

Sommaire Recherche et développement



Valeur
au
bois

RDS 2009-02-F

Perceptions des consommateurs à l'égard des maisons préfabriquées

En Amérique du Nord, la proportion des mises en chantier de maisons préfabriquées (y compris des maisons usinées et des maisons modulaires) est passée de 10 % en 1997 à 15 % en 2005 (figure 1). Divers phénomènes expliquent la popularité croissante des maisons préfabriquées. Le resserrement du secteur de la construction résidentielle, la pénurie de main-d'œuvre, les problèmes d'élimination des déchets, le mécontentement suscité par la qualité du bois d'œuvre et le recours accru aux poutres de plancher triangulées et aux fermes sont autant de facteurs qui militent en faveur d'un recours accru aux systèmes de préfabrication.

La présente étude avait pour but d'examiner les perceptions des consommateurs à l'égard des systèmes de construction industrialisés. Des projets réalisés à la suite de cette étude (voir la section *Utilisation des résultats*) ont étudié un autre point de vue, celui des constructeurs et des fabricants de maisons.

Ce projet visait les objectifs suivants :

- Cerner les avantages et les inconvénients de divers systèmes et composants préfabriqués, tels que perçus par les acheteurs de maisons.
- Mesurer les connaissances des acheteurs de maisons sur les matériaux et les techniques utilisés en construction résidentielle.
- Définir des stratégies susceptibles d'améliorer la commercialisation des maisons préfabriquées.

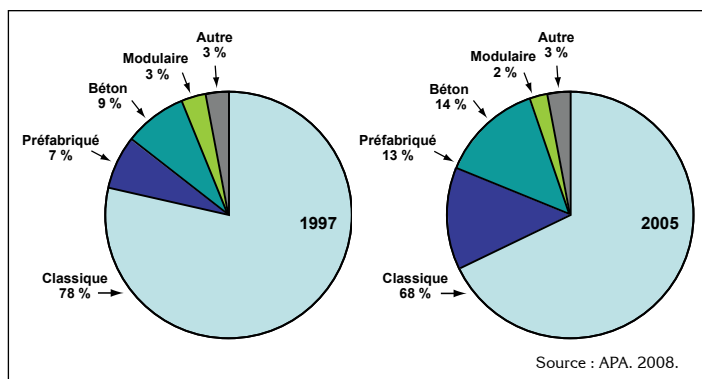


Figure 1 : Méthodes de construction utilisées dans le secteur nord-américain de la construction domiciliaire (1997 et 2005)

Résultats

Un sondage a été effectué auprès de plus de 150 visiteurs de salons de l'habitation tenus au New Jersey et en Illinois (des marchés naturels pour les fabricants de maisons préfabriquées de l'Est des États-Unis).

Préférences

La plupart des répondants (47 %) avaient une préférence pour la méthode classique de construction de maison en bois par rapport aux autres techniques de construction, comme celle des maisons préfabriquées et la construction modulaire. Cette dernière technique est la moins aimée pour plus de 60 % de tous les répondants (figure 2). Il est très probable que le degré de connaissance des consommateurs pour les méthodes de construction a joué un rôle clé dans les préférences qu'ils ont exprimées.

Les participants au sondage avaient une opinion mitigée au sujet des composants en bois préfabriqués. De fait, lorsqu'on leur demandait leur méthode de construction « préférée », les composants en bois préfabriqués arrivaient en deuxième. Mais quand on leur demandait précisément d'indiquer la méthode qu'ils aimaient le moins, les composants en bois préfabriqués arrivaient en dernier. On constate donc un certain degré d'acceptation des composants en bois préfabriqués. La qualité de la construction (bonne ou mauvaise) a été le critère mentionné pour justifier les préférences à l'égard de toutes les techniques. Le tableau 1 présente les autres avantages et inconvénients associés à chaque technique. Ainsi, parmi les autres facteurs couramment évoqués pour justifier les préférences figuraient la souplesse (la capacité de construire « sur mesure »), la rapidité de la livraison de la maison et le coût.

