

## Pompes à chaleur 2018

### Evaluation quantitative de la demande et des processus d'installation

*PAC air/air, PAC air/eau, PAC géothermiques et chauffe-eaux thermodynamiques*

*Présentation de l'étude  
France, novembre 2018*

Avec Evolutions  
2010 - 2014 - 2018

- 751 propriétaires et 1.705 acheteurs potentiels de pompes à chaleur interrogés
- 143 pages

# Présentation

---

Les leviers du marché des Pompes à Chaleur (PAC) sont aujourd'hui encore pour une grande part dans les mains des installateurs. Cela implique un feed back "orienté" par la culture technique de ces acteurs.

Le consommateur quant à lui est de plus en plus informé. Au fait des solutions et des offres, il devient plus exigeant. Il souhaitera de moins en moins se voir prescrire comme c'est encore souvent le cas une solution sans qu'il ait réellement une possibilité de choisir. Il devient de plus en plus acteur et ainsi véritable interlocuteur des installateurs.

L'enquête interroge ce consommateur. Elle vise à donner les clefs pour une connaissance précise de son comportement et de ses attentes. La connaissance de ces consommateurs constitue ainsi pour les fabricants la véritable voie de passage pour développer une approche "marque-produit" en s'affranchissant davantage des intermédiaires. Elle constitue aussi une base solide pour communiquer sur des "bénéfices clients" validés en lieu et place des incontournables caractéristiques techniques.

## 2 échantillons analysés

---

Près de 30.000 français (foyers) représentatifs\* de la population française âgée de 18 à 75 ans ont été interrogés par Internet entre le 20 septembre et le 15 octobre 2018.

*\*Triple représentativité : En termes d'habitat (logement individuel / collectif, propriétaire / locataire), en termes de localisation (régions UDA, degré d'urbanisation), et en termes sociodémographiques (âge, sexe, CSP, revenus).*

Dans un premier temps, 1.994 propriétaires d'une pompe à chaleur\*\* ont été filtrés

*\*\*PAC air/air, air/eau, géothermiques, hybrides, ou ECS seule*

- **751 propriétaires d'une pompe à chaleur** ET intervenus dans le processus d'achat ont été filtrés dans un 2nd temps.
- 1.243 personnes ont déclaré être équipés d'une PAC mais ne pas être intervenues dans le processus d'achat (*soit parce que la PAC était déjà installée lors de l'achat immobilier soit parce que le conjoint ou un proche « s'est chargé de tout »*).

En parallèle, **1.705 acheteurs potentiels\*\*\* de pompe à chaleur** ont été filtrés et interrogés sur leur perception des différentes solutions et des marques de PAC existantes

*\*\*\*1.705 personnes pensant faire rénover leur système de chauffage / ECS d'ici 2020 ou souhaitant faire construire une maison individuelle d'ici 2020.*

Les répondants à l'enquête sont tous membres de notre communauté de 60.000 panélistes : <http://www.panelia.fr> (propriété ARCANÉ Research).



## Marques analysées

---

- AIRMAT
- AIRPAC
- AIRWELL
- AJ TECH
- ALDES
- ALPHA INNOTECH
- AMZAIR
- ARISTON
- ATLANTIC
- ATLANTIC FUJITSU
- BOSCH
- BUDERUS
- CARRIER
- CHAFFOTEAUX
- CHAPPEE
- CIAT
- DAIKIN
- DE DIETRICH
- DIMPLEX
- E.L.M LEBLANC
- FRANCE GEOTHERMIE
- HITACHI
- LG Electronics
- MITSUBISHI Electric
- MITSUBISHI Heavy Industry
- NEXA
- OERTLI
- PANASONIC
- RIBO
- SAMSUNG
- SANYO
- SAUNIER DUVAL
- SOFATH
- STIEBEL ELTRON
- TECHNIBEL
- TOSHIBA
- VAILLANT
- VIESSMANN
- WEISHAUP

