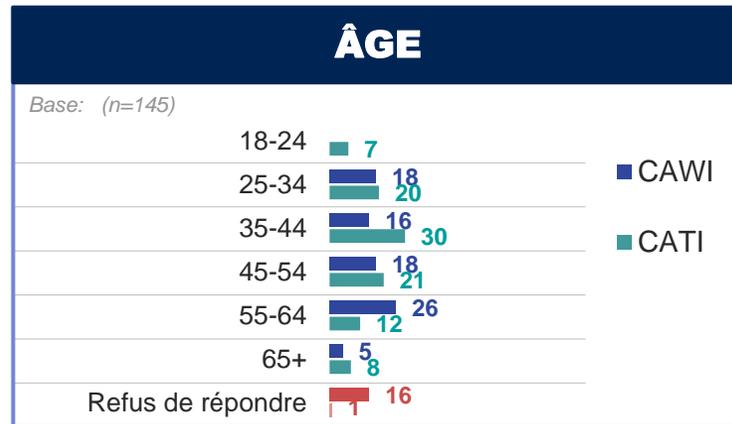
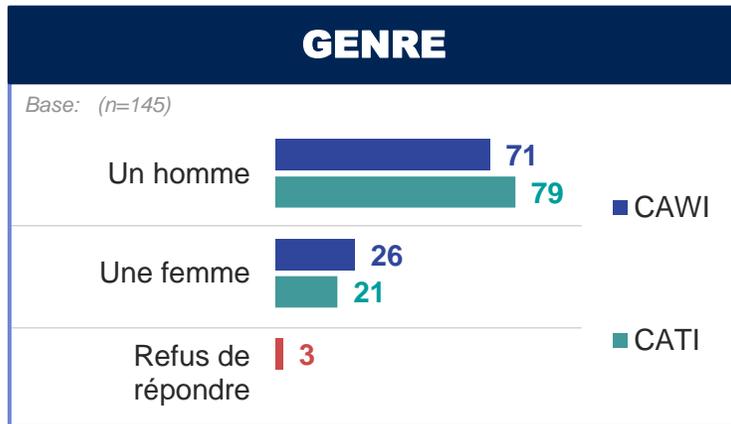
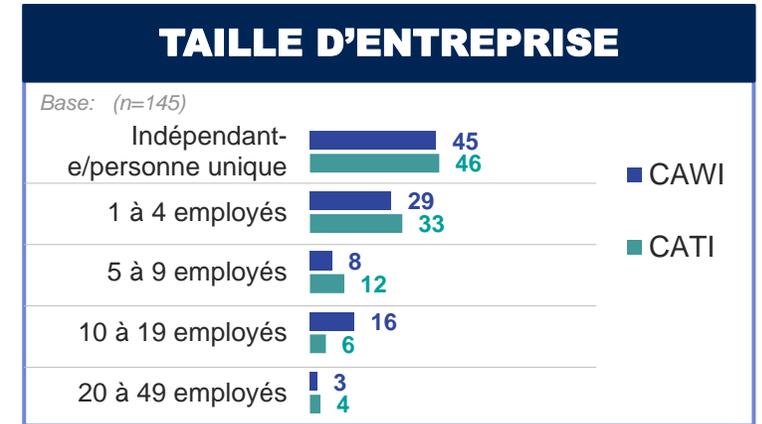
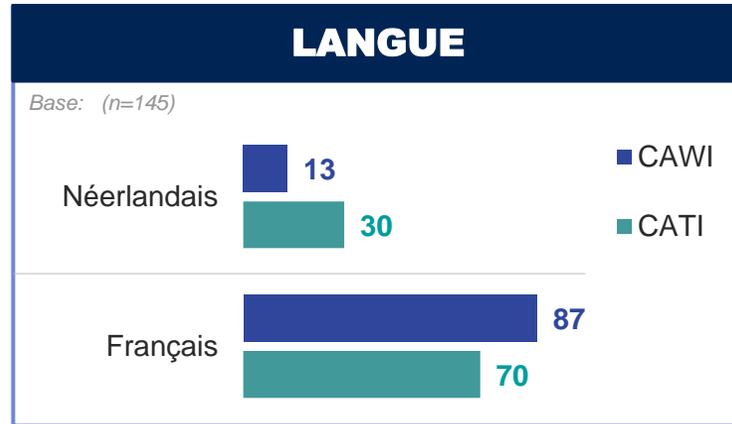
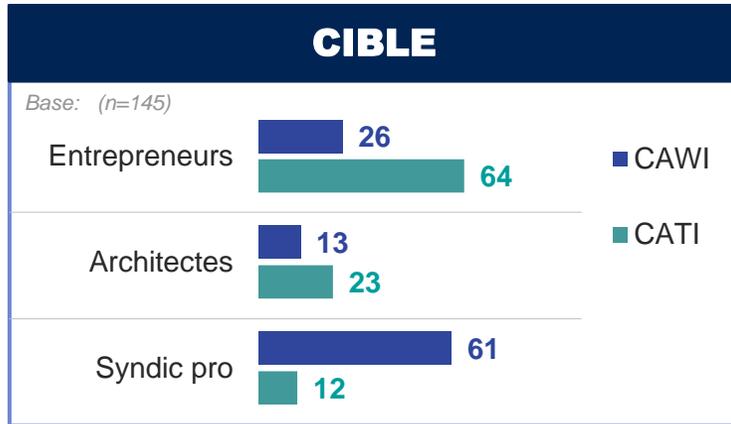
PROFIL - ARCHITECTES



PROFIL - SYNDIC PRO



PROFIL - CATI VS CAWI



DOMAINE D'ACTIVITÉS

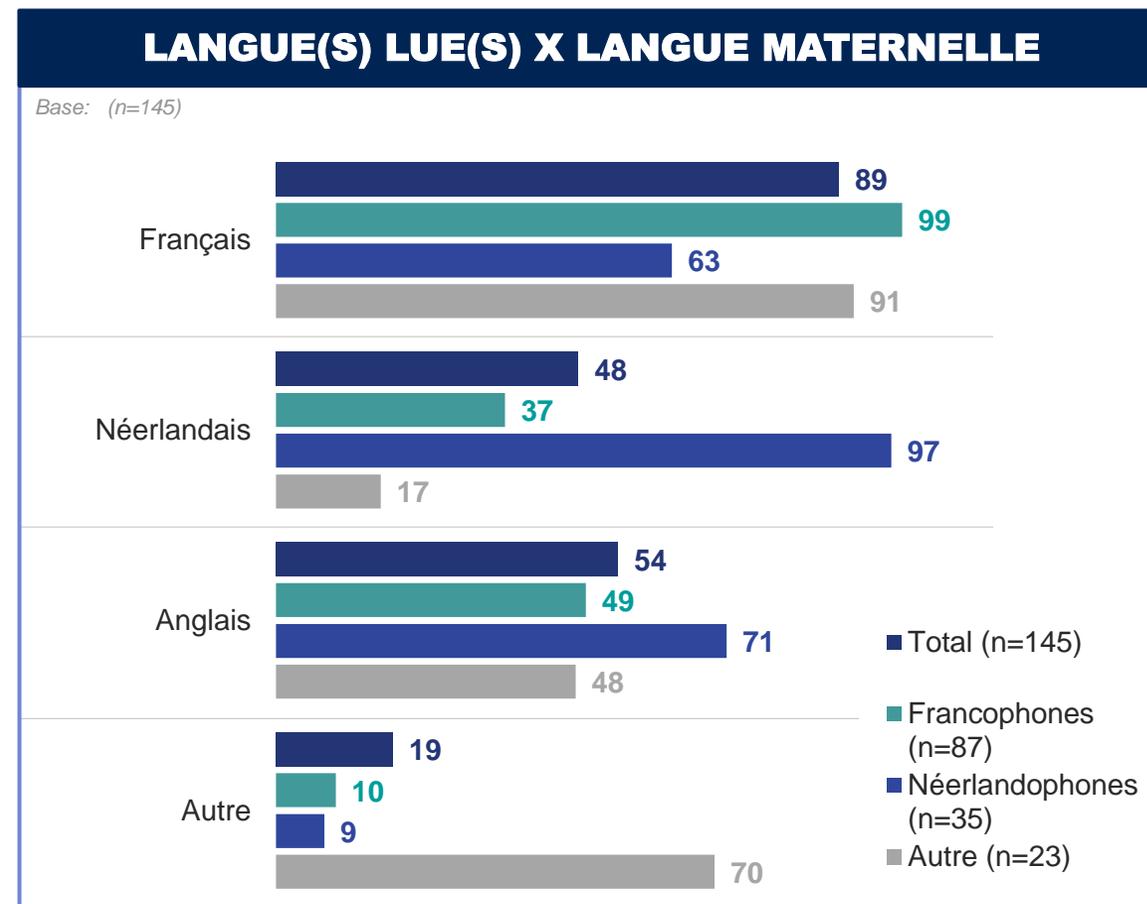
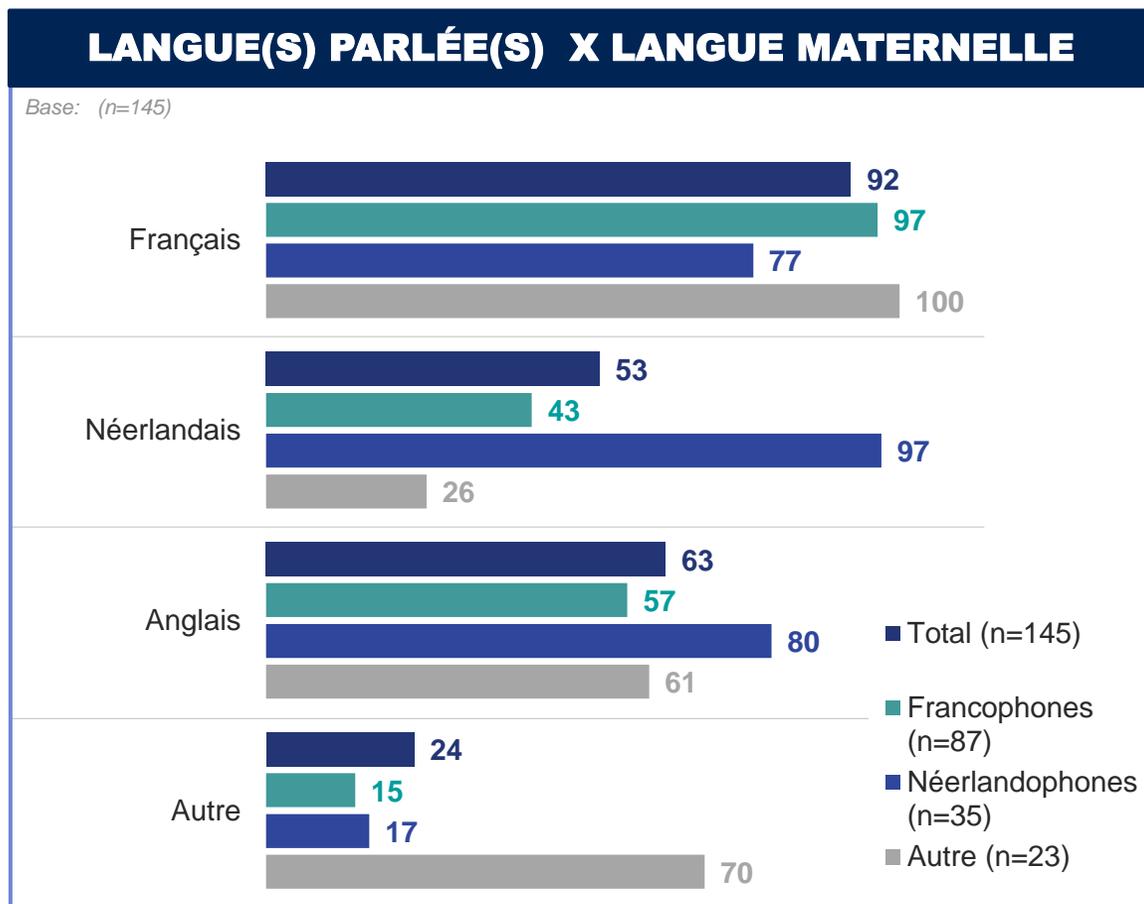
3 répondants sur 4 exercent leur activité dans le domaine de la rénovation.

