

## [Étude] Les Français font le choix d'une rénovation durable pour leur habitat

**Eco-rénovation des habitats : selon l'enquête européenne VELUX/Yougov « Renovate for Life », les Européens sont de plus en plus concernés par la rénovation durable. C'est particulièrement le cas pour les Français. 54% d'entre eux déclarent prendre en considération la durabilité des produits et des matériaux dans leurs achats de rénovation. 78 % disent même privilégier le critère écoresponsable d'un produit à celui du prix d'achat. Rénover son habitat devient un acte éco-citoyen.**

Paris, le 31 janvier 2022.

Les enjeux climatiques et environnementaux conditionnent de plus en plus nos actes d'achat, y compris pour nos travaux de rénovation et de décoration. C'est ce que confirme l'enquête « Renovate for Life » conduite en ligne par VELUX/Yougov dans 15 pays européens, auprès d'échantillons représentatifs de la population de chaque pays (2018 personnes interrogées en France). VELUX, la marque qui transforme les espaces à vivre grâce à la lumière naturelle et l'air frais, dresse un état des lieux optimiste sur l'écoresponsabilité des citoyens dans leurs travaux de rénovation. L'étude révèle une prise de conscience des européens, et des Français en particulier, pour une rénovation durable qui concilie santé, bien-être et préservation de la planète.

### ▪ **TOP3 des projets de rénovation réalisés au cours des 12 derniers mois dans 15 pays européens**

Sans surprise, les travaux de rafraîchissement et d'embellissement des habitats sont les plus courants.

- 1- Travaux de peinture : 35%
- 2- Achats de meubles : 30%
- 3- Travaux de bricolage/décoration : 19%

### ▪ **Des achats de rénovation de plus en plus responsables**

**54%** des Français intègrent le critère de durabilité dans leur choix de produits ou de matériaux pour leur projet de rénovation. A contrario, 27 % n'y accordent qu'une faible importance.

**78 %** disent privilégier le critère écoresponsable d'un produit à celui du prix d'achat. La France devance tous les pays sur cet item ; le Royaume-Uni est à 41% à titre d'exemple.

**33%** sont d'accord pour dire que l'empreinte carbone des produits achetés devient un critère « important » dans leur acte d'achat ; 37 % l'estiment comme un critère « assez important » et 21 % n'y prêtent pas attention. C'est sur ce point que la prise de conscience reste la plus faible.

### ▪ **Recycler et donner une seconde vie aux objets devient une seconde nature chez les Français**

**70 %** des Français se disent prêts à réutiliser des objets existants dans leurs travaux de rénovation.

**67%** sont prêts à donner une seconde vie aux objets

**52 %** à acheter des produits/objets d'occasion

Catherine Juillard, directrice des relations institutionnelles et des bâtiments durables au sein de VELUX France indique : « *Les Français ont pris conscience que le consumérisme de masse a des effets néfastes pour notre planète et notre santé. Cette préoccupation pour un environnement plus durable s'applique également à la rénovation de nos habitats. Nos choix de matériaux et produits ont un impact similaire sur la nature. Avec cette étude, nous voulons sensibiliser les éco-consommateurs à l'importance de rénover en conciliant bien-être, santé et climat.* »

La production durable est une priorité stratégique pour le Groupe VELUX qui s'engage à promouvoir un habitat durable respectueux de l'environnement. Le groupe déploie de nombreuses actions pour atteindre la neutralité carbone sur ses activités dès 2030 (scopes 1 et 2).

De plus, le groupe VELUX s'engage sur l'écoconception de ses fenêtres :

- 1. Production locale :** quatre sites de production en France
- 2. Utilisation de bois issu de forêts certifiées**  
*99,6% du bois utilisé pour la fabrication des fenêtres VELUX dans le monde est certifié PEFC et FSC*
- 3. Gestion optimisée des matériaux :**  
*97,8% des déchets de production sont valorisés*  
*100% des matériaux utilisés dans la fabrication (bois, verre, aluminium) sont recyclés*
- 4. Supprimer le plastique des emballages de fenêtres (fenêtres les plus vendues représentant 90 % de nos ventes).**
- 5. Usines utilisant de l'énergie 100% renouvelable dès 2023**

Coordonnées de contact :

Salomé Blum-Aferiat

[salome.blum-aferiat@bcw-global.com](mailto:salome.blum-aferiat@bcw-global.com)

01 56 03 12 78

**À propos du Groupe VELUX :**

*Depuis 80 ans, le Groupe VELUX crée un meilleur environnement de vie dans les habitats du monde entier, en tirant le meilleur parti de la lumière du jour et de l'air frais par le toit. La gamme de produits comprend des fenêtres de toit et des puits de lumière modulaires, des stores décoratifs, des produits de protection solaire et des volets roulants, ainsi que des solutions d'installation et de maison intelligente. Ces produits contribuent à assurer un climat intérieur sain, pour le travail et l'apprentissage, pour le jeu et le plaisir. Le Groupe travaille vend et produit ses solutions dans plus de 40 pays et compte environ 11 500 employés dans le monde. Le Groupe VELUX est détenu par VKR Holding A/S, une société anonyme entièrement détenue par des fondations à but non lucratif et caritatives (LES FONDATIONS VELUX) et la famille. En 2020, le chiffre d'affaires total de VKR Holding s'élevait à 22,6 milliards de couronnes danoises et les FONDATIONS VELUX ont versé 142 millions d'euros en subventions caritatives. Pour plus d'informations sur le Groupe VELUX, visitez [velux.com](http://velux.com).*