

La façon dont les zones clés des maisons et leurs attributs influencent les acheteurs et leur prise de décision.





En quoi  
consiste l'étude  
sur les lieux  
d'intérêt?



## LE PREMIER }

examen complet des connexions émotionnelles qui sont établies avec diverses zones d'une maison.



## LE PREMIER }

recours à la recherche avancée pour déterminer de quelle façon le chevauchement de l'utilisation d'une pièce pour la détente, la socialisation et son caractère fonctionnel façonne les attitudes.



## LA PREMIÈRE }

compréhension approfondie de la façon dont la conception de l'espace et les commodités correspondantes peuvent accroître l'attrait d'une maison.

# Table des matières

- 03 À propos de cette étude
- 04 En quoi consiste un lieu d'intérêt et qu'est-ce qui le constitue?
- 06 Quels avantages pouvez-vous en tirer?
- 07 Méthodologie de l'étude
- 08 Classement des pièces
- 11 Rendre un lieu d'intérêt encore plus attrayant
- 12 Nouvelles perspectives novatrices
- 14 Les foyers dans les nouveaux espaces
- 17 Ils vont l'acheter
- 18 Cela vous donne une longueur d'avance
- 21 Cinq éléments clés
- 22 À propos de Napoléon

Napoléon est reconnue pour fabriquer et concevoir les meilleurs foyers, grils et systèmes CVC en Amérique du Nord, mais nous savons qu'il faut bien plus que d'excellents produits pour créer une maison où il fait bon vivre. C'est pourquoi Napoléon propose des idées pour améliorer l'attrait de la conception et des projets, y compris des trucs et des conseils sur la façon d'accroître la qualité et l'attrait des maisons grâce à une conception intelligente et à des commodités. Notre étude sur les lieux d'intérêt a été menée pour explorer de quelle façon les zones clés d'une maison peuvent être transformées en générateurs de moments mémorables.

A group of people are gathered around a wooden dining table, laughing and talking. In the foreground, there are several colorful mugs and bowls of food, including a green mug, a white mug with a yellow heart, and a red and white striped bowl. The background shows a bright, well-lit kitchen area with shelves and a window. The overall atmosphere is warm and joyful.

## EN QUOI CONSISTE UN LIEU D'INTÉRÊT?

Un lieu d'intérêt est une pièce ou un espace fréquemment visité et utilisé, associé à des émotions et à des souvenirs positifs. C'est là que vous recevez les membres de votre famille, échappez au stress et partagez des moments entre amis, des moments qui resteront gravés longtemps dans vos mémoires. Les lieux d'intérêt ne se créent pas accidentellement. Une pièce qui vous permet de tirer profit de ces moments magiques est associée au mariage entre conception parfaite et commodités idéales. Cette étude montre que lorsque vous concevez un lieu d'intérêt comme il se doit, le propriétaire est encore plus enchanté par sa maison et vos services.

# QU'EST-CE QUI CONSTITUE UN LIEU D'INTÉRÊT?

La recherche montre que lorsqu'une pièce combine trois perspectives (socialisation, détente et fonctionnalité), son attrait et sa valeur perçue augmentent. C'est à ce moment que la pièce devient un lieu d'intérêt.

## DÉTENTE

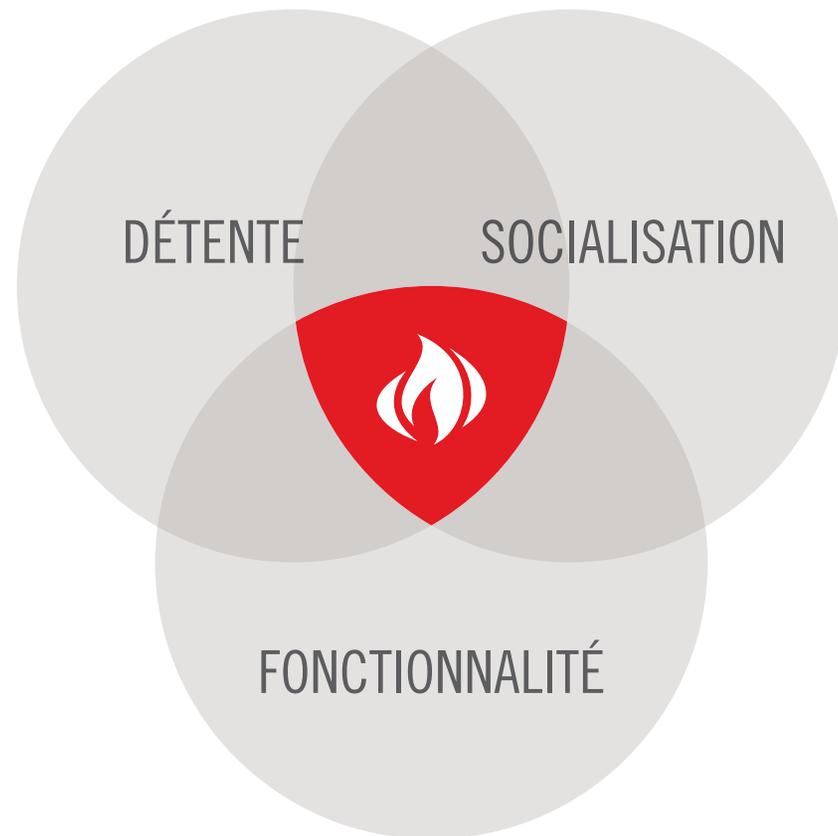
un espace qui invite à la détente et qui favorise l'intimité et la tranquillité

