

“*opinionway*” pour **Sofinscope**
LE BAROMÈTRE QUI VOUS DONNE UN TEMPS D'AVANCE
SUR LA CONSOMMATION

Les Français et les achats de seconde main

La seconde main : une tendance bel et bien ancrée dans les habitudes de consommation des Français

Mars 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1029 personnes représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été 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.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **21 au 22 février 2024**.
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour SOFINCO » *et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.*



Le profil de l'échantillon





Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	15%
	35-49 ans	24%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	26%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%

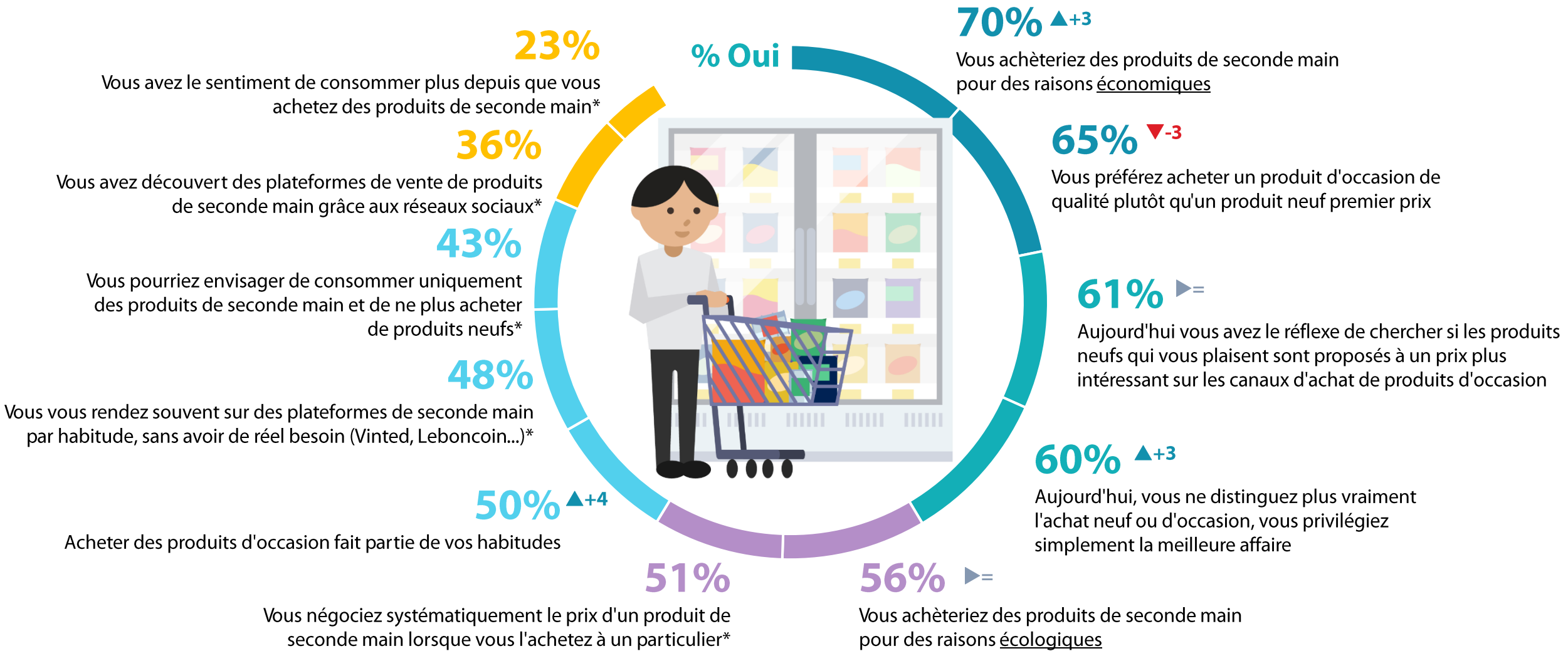


Les résultats



Les opinions relatives à la consommation et aux produits d'occasion

Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle à votre opinion à l'égard des produits d'occasion ?