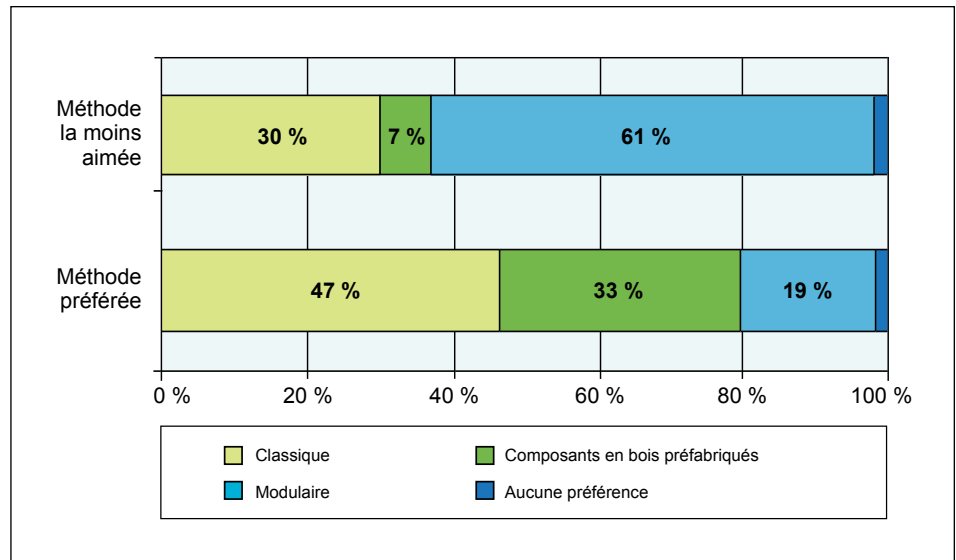


Figure 2 : Préférences des visiteurs de salons de l'habitation en matière de méthodes de construction.

Méthode de construction	Justification en faveur de la méthode préférée	Justification à l'encontre de la méthode la moins aimée
Construction classique en bois	<ul style="list-style-type: none"> Qualité perçue de la construction Souplesse, adaptabilité et options possibles Expérience personnelle/connaissance 	<ul style="list-style-type: none"> Lenteur de la livraison Coût trop élevé
Composants en bois préfabriqués	<ul style="list-style-type: none"> Qualité perçue de la construction Rapidité de livraison 	<ul style="list-style-type: none"> Méfiance à l'égard des matériaux, de la méthode, des entrepreneurs, etc. Qualité inférieure de la construction
Construction modulaire	<ul style="list-style-type: none"> Rapidité de livraison Qualité perçue de la construction 	<ul style="list-style-type: none"> Méfiance à l'égard des matériaux, de la méthode, des entrepreneurs, etc. Impossibilité d'obtenir du « sur mesure » et de bénéficier d'options Qualité inférieure de la construction

Tableau 1 : Perception des avantages et inconvénients associés aux méthodes de construction choisies.

Caractéristiques associées aux techniques de construction

Les répondants devaient indiquer quelles techniques de construction convenaient le mieux à leurs besoins et mentionner huit facteurs sur lesquels pourraient être axés les efforts de commercialisation futurs. Voici ce que pensent les acheteurs de maison :

- Les principaux atouts des maisons en bois préfabriquées sont la rapidité de livraison, leur coût abordable et leur efficacité énergétique
- Les maisons de bois construites selon la méthode classique procurent une grande liberté de conception et sont conciliables avec une architecture de prestige
- L'acier est durable et favorise l'intégrité structurale
- Le béton est durable et offre une bonne efficacité énergétique.

Attitudes à l'égard des méthodes de construction

Pour 65 % des répondants, vivre dans une maison préfabriquée, c'est quelque chose qui « ne les dérangerait pas » (ils seraient ouverts), ou qu'ils « aimeraient » ou « préféreraient » faire (tableau 2), ce qui indique une attitude généralement positive à l'égard des maisons préfabriquées. À l'inverse, seulement 35 % des répondants « n'envisageraient jamais » ou « préféreraient ne pas » vivre dans une maison préfabriquée.

Le sondage a également révélé que les hommes sont davantage ouverts que les femmes à vivre dans une maison préfabriquée.

Un projet réalisé après le sondage, et qui visait à déterminer le degré d'acceptation des panneaux préfabriqués chez les constructeurs d'habitations, a permis de cerner cinq obstacles qui s'opposent à l'essor de la préfabrication. Ces facteurs sont la méconnaissance, le conservatisme de l'industrie, la perception des coûts, la main-d'œuvre et les questions techniques (pour plus de détails, voir la version intégrale du rapport). Les constructeurs rencontrés savaient très peu de chose sur les panneaux préfabriqués et, dans de nombreux cas, n'avaient jamais entendu parler de fournisseurs/fabricants de ce type de produits. Le plus souvent, les constructeurs opposaient une résistance à l'utilisation de panneaux préfabriqués et cela était particulièrement vrai dans le créneau des maisons unifamiliales « sur mesure ».