## SOCIALISATION

un lieu de rassemblement permettant les interactions sociales

## FONCTIONNALITÉ

des lieux fonctionnels qui sont mis à profit à des fins très précises, de façon immuable



## ET PUIS?

Faire en sorte que les trois perspectives se chevauchent mène à la création de lieux encore plus agréables, ce qui ajoute à l'attrait de la pièce.

## QUELS AVANTAGES POUVEZ-VOUS EN TIRER?



### VENDRE

davantage de propriétés et de projets avec de plus grandes marges de profit.



### ACCROÎTRE

la satisfaction des propriétaires de maison et les références.



### DISTINGUER

vos maisons et vos projets de ceux de la concurrence.

# MÉTHODOLOGIE.

Cette étude inclut environ 900 acheteurs potentiels de maison. Elle a été réalisée par Hoffman York, une agence de marketing intégré indépendante, située à Milwaukee, dans le Wisconsin, offrant une gamme complète de services et ayant acquis une renommée dans la recherche sur les produits domestiques. Les études récentes menées par la firme ont inclus l'exploration des tendances et des préférences dans des catégories telles que les cuisines extérieures et les éléments liés à la conception de cuisines intérieures. Cette étude a comporté de nombreuses heures d'entretien et des centaines de sondages, tous réalisés dans le but de mieux comprendre ce qui permet à une pièce de se transformer en un lieu d'intérêt.

## COMMENT AVONS-NOUS PROCÉDÉ?

### PHASE I : Recherche qualitative

Des entretiens en profondeur ont été réalisés en 2016 auprès de femmes et de couples. Tous les répondants étaient âgés de 30 à 60 ans, et le revenu moyen de leur ménage était d'au moins 100 000 \$. Leur maison avait une superficie de plus de 2 400 pi<sup>2</sup> et comportait un foyer. Finalement, tous les répondants envisageaient de faire l'achat d'une maison ou d'en faire construire une au cours des cinq prochaines années.

On a également demandé aux répondants de créer des affiches sur lesquelles figuraient des images d'espaces susceptibles de les inspirer en vue de l'achat ou de la construction de leur prochaine demeure. Ces affiches ont été employées pour amorcer les discussions et lors de l'analyse finale. (Voir la page 12.)