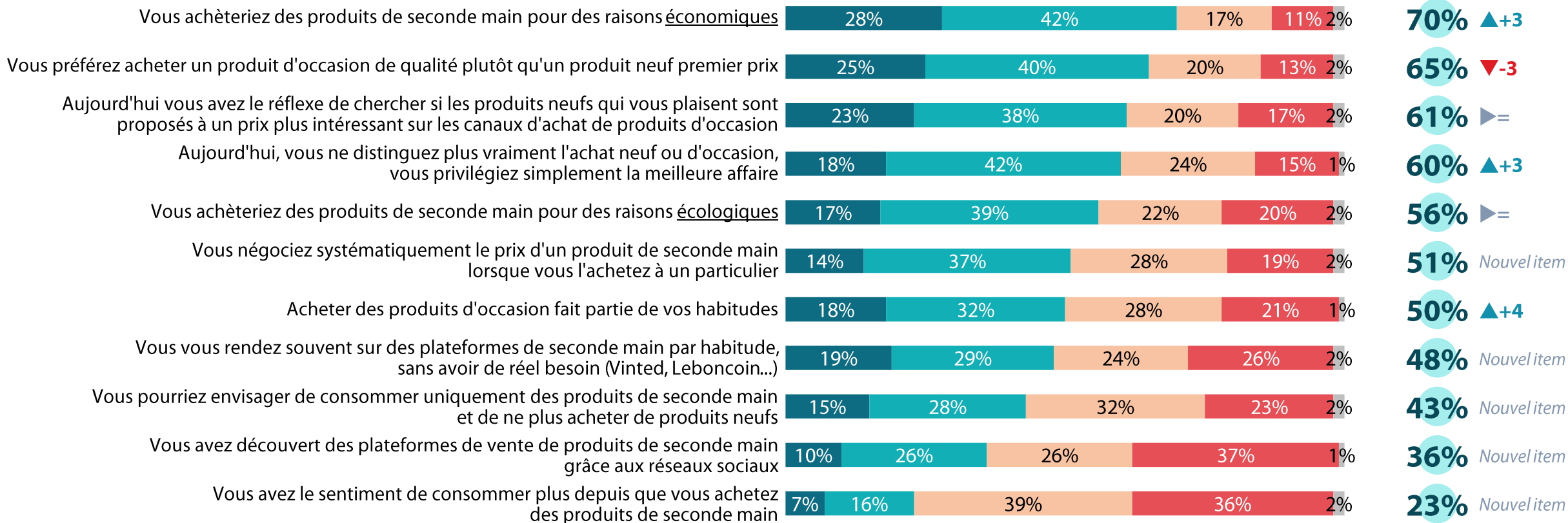


Les opinions relatives à la consommation et aux produits d'occasion



Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle à votre opinion à l'égard des produits d'occasion ?