Les syndic pro se concentrent par contre davantage sur tous les types de bâtiments.

	TOTAL	CIBLE		
	(n=145)	ENTREPRENEURS (n=79) – (A)	ARCHITECTES (n=30) – (B)	SYNDIC PRO (n=36) – (C)
Rénovation	74	91 C	80 C	31
Tous types de bâtiments	68	70	53	78 B
Logements neufs	48	62 C	50 C	17
Entretien et maintenance	39	54 BC	10	28
Espaces extérieurs	34	43 C	40 C	8
Bâtiments publics	31	42 C	40 C	
Tertiaire	22	27 C	27	8
Autres	12	11	10	17

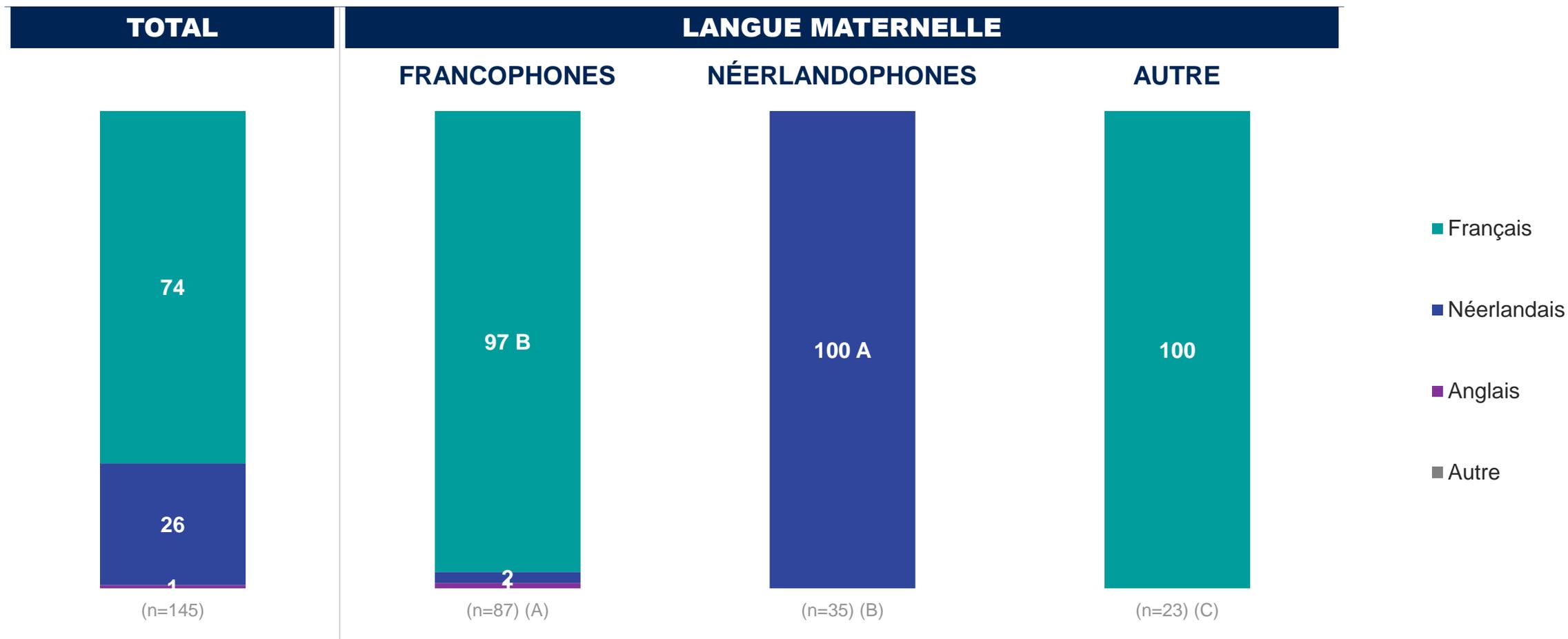
LANGUES PARLÉES ET LUES – SELON LA LANGUE MATERNELLE

La langue principale, parlée et lue, de l'échantillon est le français quelle que soit la langue maternelle du répondant. En effet, les néerlandophones parlent et lisent le français dans plus de 6 cas sur 10.



LANGUE PRÉFÉRÉE POUR RECEVOIR DES INFORMATIONS – SELON LA LANGUE MATERNELLE

3 répondants sur 4 souhaitent recevoir les informations/la communication en français.
Les néerlandophones souhaitent cependant recevoir les informations en néerlandais.



EXECUTIVE SUMMARY

4

EXECUTIVE SUMMARY

PERCEPTION DU SECTEUR / MÉTIER

- **L'ambiance de travail et un métier varié** sont les principaux facteurs de motivation à rejoindre l'entreprise.
- **L'équilibre travail/vie privée, un salaire compétitif ainsi que la cohésion d'équipe** sont les points principaux à améliorer pour fidéliser le personnel.
- **Près de 6 pros sur 10 sont convaincus de la faisabilité de tripler le nombre de rénovations en RBC.**
 - Le frein principal à cet objectif serait le manque de **moyens financiers** de la part des clients.

HABITUDES & CANAUX DE COMMUNICATION

- La quasi-majorité des répondants utilisent leur **GSM/smartphone** tous les jours.
- Les **sites web** sont les canaux d'informations (hors fédérations) les plus consultés pour s'informer sur le secteur / le métier.
- **Facebook** est le média social le plus souvent utilisé.
- La voie **numérique** est privilégiée pour recevoir des informations sur la rénovation, surtout via le mail personnel.
- **A noter que 8 à 10% ne souhaitent pas recevoir d'informations sur la rénovation en RBC.**

CONTENU DE COMMUNICATION

- La '**rénovation durable**' est le terme le plus approprié selon les FR; 'duurzame renovatie' est le terme le plus approprié selon les NL.
- Les **pages web dédiées** aux pros de la rénovation sont les outils les plus utiles pour s'informer sur le métier et la rénovation en RBC.
- Les pros souhaiteraient surtout recevoir des infos sur les **primes, prêts et avantages fiscaux** ainsi que sur les **obligations** à la rénovation.
- Les pros recherchent les infos sur les obligations en matière de rénovation principalement sur **Internet** (moteurs de recherche, sites dédiés et sites gouvernementaux).
- La fréquence idéale pour recevoir des informations sur la rénovation est **d'une fois par mois**.

RÉSULTATS

5

PERCEPTION DU SECTEUR / MÉTIER

5.1

5. Résultats

FACTEURS DE MOTIVATION À REJOINDRE L'ENTREPRISE

L'ambiance de travail et un métier varié sont les principales motivations à rejoindre l'entreprise. Le salaire est une motivation plus importante pour les entrepreneurs que pour les autres.