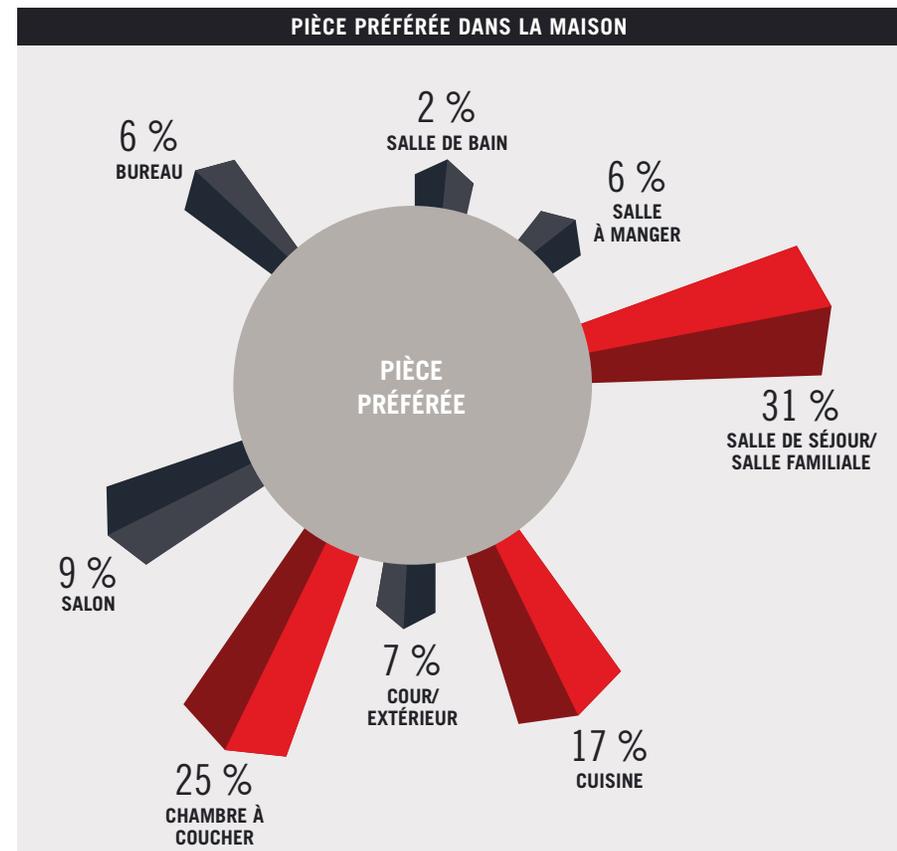
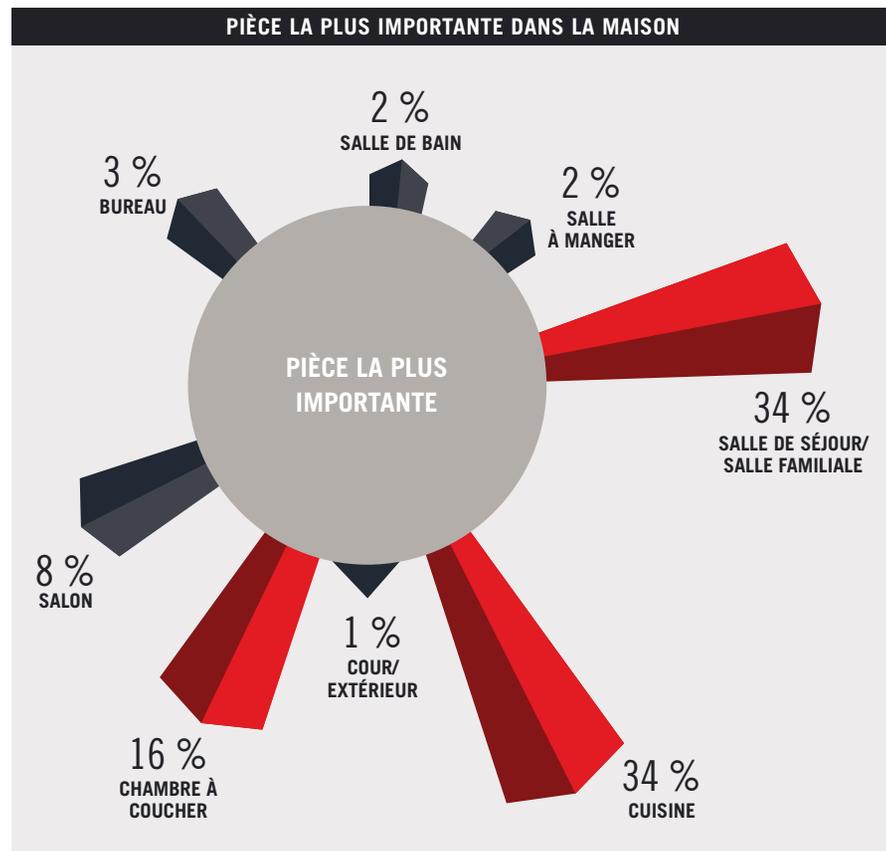
### PHASE II : Analyse quantitative

En employant un panel national en ligne pour rejoindre des personnes correspondant à la même description que celle employée lors de l'analyse qualitative (à l'exception du genre, puisque nous avons rejoint 60 % de femmes et 40 % d'hommes), nous avons interviewé des centaines de personnes qui cherchaient soit à acheter une nouvelle maison, soit à rénover la leur, et ce, au cours des cinq prochaines années.