Vivre dans une maison préfabriquée, c'est quelque chose que....	%	Sexe*	
		Hommes	Femmes
... je n'envisagerais jamais de faire	10	6 %	20 %
... je préférerais ne pas faire	25	21 %	37 %
...ça ne me dérangerait pas de faire	43	48 %	30 %
...j'aimerais faire	12	14 %	7 %
...je préférerais faire	10	11 %	7 %

*Environ deux tiers des répondants étaient de sexe masculin.

Tableau 2 : Attitudes des consommateurs à l'égard des maisons préfabriquées

Utilisation des résultats

Compte tenu des résultats de ces deux études, il est recommandé d'élaborer des plans de communications appropriés pour les acheteurs et pour les constructeurs de maisons. D'une part, il y a lieu de rassurer les acheteurs sur certains des inconvénients perçus des maisons préfabriquées. La préfabrication et la construction modulaire étant relativement peu connues, très peu d'acheteurs de maisons demandent que leur maison soit construite en usine.

D'autre part, il y a lieu de sensibiliser les constructeurs de maisons aux avantages commerciaux réels liés à l'utilisation de méthodes de construction industrialisées. Pour ce faire, il est suggéré que les fabricants/distributeurs de maisons préfabriquées se concentrent sur les créneaux du marché qui se prêtent le mieux à la préfabrication, en raison de l'aspect répétitif des immeubles (maisons construites selon un même plan, logements multifamiliaux et immeubles non résidentiels, comme les hôtels et les petits commerces), et qu'ils orientent leurs efforts de communications vers ces marchés. De plus, il serait intéressant d'explorer les occasions de pénétrer le créneau des magasins à grande surface, qui occupent une place de plus en plus grande dans l'industrie de la construction. Il est à prévoir que les exploitants de ces magasins seront particulièrement sensibles aux économies offertes par des bâtiments usinés.

Conséquences pour les fabricants

L'étude montre que la réticence du marché à adopter les maisons préfabriquées tient non seulement à l'attitude négative des acheteurs de maisons, mais aussi à la méconnaissance des constructeurs. L'étude révèle que les consommateurs sont relativement ouverts aux maisons usinées. Ils sont conscients de certains des avantages associés à la préfabrication et à la construction modulaire, à savoir la rapidité de livraison de la maison, le coût abordable et l'efficacité énergétique. Parmi les inconvénients perçus et couramment évoqués, figurent le manque de souplesse/de liberté dans la conception, l'absence de prestige et une durabilité moindre. Nul doute que les acheteurs de maisons auraient avantage à être mieux renseignés sur les produits préfabriqués et sur leurs performances, notamment en ce qui a trait à chacun de ces reproches adressés aux maisons préfabriquées. Mais, comme l'étude l'a indiqué, certains des principaux obstacles à l'essor des maisons préfabriquées n'ont rien à voir avec les acheteurs. Des efforts de communications qui cibleraient autant les constructeurs que les acheteurs de maisons pourraient contribuer à atténuer ces obstacles.





Remerciements

Les auteurs souhaitent remercier les organismes suivants de leur précieuse contribution :

- Service canadien des forêts (Programme Valeur au bois)
- Alberta Forestry Research Institute (AFRI)
- Bureau de promotion des produits forestiers du Québec
- Entreprises Nouveau-Brunswick (ENB)
- Groupe Produits du bois (GPB)
- Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA)
- Manufactured Housing Association of Canada (MHAC)
- Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL)

La version intégrale des rapports peut être consultée sur le site Web de *Valeur au bois* (www.valeuraubois.ca).

Pour tout renseignement supplémentaire sur ce sujet, veuillez communiquer avec :

Patrick Lavoie
FPInnovations – Division Forintek
Études de marché et économiques
Téléphone : 418 659-2647, poste 3106
patrick.lavoie@fpinnovations.ca

This R&D Summary is also available in English.

Partenaires du programme de recherche *Valeur au bois*



^{MC}FPInnovations, son logo et Forintek sont des marques de commerce de FPInnovations



**Valeur
au
bois**

Dans le cadre du programme *Valeur au bois*, financé par Ressources naturelles Canada, les conseillers industriels de Forintek offrent des services techniques aux entreprises de valeur ajoutée partout au Canada. Informez-vous des ateliers prévus dans votre région en consultant www.valeuraubois.ca, ou passez par le site (Support technique) pour toute demande de renseignement technique en rapport avec la transformation du bois.

Pour commander le rapport complet, adressez-vous à :

Marielle Martel
FPInnovations – Division Forintek
Région de l'Est
publications.forintek@fpinnovations.ca
Tél. : 418 659-2647
Télé. : 418 659-2922

Helen Ramsay
FPInnovations – Division Forintek
Région de l'Ouest
publications.forintek@fpinnovations.ca
Tél. : 604 224-3221
Télé. : 604 222-5690