	TOTAL	CIBLE		
	(n=145)	ENTREPRENEURS (n=79) – (A)	ARCHITECTES (n=30) – (B)	SYNDIC PRO (n=36) – (C)
Ambiance de travail (avec les collègues, clients,...)	50	51	53	47
Variété du métier	49	42	50	64 A
Evolution dans la profession et les compétences	36	39	27	36
Valeurs liées au métier : environnement, impact sur la société	31	24	40	39
Salaire	28	42 BC	10	11
Qualité de vie : équilibre travail/vie privée	25	30	23	14
Aspect concret/manuel du métier	17	14	20	22
Autre	12	13	10	11

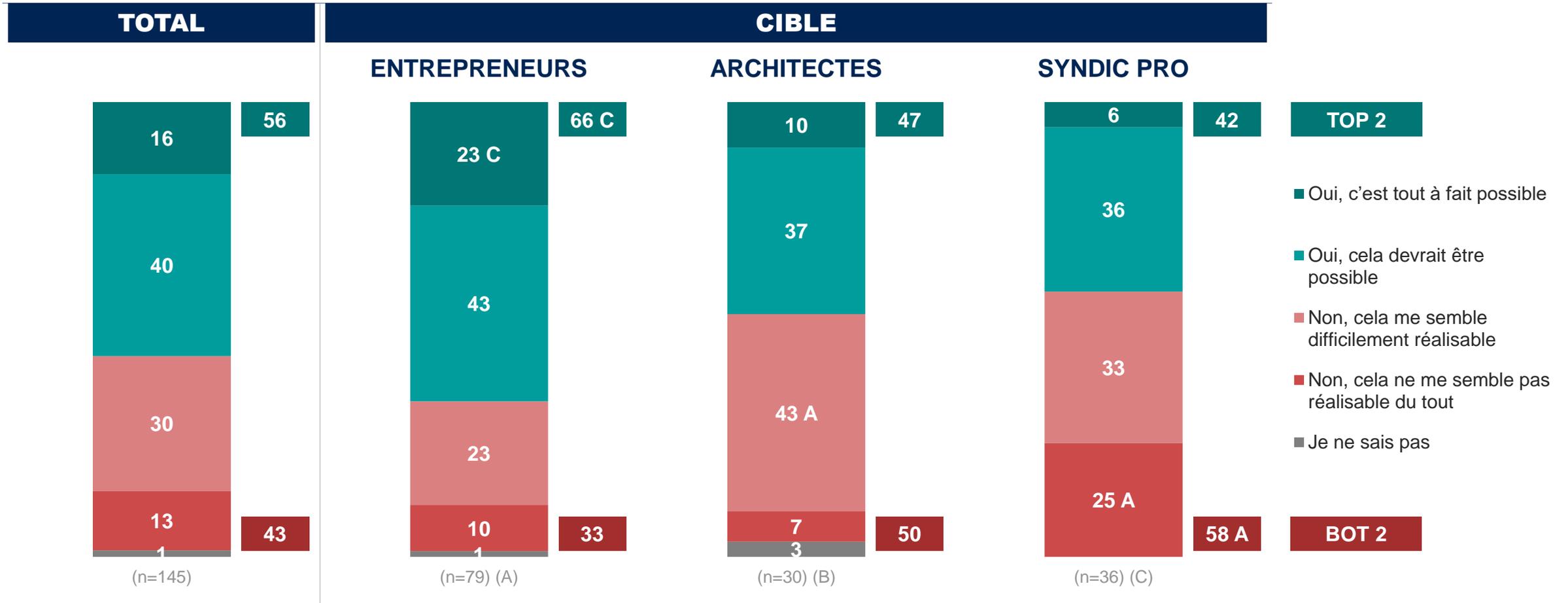
POINTS À AMÉLIORER POUR FIDÉLISER ET RETENIR LE PERSONNEL

L'équilibre travail/vie privée, un salaire compétitif ainsi que la cohésion d'équipe sont les points principaux à améliorer pour fidéliser le personnel. La reconnaissance professionnelle est davantage citée par les architectes et syndic pro que par les entrepreneurs.

	TOTAL	CIBLE		
	(n=145)	ENTREPRENEURS (n=79) – (A)	ARCHITECTES (n=30) – (B)	SYNDIC PRO (n=36) – (C)
Offrir un cadre de travail garantissant un meilleur équilibre travail/vie privée	44	48	40	39
Proposer des salaires plus compétitifs	41	49	30	31
Favoriser la cohésion d'équipe et les relations entre collègues/managers	34	37	40	25
Mettre en place ou améliorer un dispositif de prévention au surmenage/à la surcharge (stress et charge mentale)	25	24	20	31
Implémenter et/ou renforcer des mesures favorisant une culture de la reconnaissance professionnelle	24	15	33 A	36 A
Mettre en œuvre des actions pour pérenniser les relations client	22	22	13	31
Implémenter et/ou renforcer les valeurs liées au métier : environnement, impact sur la société, etc.	21	20	20	25
Mettre en place ou améliorer un dispositif d'accompagnement médical spécifique pour les métiers dits manuels	8	14 C	3	
Autre	13	14	13	11

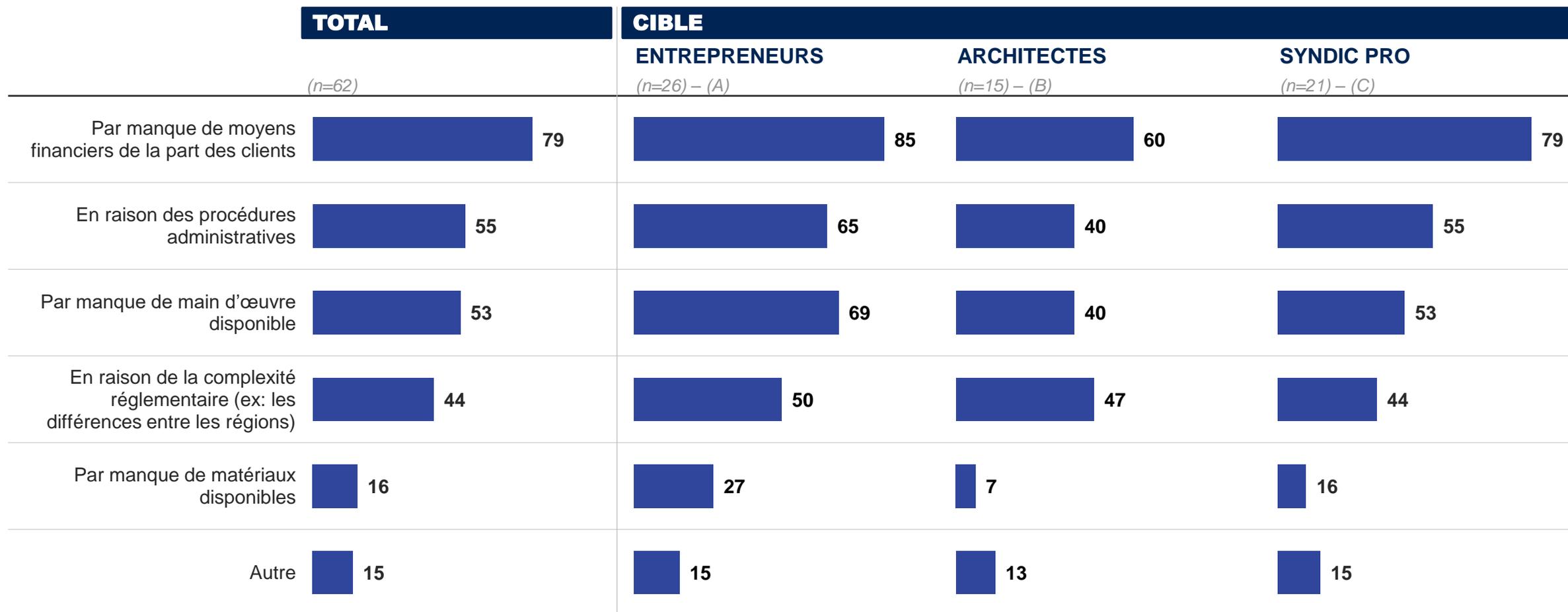
TRIPLER LE NOMBRE DE RÉNOVATIONS EN RBC

Plus de 6 entrepreneurs sur 10 sont convaincus de la faisabilité de tripler le nombre de rénovations en RBC. Seuls 4 syndic pro sur 10 en sont convaincus.



FREINS À TRIPLER LE NOMBRE DE RÉNOVATIONS EN RBC

Le frein principal à cet objectif serait le manque de moyens financiers de la part des clients. Le manque de matériaux semble plus problématique d'après les entrepreneurs.



FREINS À TRIPLER LE NOMBRE DE RÉNOVATIONS EN RBC - VERBATIMS

Manque de moyens financiers



Entrepreneurs

Il faut donner plus de primes, les gens n'ont pas les moyens pour faire des rénovations.



Architectes

Je ne pense pas que les gens ont les moyens pour arriver à l'objectif de Bruxelles-Environnement.



Syndic pro

Les copropriétaires ne parviennent plus à investir dans leur immeuble à cause du coût trop élevé de la vie en général.

Procédures administratives



Entrepreneurs

Les procédures sont trop compliquées / les gens n'ont pas assez d'accès aux dossiers/compréhension des dossiers.



Architectes

Complexité des dossiers, manque d'informations sur les services urbanisme des communes.



Syndic pro

Beaucoup trop de rigidité de la part des administrations pour l'obtention de PU.

Manque de main d'œuvre



Entrepreneurs

La main d'oeuvre belge de qualité se fait rare.



Architectes

On manque d'architectes et d'ouvriers.



Syndic pro

C'est compliqué de trouver des entreprises pour faire la rénovation.

Complexité réglementaire



Entrepreneurs

Même moi quand je travaille en Flandre et en Wallonie, il y a trop de règles différentes; on s'en sort pas, on est un si petit pays.



Architectes

Confusion, caractère paperassier.



Syndic pro

Zij hebben daar constant totaal andere regels, in Brussel geen asbestattest en epc score naar beneden.