# QUELLES PIÈCES SE SONT HISSÉES AUX PREMIERS RANGS?

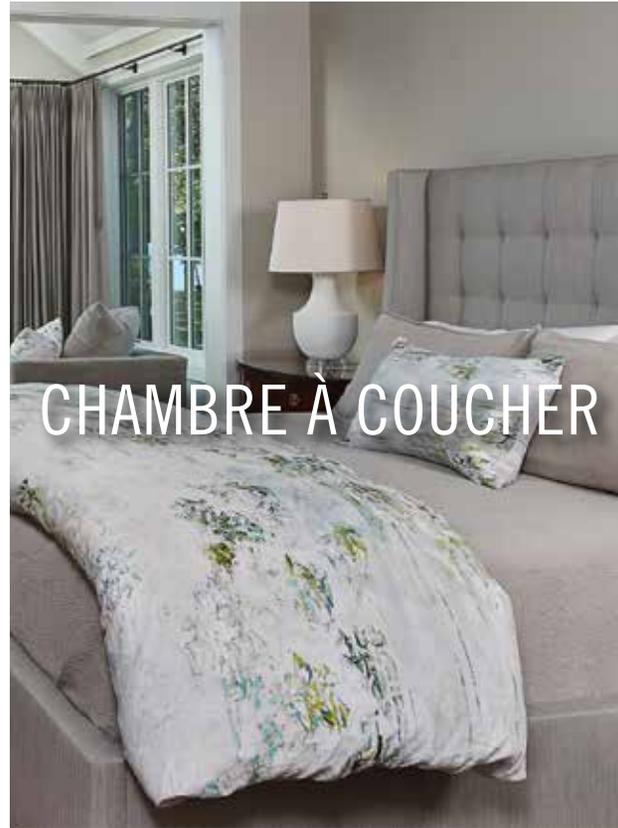
Les participants ont été interrogés à savoir quelles pièces sont les plus importantes pour eux et lesquelles sont leurs préférées.

Il y avait une différence notable. Les pièces ne sont pas toutes créées de façon équivalente.





SALLE DE SÉJOUR



CHAMBRE À COUCHER



CUISINE

TROIS PIÈCES SE SONT DÉMARQUÉES.

73 %

des répondants ont indiqué que la salle de séjour/salle familiale, la cuisine ou la chambre à coucher est leur pièce préférée.

84 %

des répondants ont indiqué que la salle de séjour/salle familiale, la cuisine ou la chambre à coucher est la pièce la plus importante.

ET PUIS?

La salle de séjour/salle familiale, la cuisine et la chambre à coucher sont considérées comme les pièces les plus importantes dans une maison ET comme les préférées des répondants, ce qui en fait des cibles de choix pour la création de lieux d'intérêt.



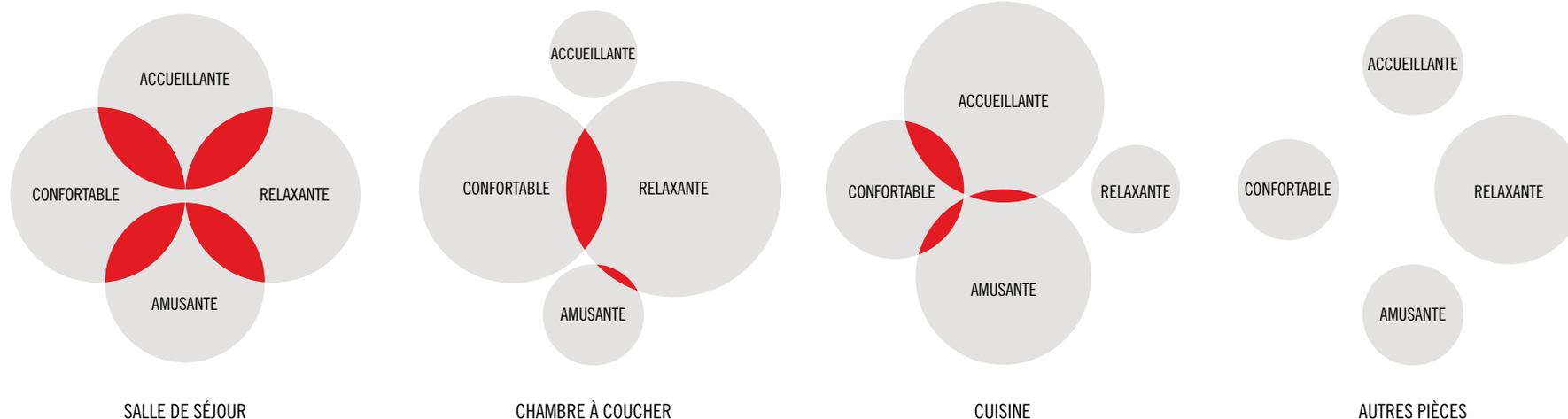
*« La cuisine fait partie intégrante de notre mode de vie et de notre routine... Je pense à la camaraderie, à la famille, au fait d'apprendre à mes garçons à cuisiner... »*

*— Wendy, 35 ans*

# RENDRE UN LIEU D'INTÉRÊT ENCORE PLUS ATTRAYANT.

## Pourquoi certaines pièces obtiennent-elles un meilleur classement que d'autres?

Tout ceci est lié aux émotions qui sont associées à chacune des pièces. Une fois que vous avez créé une pièce qui combine la détente, la socialisation et la fonctionnalité, il s'agit de concevoir l'espace pour qu'il évoque des émotions positives. Un véritable lieu d'intérêt est une pièce qui obtient un classement d'au moins 50 % dans deux des catégories suivantes : il est accueillant, confortable, relaxant ou amusant. Plus les émotions se chevauchent, plus le lieu d'intérêt devient attrayant.