## Items soumis à analyse

---

- L'expertise en pompes à chaleur
- L'expertise en chauffage
- L'expertise en géothermie
- L'expertise en climatisation
- Un bon rapport Qualité-Prix
- Une haute performance
- La fiabilité – la durabilité
- La haute technologie
- L'élégance, le design
- Les garanties proposées par le fabricant
- Le service après-vente
- Un fabricant haut de gamme
- Une marque qui communique bien (pub, documentations, site internet, etc.)
- Une marque dynamique

## Items de la satisfaction détaillée

---

*Items posés à l'échantillon propriétaires de PAC seulement*

- La performance énergétique
- Les économies réalisées ou constatées
- La température obtenue par rapport à celle demandée
- Le fonctionnement autonome sans chauffage d'appoint
- La rapidité de chauffe
- La fonction Eau chaude sanitaire
- La fonction Rafraîchissement / Climatisation
- La fonction Chauffage Piscine
- La simplicité / facilité - Confort d'utilisation
- Le silence du/des groupes extérieurs
- Le silence du/des groupes intérieurs
- La fiabilité du matériel / absence de problème
- Le design, l'esthétisme
- La discrétion des unités extérieures
- L'économie de place (matériel pas trop encombrant)
- Les fonctions de programmation
- La qualité de la maintenance
- La diffusion homogène de la température dans la pièce



# Sommaire du rapport

---

- *Les évolutions sont présentées pour toutes les données de l'étude qui n'ont pas été modifiées au cours des 3 éditions.*
- *Afin de connaître précisément l'ensemble des questions, items ou dimensions évaluées, n'hésitez pas à nous demander le questionnaire.*



## Synthèse

### 1. Le marché français des pompes à chaleur : bilan et perspectives

#### 1.1. Structure du parc français de pompes à chaleur

- 1.1.1. Répartition du marché français par type de pompes à chaleur
- 1.1.2. Répartition géographique du parc français de pompes à chaleur
- 1.1.3. Répartition géographique du parc français de pompes à chaleur selon les types de pompes à chaleur

#### 1.2. Les perspectives du marché des pompes à chaleur à l'horizon 2020

- 1.2.1. Energies privilégiées par les acheteurs potentiels pour le chauffage de la future construction / rénovation
- 1.2.2. Zones géographiques dans lesquelles le « solaire » serait plus choisi pour une construction/rénovation
- 1.2.3. Zones géographiques dans lesquelles une « PAC » serait plus choisie pour une construction/rénovation
- 1.2.4. Le marché potentiel des pompes à chaleur 2019-2020 (hors PAC géothermiques)

### 2. Le marché français des pompes à chaleur en 2018

#### 2.1. Les caractéristiques du parc de pompes à chaleur en 2018

- 2.1.1. Modules optionnels des PAC
- 2.1.2. Les marques des ballons ou chauffe-eaux thermodynamiques installés
- 2.1.3. Les marques des ballons ou chauffe-eaux thermodynamiques installées selon le contexte d'installation du ballon ou chauffe-eaux thermodynamiques
- 2.1.4. Les marques des PAC air-air installées
- 2.1.5. Les marques des PAC air-air installées selon le contexte d'installation de la PAC air-air
- 2.1.6. Les marques des PAC air-eau installées
- 2.1.7. Les marques des PAC air-eau installées selon le contexte d'installation de la PAC air-eau
- 2.1.8. Les marques des PAC géothermiques installées
- 2.1.9. Le coût total et détaillé des systèmes de PAC installés
- 2.1.10. Le coût total et détaillé des systèmes de PAC installés selon la taille du logement
- 2.1.11. Les avantages bénéficiés lors de l'achat de la PAC