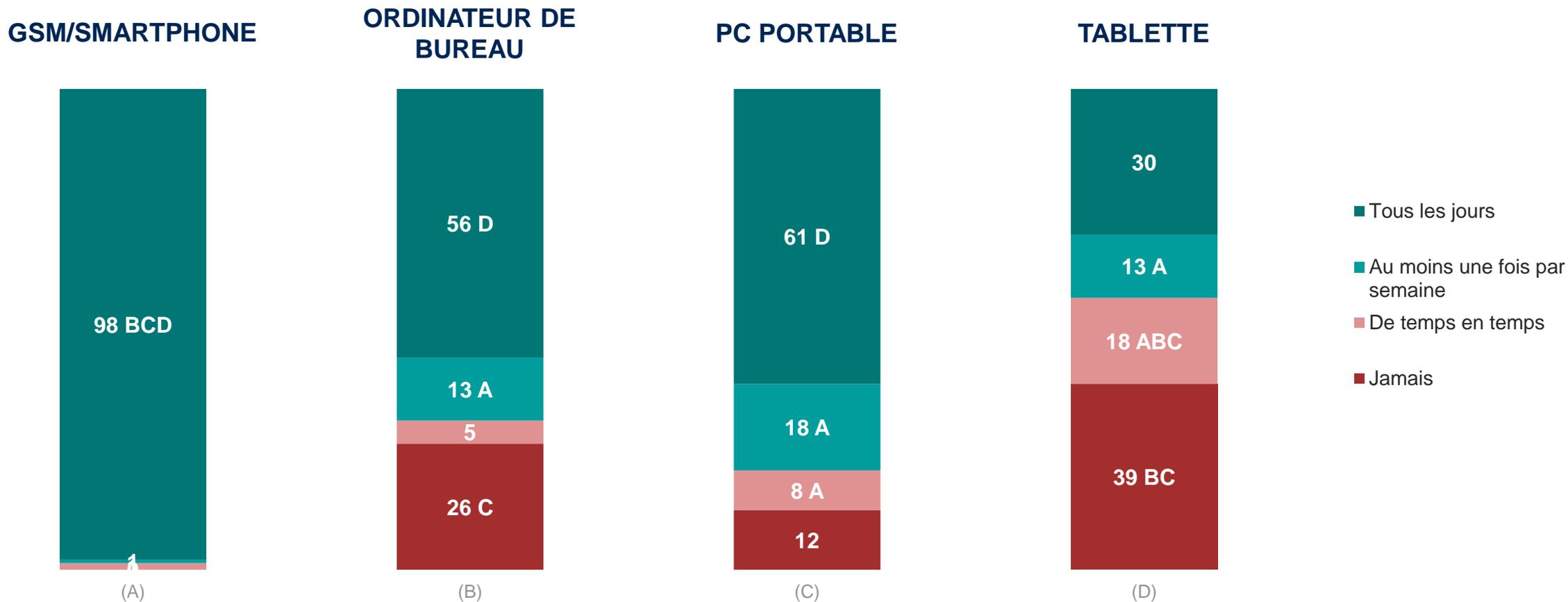
HABITUDES & CANAUX DE COMMUNICATION

5.2

5. Résultats

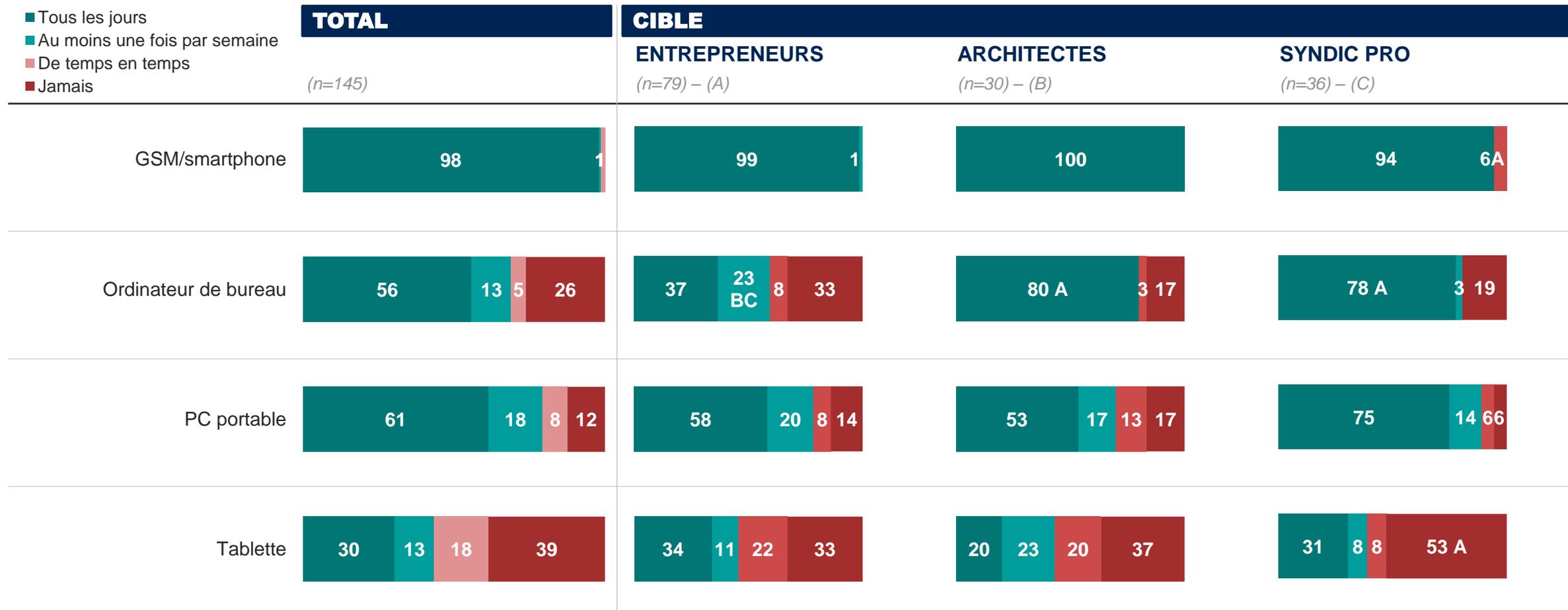
FRÉQUENCE D'UTILISATION DES APPAREILS

La quasi-majorité des répondants utilisent leur GSM/smartphone tous les jours.
Plus de la moitié utilisent également leur pc portable ou ordinateur de bureau tous les jours.
La tablette est par contre nettement moins utilisée.



FRÉQUENCE D'UTILISATION DES APPAREILS – PAR CIBLE

L'ordinateur de bureau est davantage utilisé par les architectes et syndic pro que par les entrepreneurs.
Le pc portable a plus les faveurs des syndic pro que des autres.



CANAUX D'INFORMATION CONSULTÉS (HORS FÉDÉRATIONS SECTORIELLES)

Les sites web sont les canaux d'informations les plus consultés, en particulier de la part des architectes. Les médias sociaux sont moins appréciés des syndic pro que des autres.

	TOTAL	CIBLE		
	(n=145)	ENTREPRENEURS (n=79) – (A)	ARCHITECTES (n=30) – (B)	SYNDIC PRO (n=36) – (C)
Sites web	53	48	73 AC	47
Médias sociaux	43	47 C	60 C	19
Salons, foires, conférences	37	33	47	39
Newsletter	31	20	43 A	44 A
Presse écrite	26	13	53 A	33 A
Presse en ligne	23	15	37 A	31
Télévision	15	13	13	22
Radio	12	6	13	22 A
Affichage en espace publique	6	4	10	6
Autre	14	22 B	3	8
Non, je ne consulte pas de canaux de communication	10	10	3	14

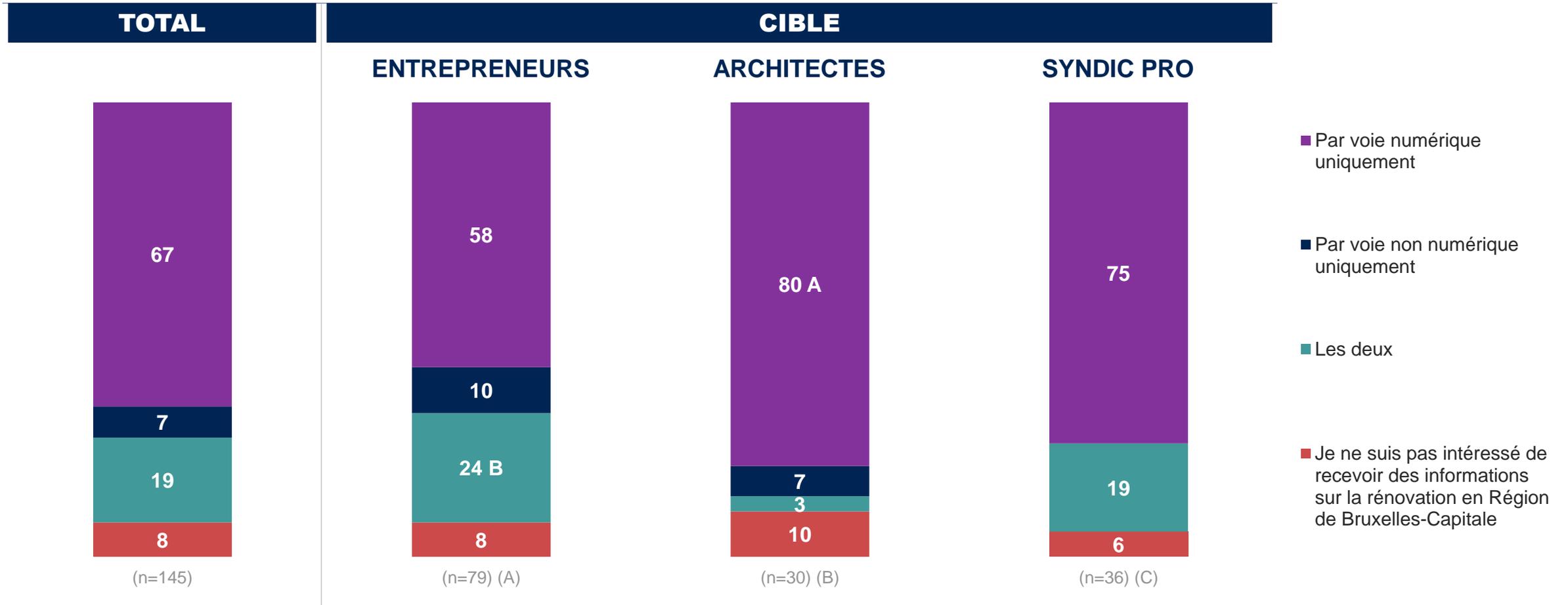
CANAUX D'INFORMATION CONSULTÉS (HORS FÉDÉRATIONS SECTORIELLES) - VERBATIMS

Sites web	<p>Entrepreneurs</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Google ✓ Websites leveranciers van materialen ✓ les sites Bruxelles Environnement, tout ce qui est législation, la WAC 	<p>Architectes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Buildwise ✓ Des entreprises et des matériaux 	<p>Syndic pro</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fédéria ✓ Bruxelles Environnement beaucoup et tout ce qui administration communale
Medias sociaux	<p>Entrepreneurs</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Facebook ✓ Instagram 	<p>Architectes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ LinkedIn ✓ Instagram 	<p>Syndic pro</p> <p>Alle sociale media, onze mensen zien lezen van alles, wat leeft er in gemeente en gebeurt in de sector.</p>
Salons, foires, conférence	<p>Entrepreneurs</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Batibouw ✓ Conférences dédiées réemploi, circularité dans construction 	<p>Architectes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tuinbeurs in Gent expo ✓ Greenexpo ✓ Batibouw 	<p>Syndic pro</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Batibouw ✓ Salon de la copropriété - congrès fédéria
Newsletter	<p>Entrepreneurs</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Embuild ✓ Celles que je recois du fournisseur ou autre ✓ Confédération CTBC 	<p>Architectes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le journal de l'architecte ✓ Plateforme circulaire ✓ Les fabricants 	<p>Syndic pro</p> <p>Par des avocats et par les notaires fédéria.</p>