ÉMOTIONS	SALLE DE SÉJOUR	CHAMBRE À COUCHER	CUISINE	AUTRES PIÈCES
ACCUEILLANTE / SOCIALISANTE	68 %	20 %	67 %	30 %
CONFORTABLE / CHALEUREUSE	68 %	66 %	41 %	33 %
RELAXANTE / PAISIBLE	68 %	71 %	27 %	45 %
AMUSANTE / AGRÉABLE	61 %	33 %	58 %	30 %

## ET PUIS?

Les pièces qui comportent des caractéristiques telles que des foyers, de hauts plafonds et des installations encastrées évoquent des émotions positives qui augmentent l'attrait pour le client.

# NOUVELLES PERSPECTIVES NOVATRICES.

Les clients étaient invités à réunir des images qui représentent ce qu'ils souhaitent posséder dans leur prochaine demeure. Les photos montraient essentiellement des salles de séjour, des cuisines, des chambres à coucher, des espaces extérieurs ou des espaces comportant des foyers.





## MAISONS ACTUELLES ET FOYERS.

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer leur maison actuelle, les participants ont indiqué que les pièces qui comptent un foyer sont beaucoup plus susceptibles d'être associées avec les émotions positives que les gens recherchent.



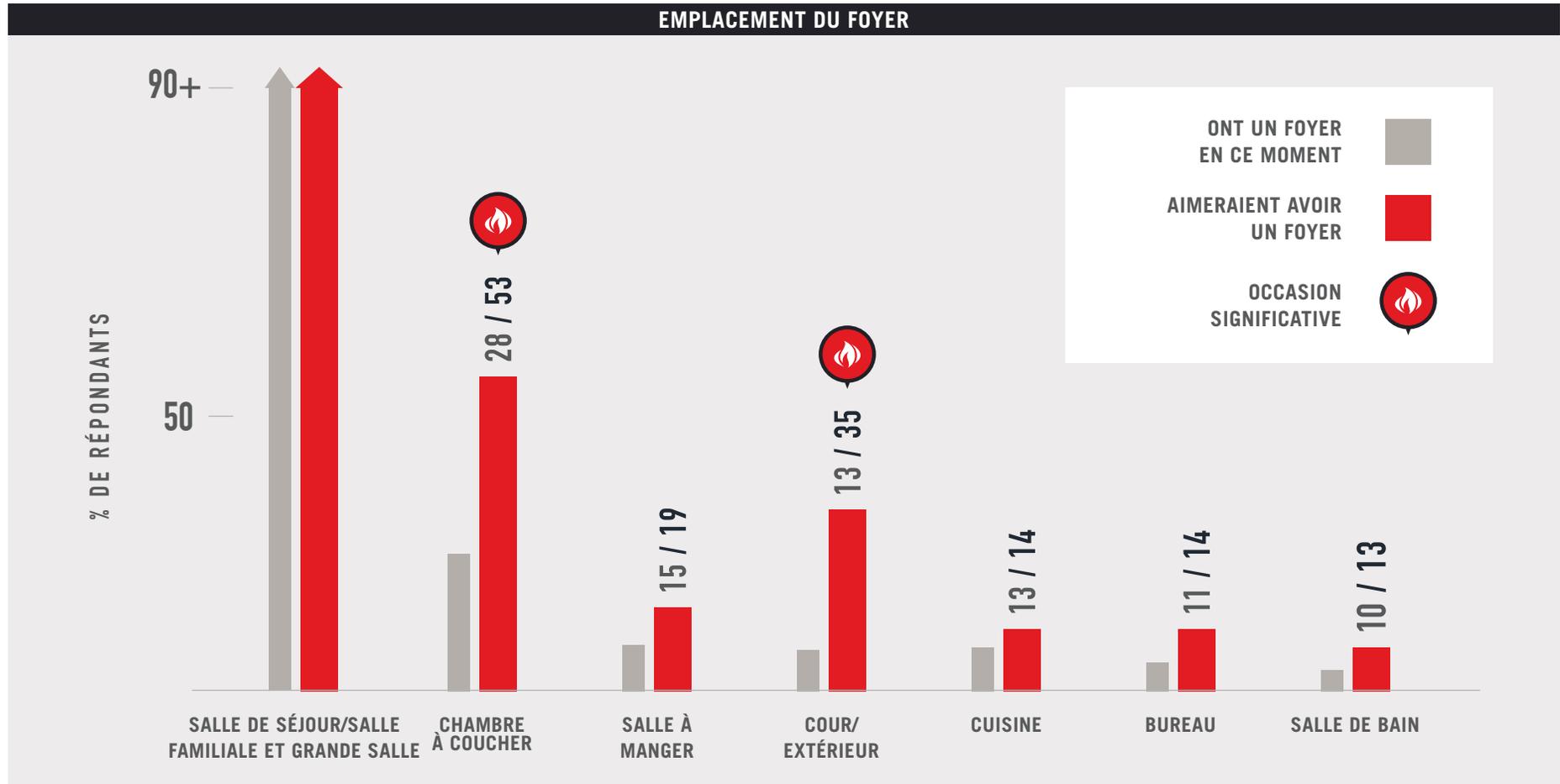
ÉMOTIONS ÉVOQUÉES	PIÈCES SANS FOYER	PIÈCES AVEC FOYER
ACCUEILLANTE / SOCIALISANTE	32 %	<b>50 %</b>
CONFORTABLE / CHALEUREUSE	44 %	<b>52 %</b>
RELAXANTE / PAISIBLE	48 %	<b>57 %</b>
AMUSANTE / AGRÉABLE	35 %	<b>47 %</b>