## **2.2. Les leviers et les comportements d'achat des pompes à chaleur**

- 2.2.1. Incitation à la considération d'une PAC pour chauffer l'habitat
- 2.2.2. Motivations finales d'installation d'une PAC
- 2.2.3. Processus d'installation du système de PAC
- 2.2.4. Entrée en contact avec les différents installateurs pour une PAC
- 2.2.5. Taux d'achat de la PAC directement auprès d'un installateur
- 2.2.6. Type d'installateur sélectionné pour la pose de la PAC
- 2.2.7. Critères décisifs dans le choix de l'installateur pour la PAC
- 2.2.8. Installateur certifié RGE (Reconnu Garant de l'Environnement)
- 2.2.9. Déroulement du choix final du système de PAC
- 2.2.10. Importance de la marque de PAC dans la décision finale
- 2.2.11. Critères décisifs dans le choix final d'achat de la PAC
- 2.2.12. Les leviers financiers pour l'achat des PAC
- 2.2.13. Les leviers financiers pour l'achat des PAC selon le type de PAC

## **2.3. La satisfaction des acheteurs de pompes à chaleur**

- 2.3.1. La satisfaction globale des acheteurs de PAC
- 2.3.2. La satisfaction détaillée des acheteurs de PAC : au global, toutes PAC confondues
- 2.3.3. La satisfaction détaillée des acheteurs de PAC selon le type de PAC
- 2.3.4. La contribution des critères à la satisfaction globale des acheteurs de PAC
- 2.3.5. Matrice satisfaction et potentiel de recommandation par les acheteurs de PAC :
  - 2.3.5.1. Au global, toutes PAC confondues
  - 2.3.5.2. Acheteurs de ballons ou chauffe-eaux thermodynamiques
  - 2.3.5.3. Acheteurs de PAC air/air
  - 2.3.5.4. Acheteurs de PAC air/eau
  - 2.3.5.5. Acheteurs de PAC air/eau bibloc
  - 2.3.5.6. Acheteurs de PAC air/eau monobloc
  - 2.3.5.7. Acheteurs de PAC géothermique

## **3. Le marché français des acheteurs potentiels de pompes à chaleur**

### **3.1. Le profil des acheteurs potentiels de pompes à chaleur**

### **3.2. Les caractéristiques des acheteurs potentiels de pompes à chaleur**

- 3.2.1. Modes de chauffage actuel du logement des acheteurs potentiels
- 3.2.2. Energies privilégiées par les acheteurs potentiels pour le chauffage de la future construction / rénovation
- 3.2.3. Motifs de choix des énergies des acheteurs potentiels
- 3.2.4. Niveau de connaissance des systèmes de PAC des acheteurs potentiels
- 3.2.5. Systèmes de PAC connus des acheteurs potentiels



### **3.3. Comportements des acheteurs potentiels de pompes à chaleur**

- 3.3.1. Position des acheteurs potentiels vis-à-vis des fonctions des PAC
- 3.3.2. Motivations des acheteurs potentiels à installer une PAC
- 3.3.3. Motifs du non choix de PAC pour chauffer un futur logement
- 3.3.4. Leviers financiers chez les acheteurs potentiels de Pompes à chaleur
- 3.3.5. Position des acheteurs potentiels sur le choix d'une PAC pour chauffer le logement
- 3.3.6. Importance de la marque de PAC dans le choix final des acheteurs potentiels
- 3.3.7. Achat de certaines marques en priorité / rejet de certaines marques par les acheteurs potentiels
- 3.3.8. Marques de pompes à chaleur que les acheteurs potentiels achèteraient en priorité
- 3.3.9. Marques de pompes à chaleur que les acheteurs potentiels écarteraient

## **4. Evaluation de l'image des principales marques de pompes à chaleur**

### **4.1. Notoriété et emprise des marques de pompes à chaleur**

- 4.1.1. Connaissance des systèmes de pompes à chaleur proposés par les différent(e)s marques/fabricants
- 4.1.2. Taux de mémorisation des publicités de pompes à chaleur

### **4.2. Image globale et détaillée des marques de pompes à chaleur**

#### 4.2.1. Image globale des marques de pompes à chaleur

#### 4.2.2. Image détaillée des marques

- L'expertise en pompes à chaleur
- L'expertise en chauffage
- L'expertise en géothermie
- L'expertise en climatisation
- Un bon rapport Qualité-Prix
- Une haute performance
- La fiabilité – la durabilité
- La haute technologie
- L'élégance, le design
- Les garanties proposées par le fabricant
- Le service après-vente
- Un fabricant haut de gamme
- Une marque qui communique bien
- Une marque dynamique