RECEVOIR DES INFORMATIONS PAR VOIE NUMÉRIQUE OU NON NUMÉRIQUE

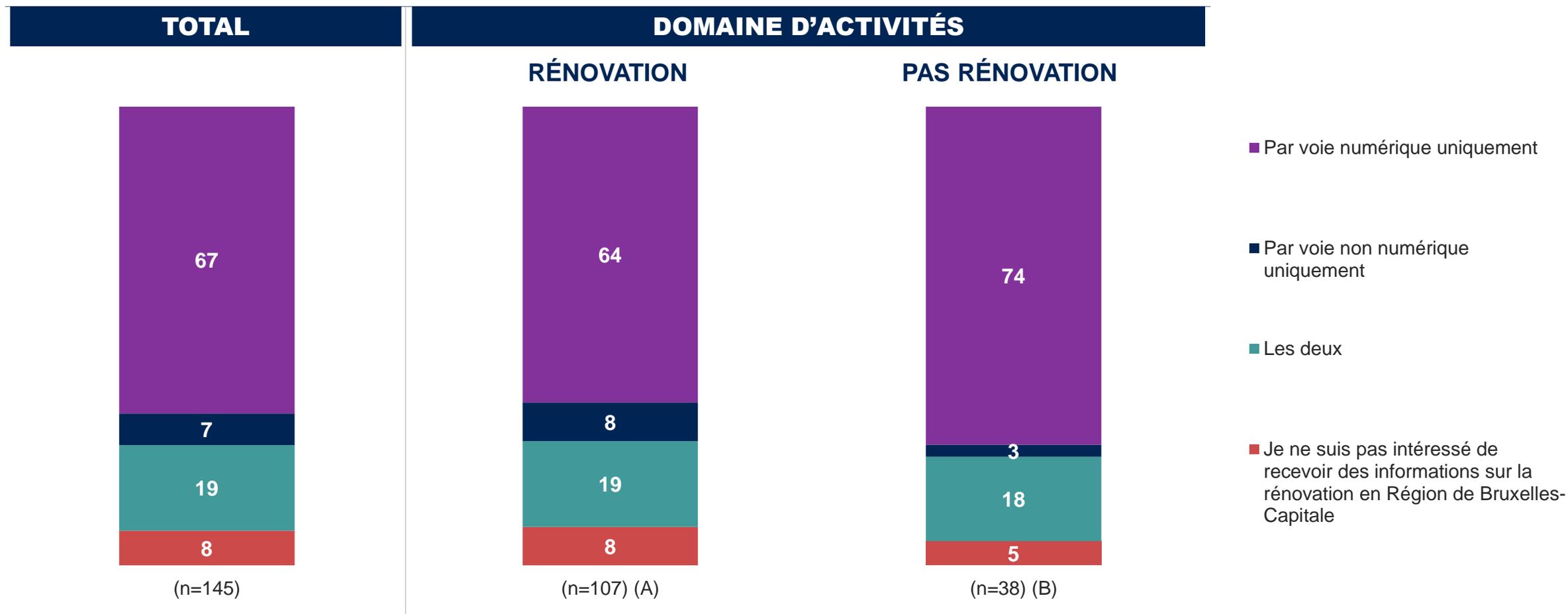
Les 3 cibles privilégient la voie numérique pour recevoir des informations sur la rénovation.

Néanmoins 10% des entrepreneurs et 7% des architectes ne souhaitent recevoir des infos que par voie non-numérique. A noter que 8% ne sont pas intéressés par ces informations, surtout les architectes (10%).



PAS INTÉRESSÉ DE RECEVOIR DES INFOS SUR LA RÉNOVATION – SELON LE DOMAINE D'ACTIVITÉS

La proportion de pros qui ne sont pas intéressés de recevoir des informations sur la rénovation varie peu selon le domaine d'activités (actif dans la rénovation ou non).



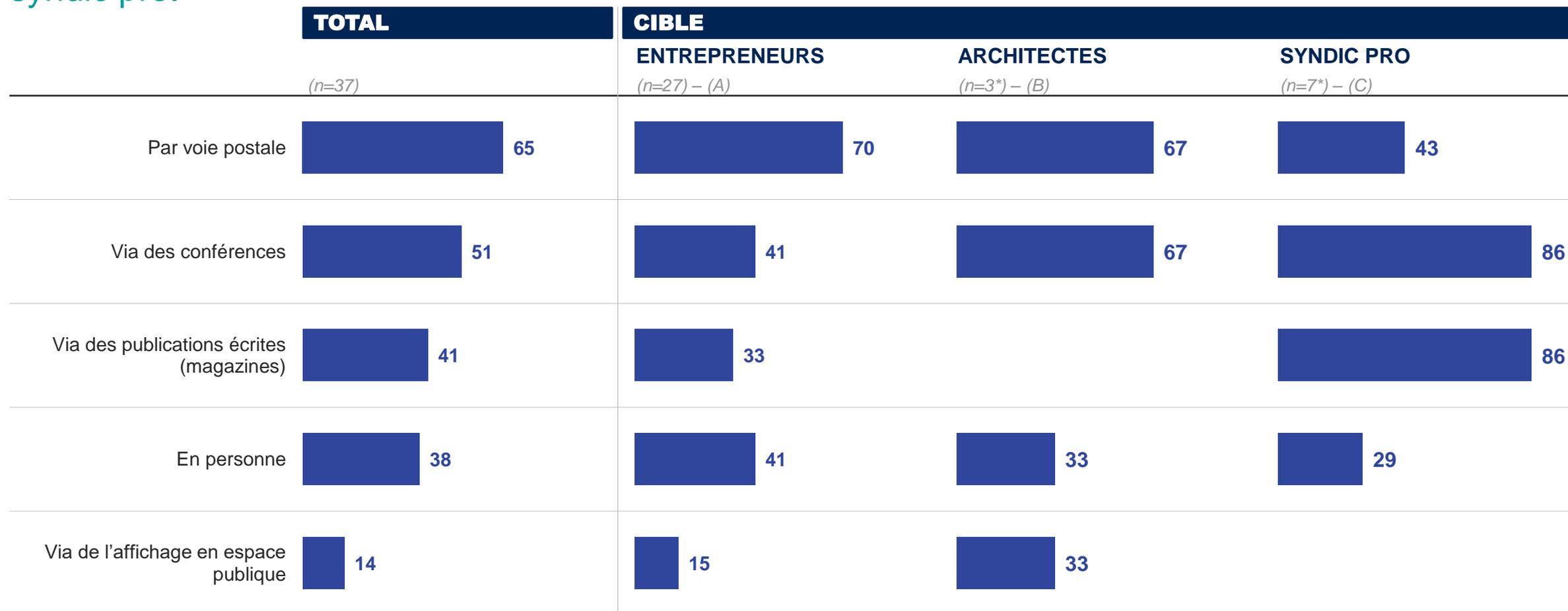
CANAUX NUMÉRIQUES PRÉFÉRÉS

Le mail personnel est de loin le canal numérique privilégié pour recevoir des infos sur la rénovation. Les newsletters et formations en ligne sont nettement plus appréciées des syndic pro que des entrepreneurs.