## ET PUIS?

Les clients associent les émotions positives aux pièces qui comportent un foyer, ce qui a une influence favorable sur leurs intentions d'achat.

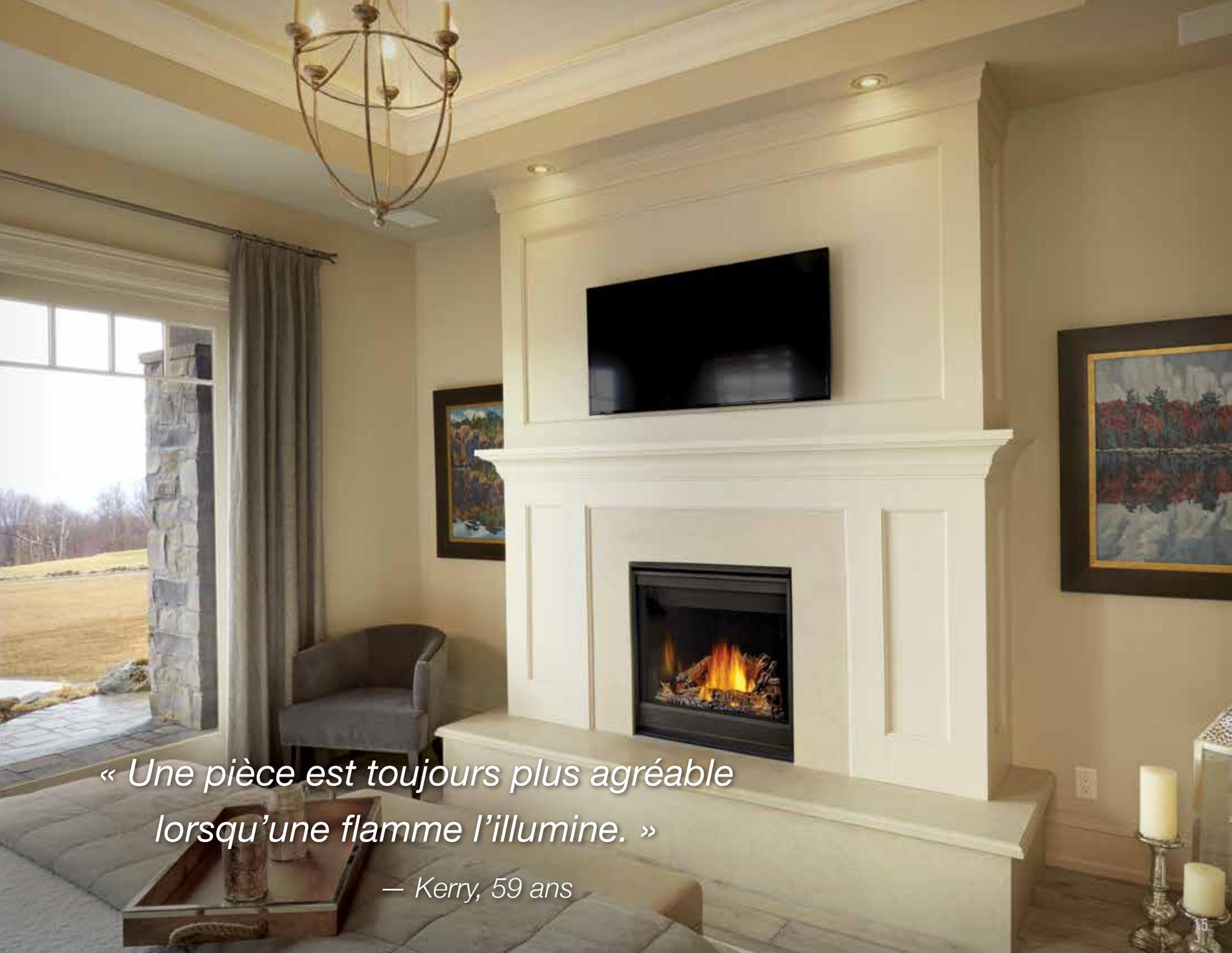
# LES FOYERS DANS LES NOUVEAUX ESPACES.

