

SONDAGE
EXCLUSIF

BigMat

opinionway

LES FRANÇAIS ET LEURS ESPACES EXTÉRIEURS

Communiqué de presse
Été 2025

Jardins, balcons, terrasses...

Les Français investissent toujours plus dans leurs espaces extérieurs

Depuis la pandémie, les Français portent un regard neuf sur leur cadre de vie. Le besoin de nature, d'ouverture et de respiration a replacé les jardins, terrasses et balcons au cœur de leurs aspirations résidentielles. Autrefois perçus comme secondaires, ces espaces sont désormais considérés comme de véritables prolongements de leurs pièces de vie par 84% des Français.

Lieux de détente, de convivialité, d'ancrage écologique ou encore pilier de la

valorisation des logements, ils concentrent désormais de nombreuses attentes.

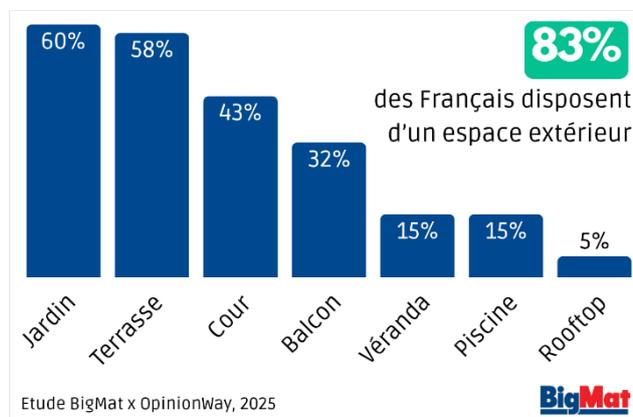
À l'approche de la saison estivale, BigMat, acteur majeur de l'habitat, a souhaité comprendre comment les Français vivent, entretiennent et investissent ces espaces.

Un sondage exclusif, réalisé par OpinionWay, qui révèle un attachement profond et partagé sur l'ensemble des territoires.

Espace extérieur : nouvel essentiel du bien-vivre

La crise du Covid-19 a bouleversé notre rapport aux lieux de vie. Balcon, jardin, terrasse... Ces lieux sont devenus de véritables refuges face au sentiment d'enfermement vécu pendant les confinements.

Ainsi, 74% des Français déclarent que la pandémie leur a fait redécouvrir l'importance d'un extérieur. 87% jugent d'ailleurs cet espace essentiel à leur bien-être (82% en Île-de-France, 89% en région) et vecteur de lien social (75%).



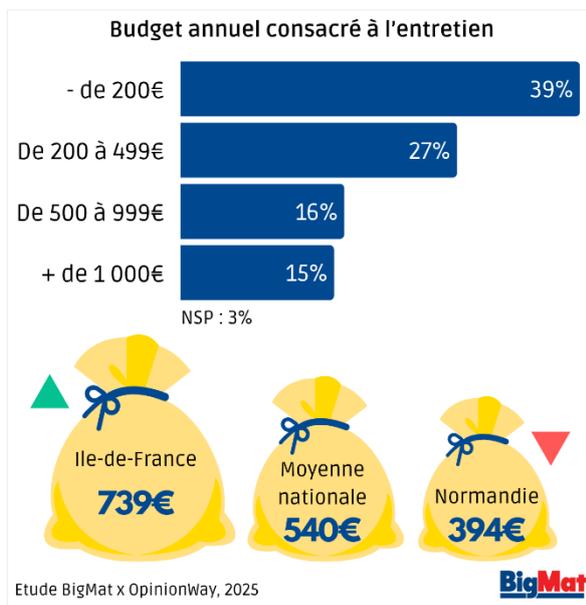
Une prise de conscience qui s'ancre dans une réalité concrète : 83% des Français disposent aujourd'hui d'un espace extérieur. Parmi ceux qui n'en ont pas, 40% nourrissent le projet d'en avoir un.

Un désir motivé par un sentiment de manque : **pour 85%, l'absence d'extérieur est vécue comme un véritable manque** (79% en Ile-de-France contre 86% en région). D'ailleurs, **1 Français sur 2 affirme avoir déjà renoncé à un bien immobilier** pour cette raison.

Posséder un extérieur est ainsi largement perçu comme un privilège (85%) mais aussi comme une nécessité : **79% des répondants estiment que chacun devrait y avoir accès**, quel que soit son lieu de vie. Ce besoin dépasse aujourd'hui le simple désir : il devient une exigence de qualité de vie et un **facteur d'inégalités sociales (68%)**.

Entretien : un investissement régionalement contrasté

Entretenir un balcon, une terrasse ou un jardin est pour beaucoup une source de plaisir et de détente... mais représente aussi un coût.



Les Français y consacrent en moyenne 540€ par an (propriétaires : 570€ - locataires : 428€), signe d'un attachement réel mais aussi d'une gestion prudente.

Près de 4 Français sur 10 dépensent moins de 200€ par an. À l'inverse, seuls 15% dépassent le cap des 1 000€.