### **4.3. Forces et faiblesses des marques de pompes à chaleur aux yeux des propriétaires et acheteurs potentiels de PAC**

## **5. Annexes**

- Profil habitat dans lesquels sont installées les PAC : Surface habitable
- Profil habitat dans lesquels sont installées les PAC : Nombre de pièces
- Profil habitat dans lesquels sont installées les PAC : Nombre d'étages
- Contexte d'installation des PAC
- Contexte d'installation des ballons ou chauffe-eau thermodynamiques
- Puissance des PAC
- Systèmes de diffusion du chauffage liés aux PAC
- Systèmes de diffusion du chauffage liés aux PAC selon le contexte d'installation des PAC
- Les marques des PAC air-eau installées
- Les marques des PAC air-eau installées selon le contexte d'installation de la PAC air-eau



- Lieu d'installation des PAC
- Types de couplage des ballons ou chauffe-eaux thermodynamiques
- Provenance des calories captées par les ballons ou chauffe-eaux thermodynamiques
- Conception des ballons ou chauffe-eaux thermodynamiques
- Les marques des PAC Air-air installées selon la région (UDA5)
- Les marques des PAC Air-eau (monobloc+bibloc) installées selon la région (UDA5)
- Les marques des PAC Air-eau bibloc et les marques des PAC Air-eau monobloc installées selon la région (UDA5)
- Durée de la garantie de la PAC
- Contrat de maintenance pour l'entretien de la PAC
- Systèmes de PAC ou autres énergies renouvelables déjà en tête avant l'installation de la PAC
- Marques de PAC déjà en tête avant l'installation de la PAC
- Types d'installateurs contactés pour un devis pour une PAC
- Les autres solutions de PAC proposées par les installateurs consultés pour une PAC
- Les marques de ballons ou chauffe-eaux thermodynamiques proposées par les installateurs consultés
- Les marques de PAC Air-air proposées par les installateurs consultés
- Les marques de PAC Air-eau proposées par les installateurs consultés
- Les marques de PAC géothermiques proposées par les installateurs consultés
- Verbatims des propriétaires de PAC
- Nombre de propriétaires ou d'acheteurs potentiels ayant répondu à l'analyse d'image sur chacune des marques de PAC
- 6 marques étaient aléatoirement évaluées parmi les systèmes de PAC connus

# Livrables

## Un rapport synthétique, quantifié, prêt pour vos présentations

- Un rapport synthétique : l'information essentielle est hiérarchisée.
- Un rapport chiffré et précis : l'information est systématiquement quantifiée.
- Un rapport directement exploitable pour vos présentations : format Power Point.

## Accompagnement personnalisé :

Une fois les livrables restitués, notre équipe est disponible et cela sans aucune limite de temps pour faire les traitements complémentaires et apporter toutes les précisions que vous estimez utiles (présentation orale en option).

**arcane** research

Expert en montage d'études multi-clients et en études ad-hoc basées sur la réinterrogation de cibles.

### Notre offre multi-clients répond à 3 principes :

- Proposer des études thématiques sur des marchés connus et maîtrisés,
- Mutualiser les coûts (terrain partagé)
- Proposer une offre plus flexible, plus "ad hoc" et plus qualitative que les études en souscription traditionnelles

### La maîtrise du principe de l'enquête mutualisée depuis 1993 :

- Une équipe impliquée et compétente sur les domaines.
- Plus de 30 observatoires réalisés chaque année.
- Une relation durable et de confiance avec les acteurs les plus significatifs des marchés étudiés.

[www.arcane-research.com](http://www.arcane-research.com)

arcane research est un institut d'études indépendant spécialisé depuis 1993 dans les études quantitatives.