Tout d'abord, nous avons demandé aux clients où se trouve leur foyer en ce moment, et où ils souhaiteraient qu'il soit situé dans leur prochaine demeure.



## ET PUIS?

L'ajout d'un foyer à une chambre à coucher et à un espace extérieur représente la plus grande occasion d'impressionner les clients et d'augmenter les revenus.



*« Une pièce est toujours plus agréable  
lorsqu'une flamme l'illumine. »*

*— Kerry, 59 ans*

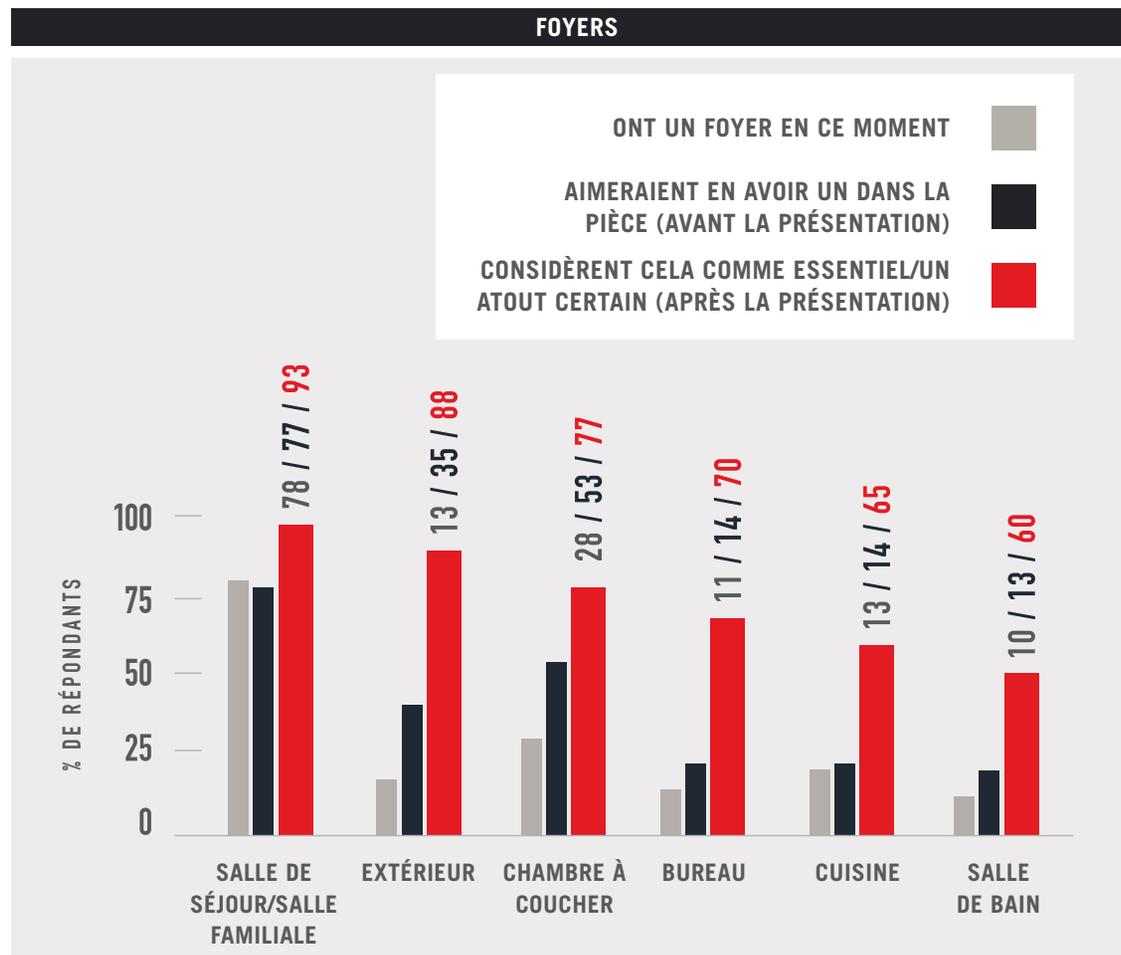
# SI VOUS LEUR MONTREZ...

Ensuite, nous leur avons montré des exemples de ce qu'ils pourraient avoir, et voici les résultats.