Oui

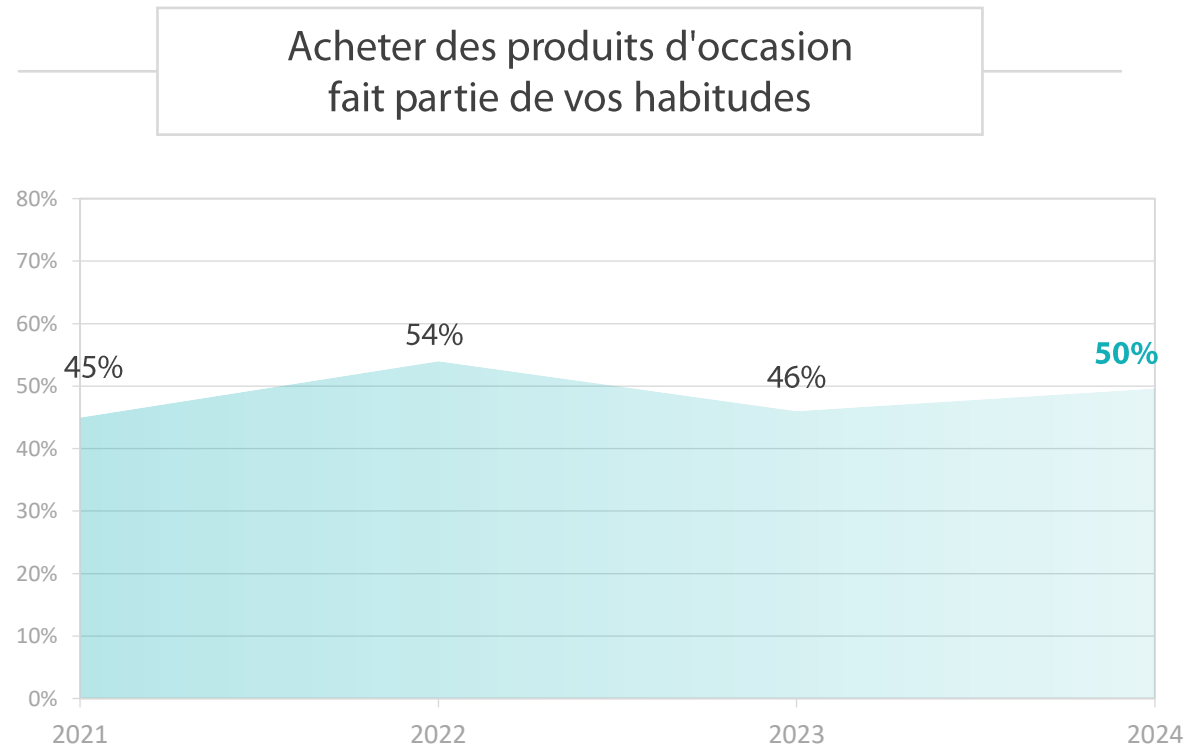


● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout ● NSP

Les opinions relatives à la consommation et aux produits d'occasion



Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle à votre opinion à l'égard des produits d'occasion ?



“ Les pratiques de vente et d’achat de produits d’occasion

Q. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous... ?

% Oui

Donné gratuitement des produits/des biens d'occasion

53% ▼-2



Vendu des produits/des biens d'occasion

52% ▲+3



Acheté des produits/des biens d'occasion (...)

49% ▲+1



Acheté des produits/des biens reconditionnés (...)