# Vos contacts



## Hervé GUINGANT

Votre contact commercial

herve.guingant@arcane-research.com

Direct : 02.41.60.37.68



## Coline LE BIHAN

Votre contact pour l'étude

coline.lebihan@arcane-research.com

Direct : 02.41.20.08.76

## Références

3A - 3M - ABBOTT - ABRIBLUE - ACADEMIE - ACOVA - AG2R - AGIR GRAPHIC - AGRO-MOUSQUETAIRES - AIRPAC - ALAIN AFFLELOU - ALCONLABS - ALDES AERAU LIQUE - ALES GROUPE - ALGOTHERM - ALLERGAN - ALLIANCE HEALTHCARE - ALLIANZ IARD - ALLIANZ VIE - ALSACE LAIT - AMDIPHARM - ANDROS - AO SOLA - APEX - APICIL - APREVA - ARKOPHARMA - ARISTON THERMO GROUP - ARTENAY CEREALS - ASTRA ZENECA - ATLANTIC - ATOL - AUDIOPTIC - AVIVA - AXA - BARILLA - BAUSCH&LOMB - BAYER - BAYER PHARMA - BEIERSDORF - BEL - BEL FOOD SERVICE - BFORBANK - BIOCODEX - BIODERMA - BIOGARAN - BIORGA - BLEDNA - BNP PARIBAS - BOEHRINGER-INGELHEIM - BOIRON - BOIRON SURGELATION - BONCOLAC - BONDUELLE - BONDUELLE FRAIS - BPCE ASSURANCES - BRED BANQUE POPULAIRE - BJORG - BROTHIER - BSN MEDICAL - CA CONSUMER FINANCE - CAISSE D'EPARGNE - CANDIA - CARDINAL HEALTH - CARL ZEISS - CARREFOUR - CASINO - CDO - CEPHALON - CHARAL - CHIESI - CHURCH&DOWIGHT - CIPF CODIPAL - CIZETA MEDICALI - CLARINS - CNBPF - COLGATE PALMOLIVE - COLUMBIA - CONFEDERATION NATIONALE DU CREDIT MUTUEL - CONTINENTAL - COOPER - COOPERVISION - CORNIC - COSMETIQUE ACTIVE INTERNATIONAL - COTY - COVEA - CREDIPAR - CREDIT MUTUEL ARKEA - D'AUCY FOOD SERVICE - DAIKIN - DELMAS POISSONS ET MAREES - DE DIETRICH - DECLEOR - DELOITTE - DELPEYRAT - DIAC - DIAFARM-NPC - DIEPHARMEX - DIRECT ASSURANCE - DPAM - DOUGLAS - DUC - E. LECLERC - EA-PHARMA - ECLOR - ECOVER - EDF - EFFIK - ELLA BACHE - ENI - ENTENDRE - ES ENERGIES - ESSILOR - ESSITY - ESTHEDERM - EUCCERIN - EUGENE PERMA - EUROSIMA - EXACOMPTA - EXPANSCIENCE - FERRERO - FEU VERT - FILORGA - FINDUS - FLEURANCE NATURE - FLEURY MICHON - FLORETTE - FNH - FNMF - FORD - FORTE PHARMA - France FARINE - FRANCK PROVOST - GABA - GALDERMA - GASTROMER - GASTRONOME - GEDEON RICHTER - GELAZUR - GENERALI - GENEVRIER - GEORGIA PACIFIC - GIBAUD - GILBERT LABORATOIRES - GILLETTE - GRAND VISION - GREELAND SEAFOOD - GRIMBERG LABORATOIRES - GROUPE ALL - GROUPE APPRO - GROUPE BARBA - GSK - GUER-LAIN - GUINOT - HALIEUTIS - HAMELIN - HARMONIE MUTELLE - HELLY HANSEN - HENKEL - HITACHI - HOYA LENS - HRA - HSBC - HUMANIS - IMA - ING - INNOTHERA - INTERMARCHÉ - INTERVET - IPRAD SANTE - IPSEN - JANSSEN CILAG - JARDILAND - JEAN MARTIN - JENNY CRAIG - JUVA SANTE - KRYS GROUP - L'OREAL ACTIVE COSMETICS - L'OREAL GARNIER - LA BANQUE POSTALE FINANCEMENT - LABORATOIRE DE LA MER - LACTALIS - LAITA - LAFUMA - LAMY - LAPEYRE - LCL - LDC - LEA NATURE - LEHNING - LE TANNEUR - LASSIETTE BLEUE - LEVER FABERGE - LEXEL - L'OCCITANE - L'OREAL PROFESSIONNEL - LUISSIER BORDEAUX - CHESNEL - LONGCHAMP - LUNETIERS DU JURA - LVMH - MAAF - MACIF - MAIF - MALAKOFF - MEDERIC - MARIA GALLAND - MARINE HARVEST - MARY COHR - MATINES - MATIS - MATMUT - MAYOLY SPINDLER - MEAD JOHNSON - MEDA PHARMA - MEDICA - MENICON - MENARINI - MERCEDES BENZ FINANCIAL SERVICES - MERCK MEDICATION FAMILIALE - MERIAL - MGEN - MILLET - MITI - MITSUBISHI - MMA - MOM - MONDIAL ASSISTANCE - MONOPRIX - MR BRICOLAGE - MSD SANTE ANIMALE - MUTEX - NATIXIS - NATURENVIE - NEGMA-WOCKARDT - NESTLE - NESTLE PROTEIKA - NIKE ACG - NISSAN - NOFIMA - NORAUTO - NORWEGIAN SEAFOOD COUNCIL - NOVARTIS NOVARTIS SANTE ANIMALE - NUTRITION ET SANTE - OCP - OLIVES & CO - OENOBIOL - OMEGA PHARMA - OMNICO - O'NEILL - ONTEX - OPHTHALMIC - OPTIC 2000 - ORANGINA SCHWEPES - ORCHESTRA - OXBOW - PATAGONIA - PAUL HARTMANN - PEPSICO - PFIZER - PHYTOMER - PICOT - PIERRE FABRE DERMOCOSMETIQUE - PIERRE FABRE MEDICAMENT - PIERRE FABRE ORAL CARE - PIERRE FABRE SANTE - PREVOIR - PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS - PSA - QUIKSILVER - RCIA - RECKITT BENCKISER - RESPONDI - REUNICA - REVLON - RIP CURL - ROCHE DIAGNOSTICS - ROGE CAVAILLES - ROSSIGNOL - ROTTAPHARM - SACLA - SAINT HUBERT - SALOMON - SANDOZ - SANOFI - SANTECLAIR - SARBE - SCA - SCAMARK - SCHOLL - SEMES MARQUE VERTE - SENNHEISER - SERVAIR - SERVIER - SEVRE LOIRE HABITAT - SIGVARIS - SIMONE MAHLER - SMITH & NEPHEW - SODEBO - SODIAAL - SODIAAL FOOD EXPERTS - SODILAC - SOGECAP - SOLINEST - SOTHYS - SOVIBA - SSP - STABIO - STALLERGENES - STANHOME - STERILOR - STGA - STIEFEL - STOEFFLER - SUN STAR - SVR - SWISS LIFE - SYNADIET - SYSTEME U - TBWA-PARIS - TEOXANE - TERRA SANTE - TERRENA - TEVA - TEXIER - THALGO - THEA - THERABEL - THUASNE - TONIPHARM - TOP PHARM - UMBRO - UNILEVER - UNIMA - UNITED BISCUITS - UPSA - URGO - URIAGE - VANIA - VENDOME - VISAUDIO - VOLCOM - VW - VW BANK - WEIGHT WATCHERS - WELDOM - WELEDA - WELLA - WILLIAM SAURIN - WINTHROP - YVES ROCHER,...

ARCANE Research - 26, boulevard du Maréchal Foch - 49100 Angers

Angers, ville laboratoire pour les marchés tests

Tél : 02.41.33.12.49 - Fax : 02.41.60.57.86 - [contact@arcane-research.com](mailto:contact@arcane-research.com)

ar