	TOTAL	CIBLE		
	(n=124)	ENTREPRENEURS (n=65) – (A)	ARCHITECTES (n=25) – (B)	SYNDIC PRO (n=34) – (C)
Mail personnel	75	80	64	74
Newsletter	32	17	52	47 A
Formation en ligne	24	9	20	56 A
LinkedIn	19	18	28	15
Instagram	12	17 C	16	
Facebook	12	18	4	6
Whatsapp	10	17		6
X (auparavant Twitter)	3	6		
Autre	2	2	4	

CANAUX NON NUMÉRIQUES PRÉFÉRÉS

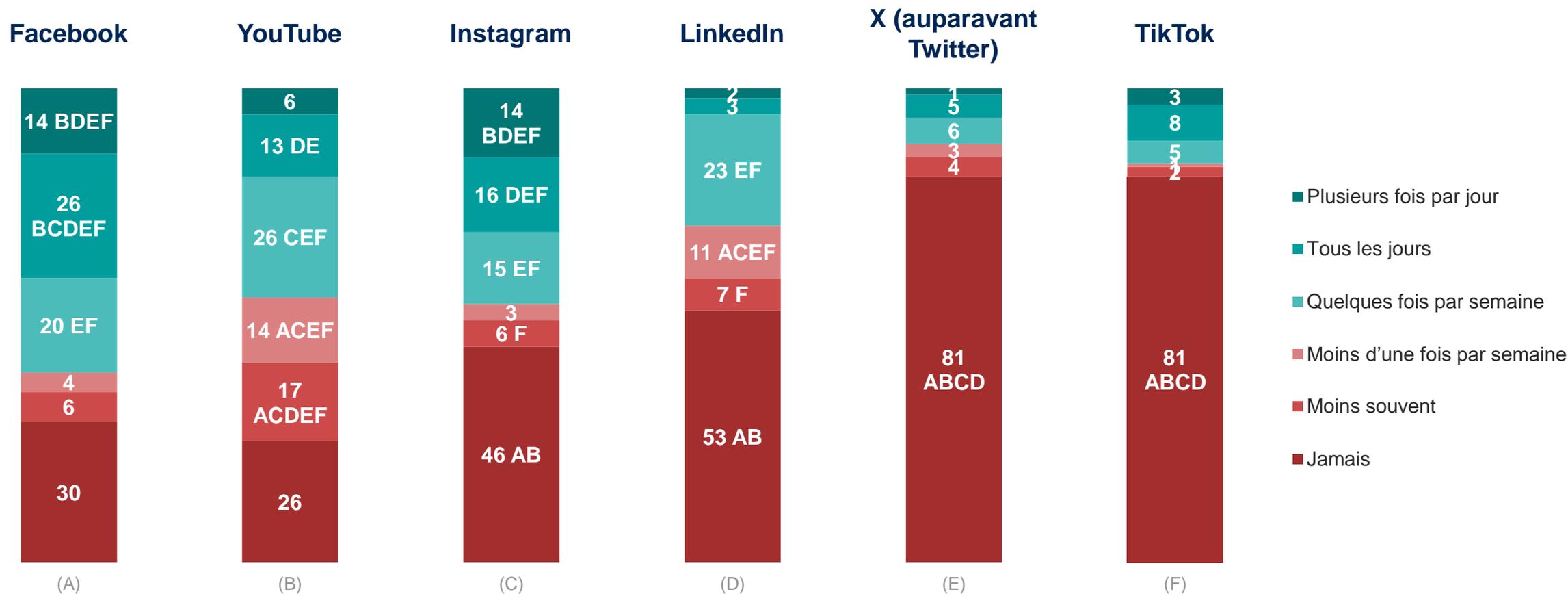
Parmi les canaux non-numériques, on retrouve surtout le courrier postal (moins pour les syndic pro) et les conférences (moins pour les entrepreneurs). Les publications écrites plaisent davantage aux syndic pro.



*Low base size!

FRÉQUENCE D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

Facebook est le média social le plus souvent utilisé; X (Twitter) et Tiktok les moins souvent utilisés.



FRÉQUENCE D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX – SELON LA CIBLE

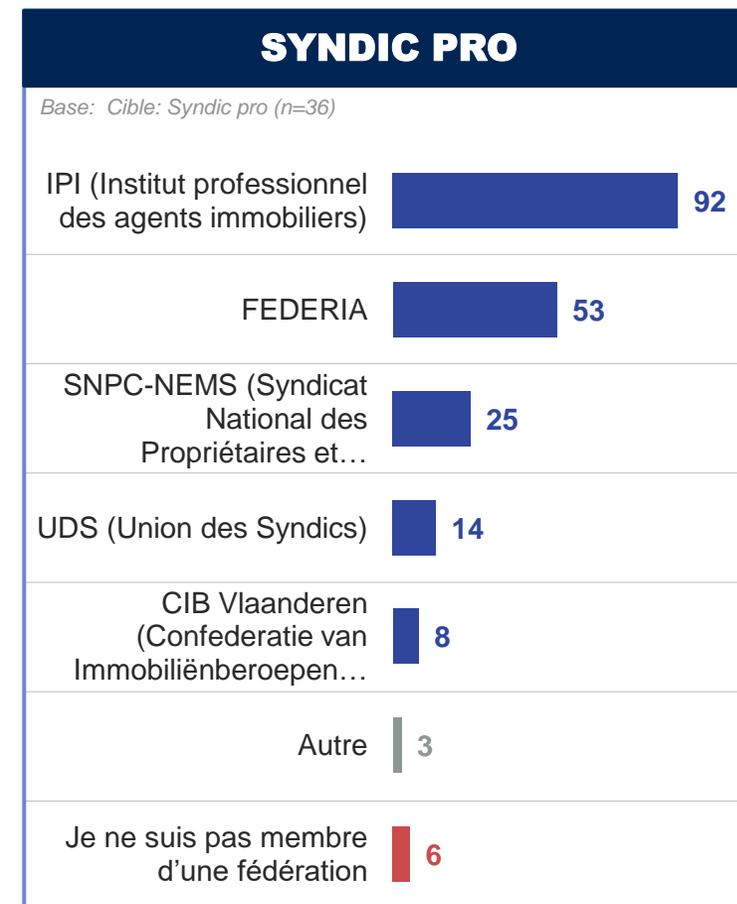
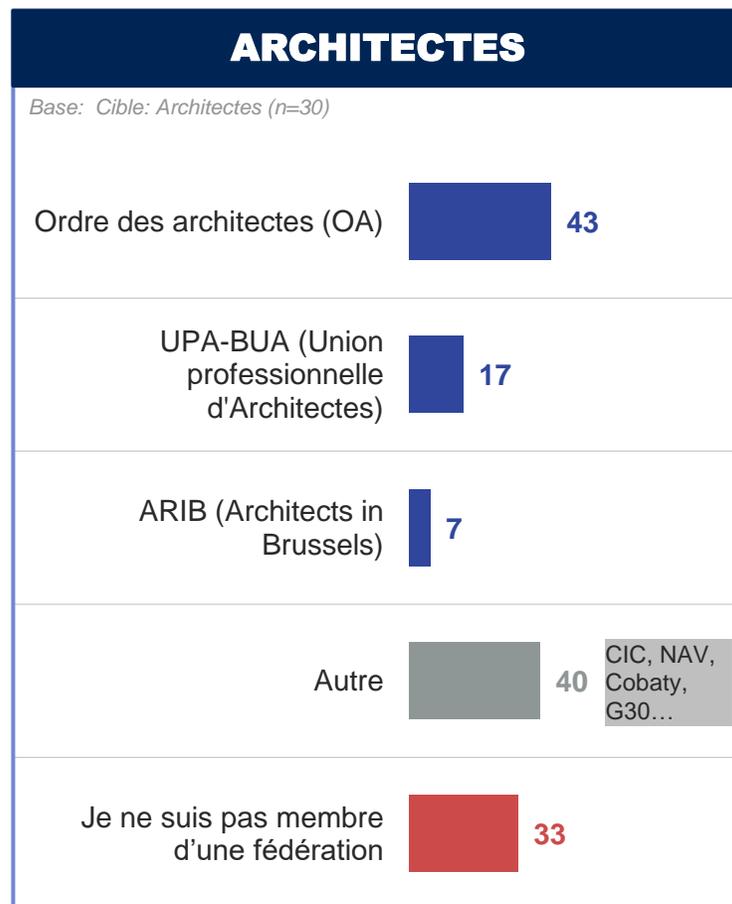
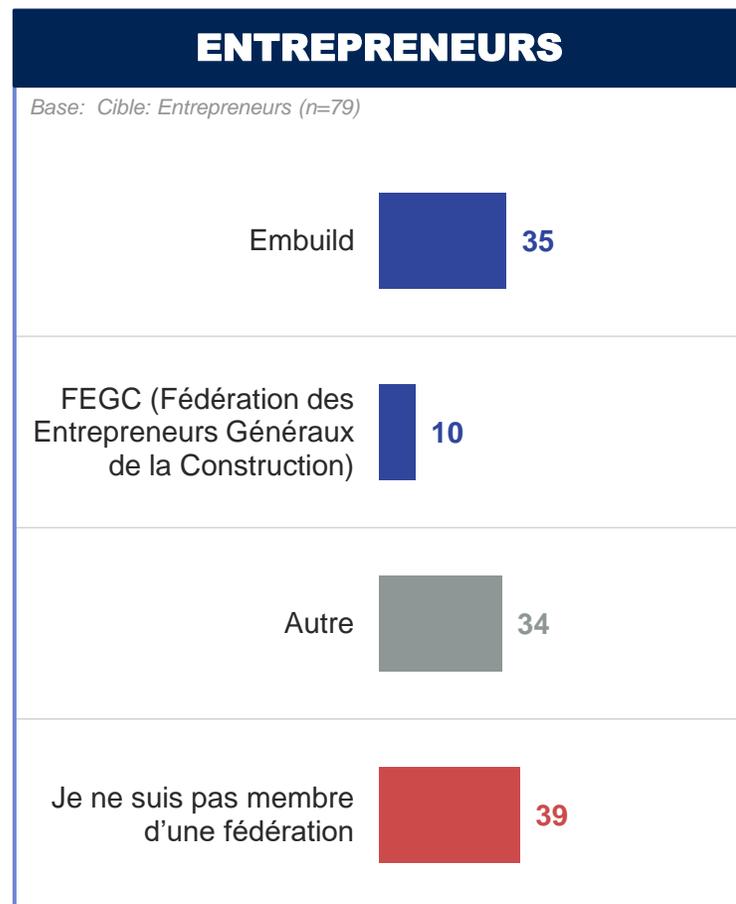
Facebook est surtout utilisé par les entrepreneurs, Instagram par les entrepreneurs et architectes, LinkedIn par les architectes et syndic pro.