# ILS VONT L'ACHETER.

Des images de pièces **pourvues et dépourvues** de certaines commodités, y compris des foyers, ont été présentées aux participants. L'objectif était de déterminer dans quelle mesure certaines pièces sont préférées à d'autres et d'évaluer l'effet, sur les clients, de l'ajout de commodités. **Nous avons appris que l'effet associé à l'ajout d'un foyer était significatif.**



# 41 %

Après la présentation des images d'autres pièces comportant un foyer, **le souhait d'en posséder un a augmenté de 41 %.**

# CELA VOUS DONNE UNE LONGUEUR D'AVANCE.

La recherche montre que la perception favorable qu'ont les clients de leur entrepreneur, de leur constructeur, de leur entreprise de rénovation, de leur concepteur ou de leur détaillant s'accroît lorsque ceux-ci présentent ou incluent des commodités, telles que des foyers, dans plusieurs pièces.

# 52 %

des répondants ont une perception plus positive des professionnels qui intègrent à leur conception des caractéristiques uniques, comme des foyers, de hauts plafonds et des installations encastrées.





*« J'aurais tendance à penser que le vendeur et la maison sont plus haut de gamme... qu'ils dépassent certainement les standards. Si tous les autres sont équivalents, cela fera en sorte que je m'intéresserai plutôt à eux. »*

*— Beth, 43 ans*

*« Ils déploient des ressources pour que cela paraisse plus agréable... ce qui évoque une impression de confort et de luxe. Vous allez en ressortir avec une impression favorable. »*

*— Heather, 45 ans*



CINQ  
ÉLÉMENTS CLÉS

1

Les lieux d'intérêt sont ces espaces dans une maison où les moments les plus mémorables passés avec des amis ou des membres de la famille se forment naturellement, que ce soit quotidiennement ou lors d'occasions spéciales.

2

La qualité, l'ampleur et la fréquence de ces expériences peuvent être considérablement améliorées (rendues plus « attrayantes ») lorsqu'on intègre les bons éléments de conception, que l'on accroît la fonctionnalité d'une pièce et que l'on y ajoute des commodités.

3

Les lieux d'intérêt sont alimentés par les émotions et combinent au moins deux des aspects suivants :  
ils sont accueillants, chaleureux, relaxants ou amusants.

4

Les foyers peuvent aider à créer l'étincelle qui suscitera ces émotions, transformant ainsi une pièce en un lieu d'intérêt.

5

La présentation de caractéristiques uniques en différents endroits de la maison accroît grandement l'attrait de celle-ci, ainsi que la perception que les clients ont du constructeur, de l'entrepreneur et du concepteur.



En plus de fabriquer et de concevoir des foyers, des grils et des systèmes CVC, Napoléon offre les connaissances nécessaires pour améliorer l'attrait de la conception et des projets. Et maintenant, Napoléon a accru son partenariat en matière de marketing avec nos détaillants grâce à cette étude sans précédent portant sur les propriétaires de maison.

En mettant en œuvre une combinaison peaufinée de techniques de recherche qualitative et quantitative afin d'étudier la façon dont les clients apprécient différentes zones d'une maison, Napoléon a été en mesure de proposer des idées précieuses, qui peuvent aider les entrepreneurs, les constructeurs, les entreprises de rénovation, les architectes, les concepteurs et les détaillants.

Napoléon est votre source de renseignements, proposant une combinaison d'idées et d'outils pour favoriser la croissance de votre entreprise. Concevez des espaces plus agréables, qui suscitent fortement l'intérêt. Incorporez des commodités clés qui participent à la création de souvenirs. Et en bout de piste, vendez encore plus de projets et de commodités, rendant l'utilisation de l'espace encore plus efficace.

# METTRE CES RENSEIGNEMENTS EN PRATIQUE.

Napoléon veut vous offrir des renseignements pour concevoir des espaces qui inspirent les propriétaires de maison, de même que des outils pour vous aider à vendre vos propriétés et vos projets.

## GUIDE DE CONCEPTION DE LIEUX D'INTÉRÊT

Ce livre, coécrit avec Wayne Visbeen, architecte de renommée nationale, déborde d'idées que vous pouvez mettre à profit dans toute la maison afin de créer des pièces qui rendent encore plus mémorables les moments que vivent vos clients.



## GALERIE DE CONCEPTION EN LIGNE DE LIEUX D'INTÉRÊT

La nouvelle galerie de conception en ligne de Napoléon regorge d'idées de conception, de conseils et de ressources dont vous avez besoin pour accroître significativement l'attrait de vos projets.

[www.NapoleonFireplaces.com/inspiration](http://www.NapoleonFireplaces.com/inspiration)





7200, Route Transcanadienne, Montréal, Québec H4T 1A3  
103 Miller Drive, Crittenden, Kentucky, USA 41030  
24 Napoleon Rd, Barrie, Ontario, Canada L4M 0G8

TÉLÉPHONE : 514 737-6294  
[napoleonfoyers.com](http://napoleonfoyers.com)