En Île-de-France, le budget grimpe à 739€ par an, soit 200€ de plus que la moyenne nationale. Un écart qui peut s'expliquer par un revenu plus confortable augmentant leur capacité à externaliser l'entretien (jardinier, services spécialisés), des coûts de services plus élevés mais également la volonté de préserver un espace rare et valorisé en zone urbaine.

Des projets d'aménagements plein la tête, mais des contraintes budgétaires

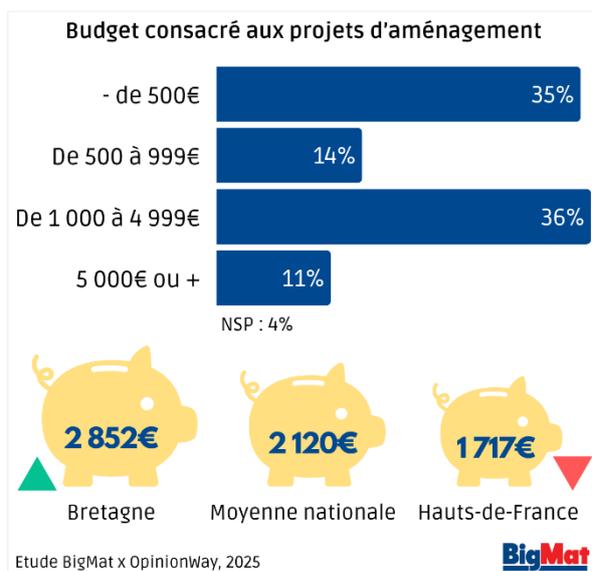
L'aspiration à un extérieur plus fonctionnel, esthétique ou durable est forte : **74% des Français envisagent d'y réaliser des travaux.**

Parmi leurs priorités : la réduction de la consommation d'eau (53%), la modernisation des espaces (43%), la création d'un coin détente (41%), l'amélioration de l'isolation thermique (38%) ou encore l'optimisation du rangement (38%).

Des projets pour lesquels ils consacrent un **budget moyen de 2 120€**. Là encore, avec des écarts régionaux significatifs.

Tirés par un marché immobilier sous tension, où chaque mètre carré valorisé compte, **les bretons et les franciliens surinvestissent ainsi dans leur projet avec un budget respectif de 2 852 et 2 558 €.**

A l'inverse, **les habitants de Hauts-de-France sont ceux qui y consacrent le plus faible budget avec une enveloppe de 1 717€.**



Un nombre relativement important de Français **prévoient des investissements relativement généreux**, 36% des Français disposant d'un budget situé entre 1 000 et 4 999€, et **11% envisagent même un budget supérieur à 5 000€**, principalement en Bretagne (17%), en Nouvelle-Aquitaine (14%), dans les Pays de la Loire (14%) ou encore en Auvergne-Rhône-Alpes (13%).

Mais si les Français ont des projets plein la tête, ils sont nombreux à être soumis à des arbitrages financiers : **pour 68%, le coût reste en effet un frein majeur à la concrétisation de leurs projets** (64% des Franciliens contre 70% des habitants de régions).



« Cette étude BigMat met en lumière un mouvement de fond : l'espace extérieur s'est imposé comme un pilier essentiel du bien-vivre des Français. Ce n'est plus un simple agrément, mais un lieu de ressourcement, d'ancrage et de projection personnelle dans lesquels ils sont prêts à investir, malgré les contraintes budgétaires qui pèsent encore sur de nombreux ménages », **analyse Fabio Rinaldi, Président du directoire de BigMat France.** « L'universalité de ce besoin est à cet égard frappante. Derrière les chiffres, on voit émerger une aspiration collective qui interroge notre façon d'aménager les lieux de vie et de penser l'habitat, dans un contexte de pression foncière, de densification urbaine et de besoin croissant de logements. Il ne s'agit plus seulement de construire davantage, mais de construire mieux, en intégrant pleinement la place des espaces extérieurs comme leviers de qualité de vie, de lien social et d'équilibre environnemental. », **conclut-il.**

Méthodologie : enquête réalisée auprès d'un échantillon de 2 466 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne du 25 avril au 2 mai 2025.

A propos de BigMat – Les bâtisseurs ont leur maison

Première enseigne européenne de distribution de matériaux et produits pour la rénovation et la construction du bâtiment avec 1 006 points de vente dans 7 pays européens, BigMat fédère depuis plus de 40 ans ses adhérents autour de valeurs partagées : l'indépendance, l'excellence, la solidarité et la convivialité. Grâce à son large maillage territorial, la coopérative déploie une politique de services innovants et de proximité pour accompagner les projets de tous ses clients, professionnels comme particuliers. Expertise et conseil technique, sélection rigoureuse de matériaux, formation... Les collaborateurs de BigMat s'engagent au côté de tous les bâtisseurs à chaque étape d'un chantier, du gros œuvre à la décoration.

Acteur majeur de l'habitat, BigMat France compte 324 points de vente, 3 400 collaborateurs pour un CA de 1,16Md d'euros HT en 2024. BigMat est également implantée en Espagne, au Portugal, en Italie, en Belgique, en République Tchèque et en Slovaquie.

Pour en savoir plus : <http://www.bigmat.fr/>