- Plusieurs fois par jour
- Tous les jours
- Quelques fois par semaine
- Moins d'une fois par semaine
- Moins souvent
- Jamais



AFFILIATION À UNE FÉDÉRATION SECTORIELLE OU ASSOCIATION PROFESSIONNELLE

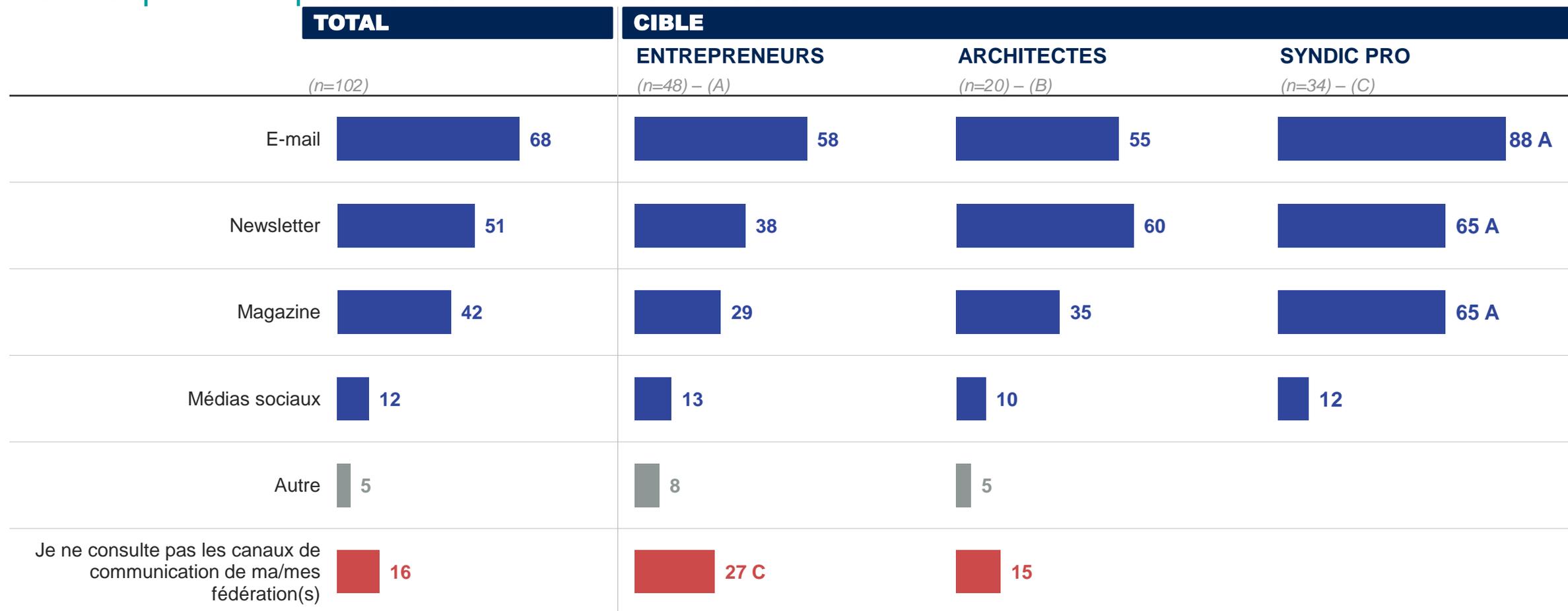
Parmi les entrepreneurs et architectes, 1 sur 3 n'est pas affilié à une fédération sectorielle ni association professionnelle.



CANAUX DE COMMUNICATION DES FÉDÉRATIONS CONSULTÉS

Parmi les affiliés, les syndic pro sont ceux qui consultent le plus les canaux de communication de leur(s) fédération(s) ou association(s). Principalement les e-mails.

Notons qu' 1 entrepreneur sur 4 n'en consulte aucun.



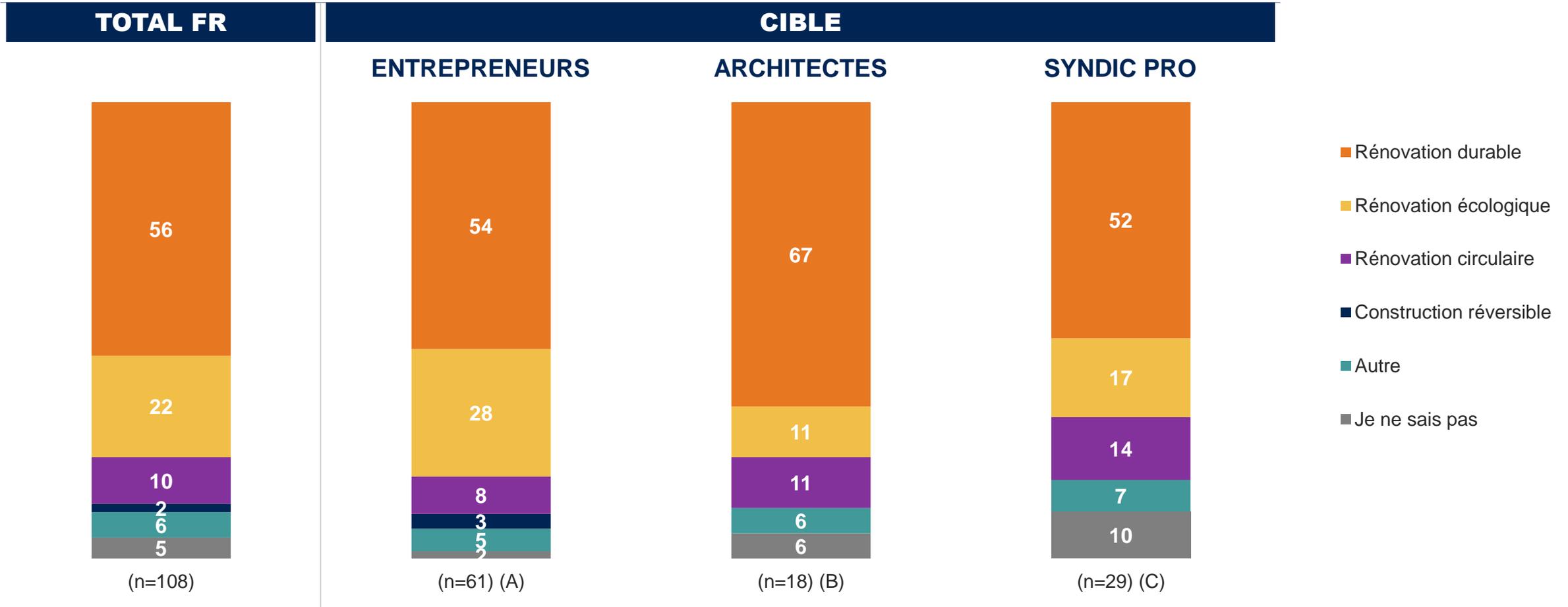
CONTENU DE COMMUNICATION

5.3

5. Résultats

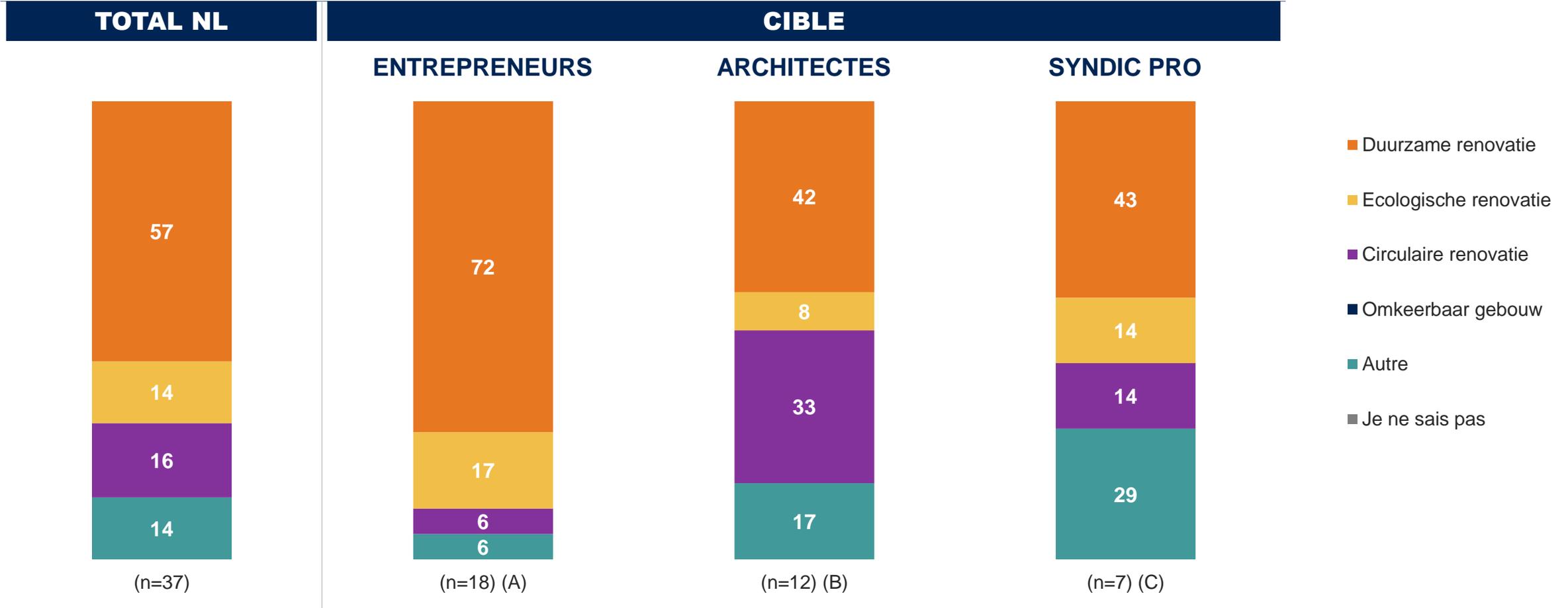
LE TERME LE PLUS APPROPRIÉ - SELON LES FR

La 'rénovation durable' est le terme le plus approprié, selon les FR, pour définir 'une rénovation qui améliore fortement l'efficacité énergétique du bâtiment en privilégiant des matériaux sains, écologiques, réutilisés et réutilisables'.



LE TERME LE PLUS APPROPRIÉ - SELON LES NL

‘Duurzame renovatie’ est le terme le plus approprié, selon les NL, pour définir ‘een renovatie die de energie-efficiëntie van het gebouw aanzienlijk verbetert door gebruik te maken van gezonde, ecologische, hergebruikte en herbruikbare materialen’.



OUTILS POUR S'INFORMER SUR LE MÉTIER ET LES OBLIGATIONS OU SERVICES LIÉS À LA RÉNOVATION EN RBC
 Les pages web dédiées aux pros de la rénovation sont les outils les plus utiles pour s'informer sur le métier et la rénovation en RBC, en particulier pour les architectes. Les formations également, surtout pour les syndic pro.

	TOTAL	CIBLE		
	(n=145)	ENTREPRENEURS (n=79) – (A)	ARCHITECTES (n=30) – (B)	SYNDIC PRO (n=36) – (C)
Site web via des pages dédiées aux professionnels de la rénovation	63	63	80 C	47
Formations	57	49	60	69 A
Guides pratiques	54	49	57	61
Personnes de contact	54	56	60	44
Accompagnement personnalisé	51	48	57	53
Site web via un espace news	50	46	67	47
Mailing	45	49	37	42
Dépliants	24	32 C	17	14
Autre	2	3		3
Aucun	10	13	10	3

INFORMATIONS SOUHAITÉES SUR LA RÉNOVATION EN RBC

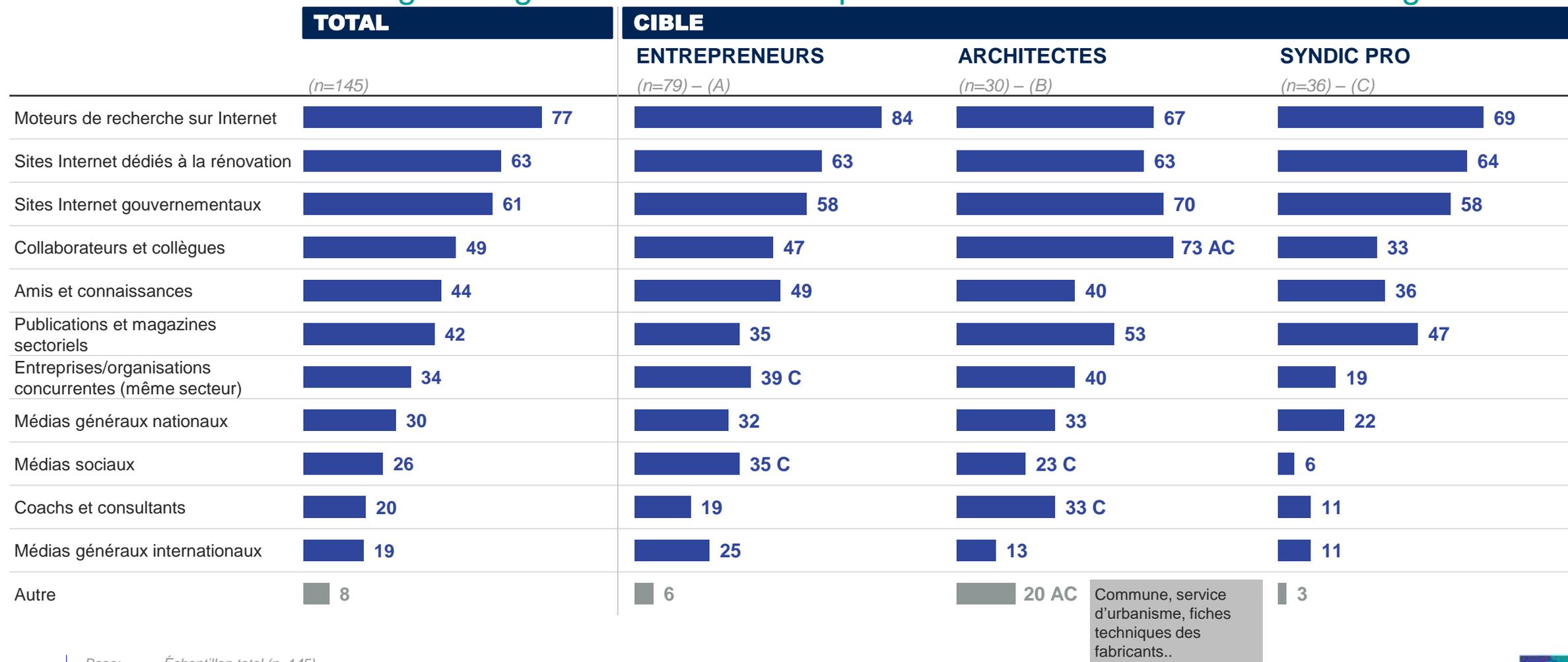
Les pros souhaiteraient surtout recevoir des infos sur les primes, prêts et avantages fiscaux ainsi que sur les obligations à la rénovation (actuelles et à venir). Les syndic pro sont aussi très intéressés par les procédures administratives; les architectes par des infos sur les matériaux (écologiques, réutilisation).

	TOTAL	CIBLE		
	(n=145)	ENTREPRENEURS (n=79) – (A)	ARCHITECTES (n=30) – (B)	SYNDIC PRO (n=36) – (C)
Les primes, prêts et avantages fiscaux pour les maîtres d'ouvrages	73	72	67	81
Obligations à la rénovation actuelles et à venir textes juridiques, normes et obligations	73	72	63	83
Aides et soutiens techniques pour vous accompagner dans la rénovation	64	58	77	67
Infos techniques/best practices en rénovation durable et circulaire	57	61	57	47
Formations, séminaires, webinaires sur la rénovation spécifiques à mon secteur	57	54	57	61
Innovations en RBC, nouveaux produits et projets	55	58	60	44
Procédures administratives	55	51	47	72 AB
Infos en matière des coûts des équipements techniques	46	46	50	42
Matériaux écologiques/biosourcés	46	44	63 C	33
Réseaux de réutilisation de matériaux	41	43 C	63 C	17
Témoignages de projets de rénovation par des entreprises ou des particuliers	34	34	53 C	17
Opportunités de carrière	22	27	20	14
Autre	2	3		3
Aucun	6	8	10	

CANAUX UTILISÉS POUR RECHERCHER DES INFORMATIONS RELATIVES AUX OBLIGATIONS À LA RÉNOVATION

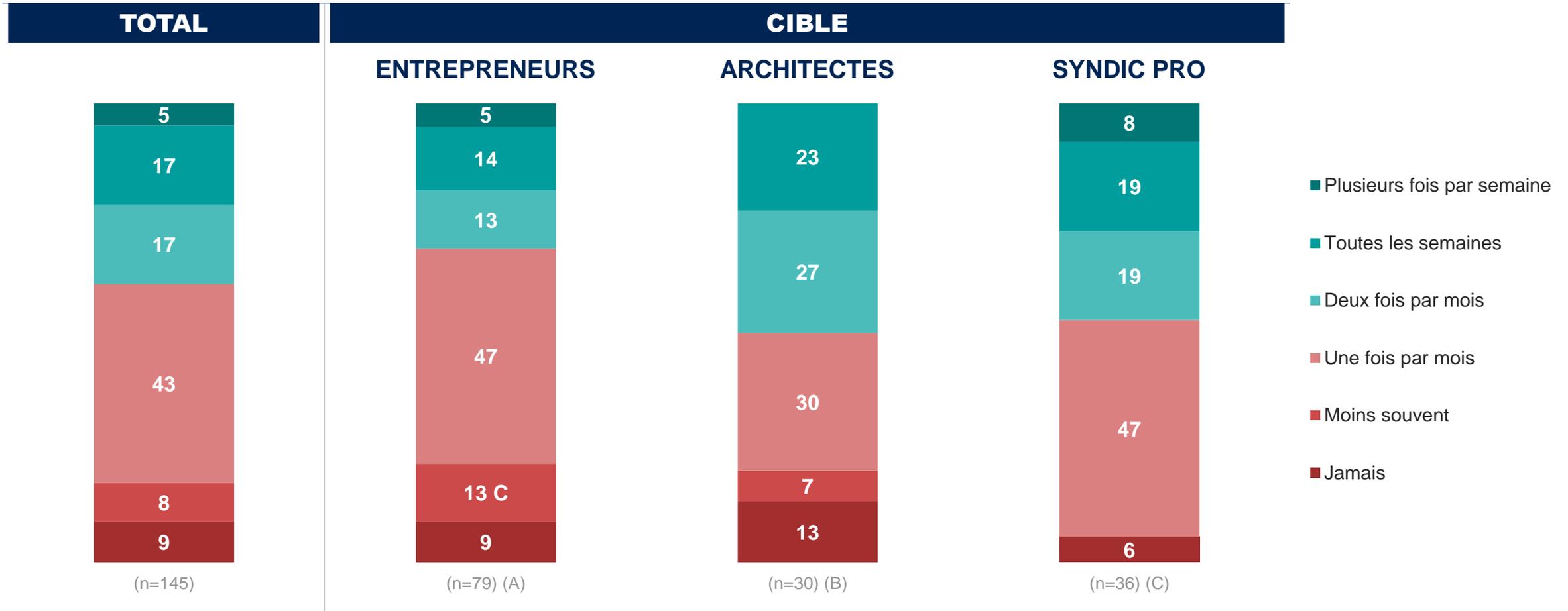
Les pros recherchent les infos sur les obligations en matière de rénovation principalement sur Internet via les moteurs de recherche, les sites dédiés et les sites gouvernementaux.

Les architectes se renseignent également souvent auprès de leurs collaborateurs ou collègues.



FRÉQUENCE POUR RECEVOIR DES INFORMATIONS SUR LA RÉNOVATION EN RBC

La fréquence idéale pour recevoir des informations sur la rénovation est d'une fois par mois. A noter que près de 10% ne souhaitent pas en recevoir du tout, surtout les architectes.



THANK YOU!

NATHALIE BUSINE

Senior Research Consultant

 +32 488 31 15 64

 nathalie.busine@ipsos.com

DANNY MAES

Service Line Leader

 +32 476 581 539

 Danny.Maes@ipsos.com

GAME CHANGERS