39% ▲+10



Acquis gratuitement des produits/des biens d'occasion

30% ▲+2



Acheté des produits/des biens d'occasion OU reconditionnés

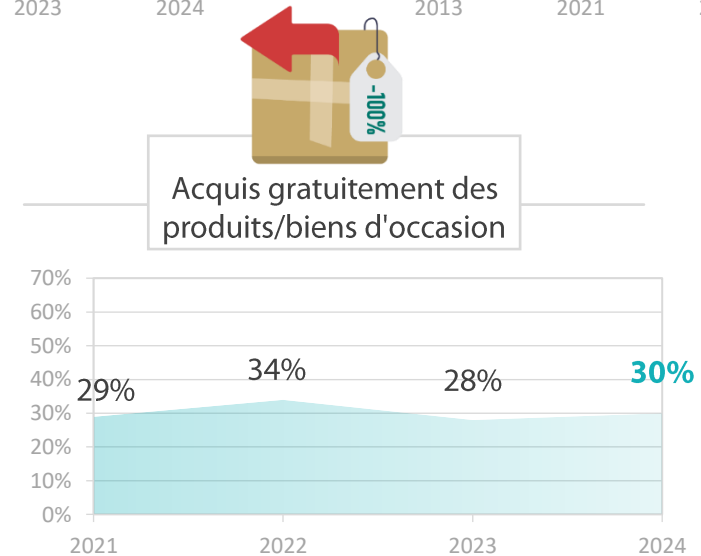
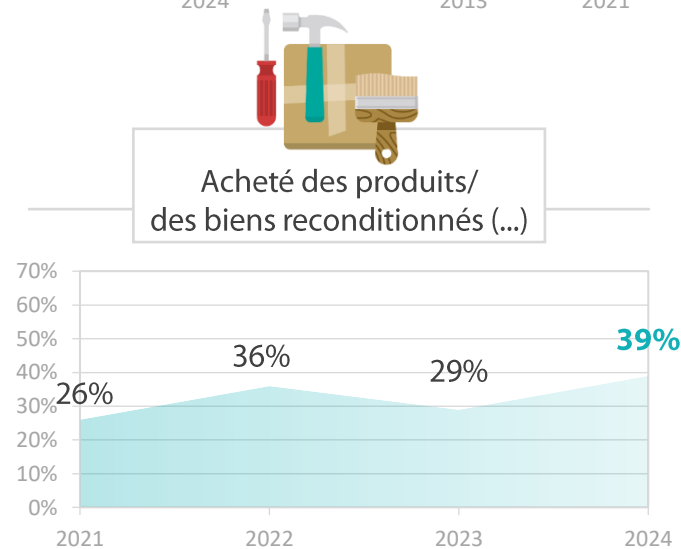
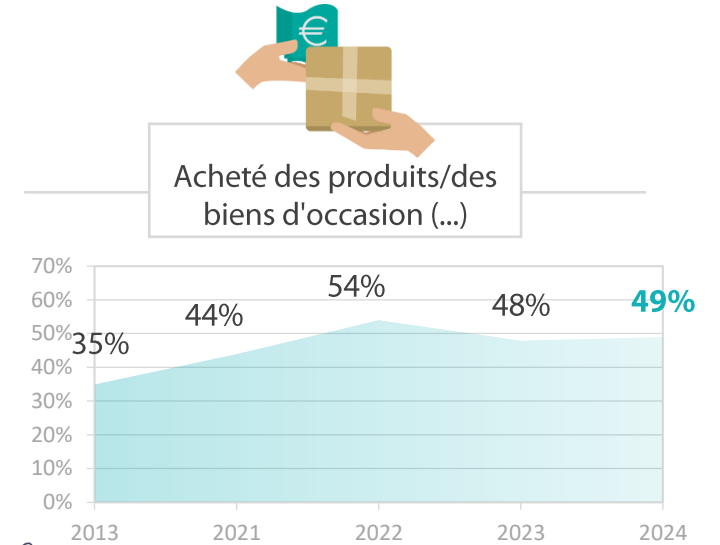
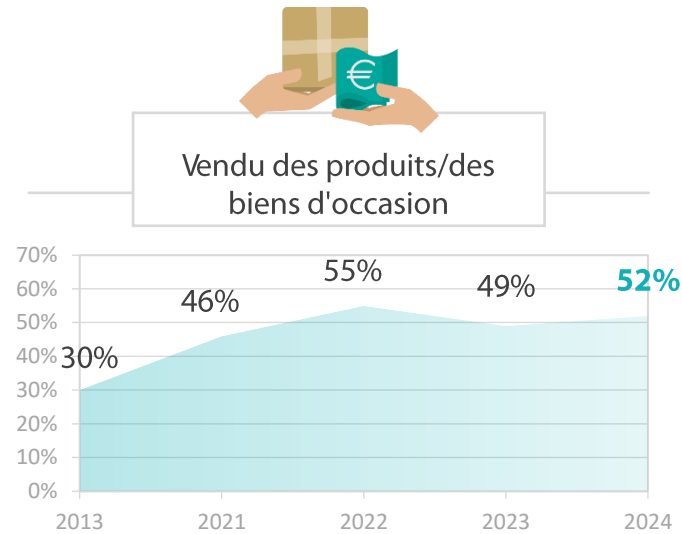
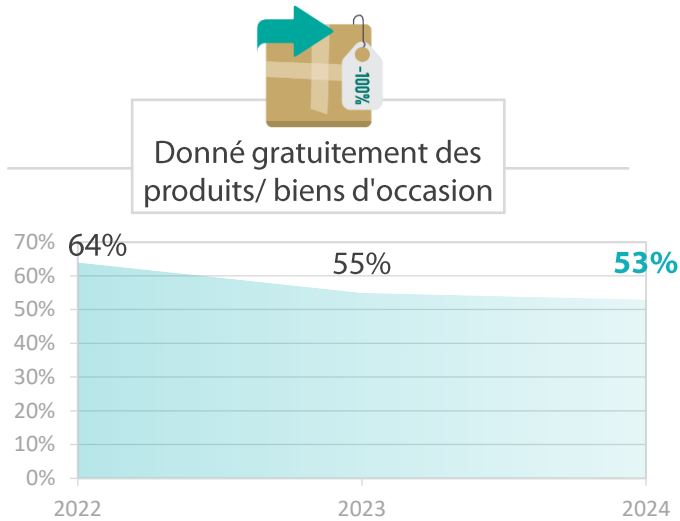
61% ▲+3

“ Les pratiques de vente et d'achat de produits d'occasion



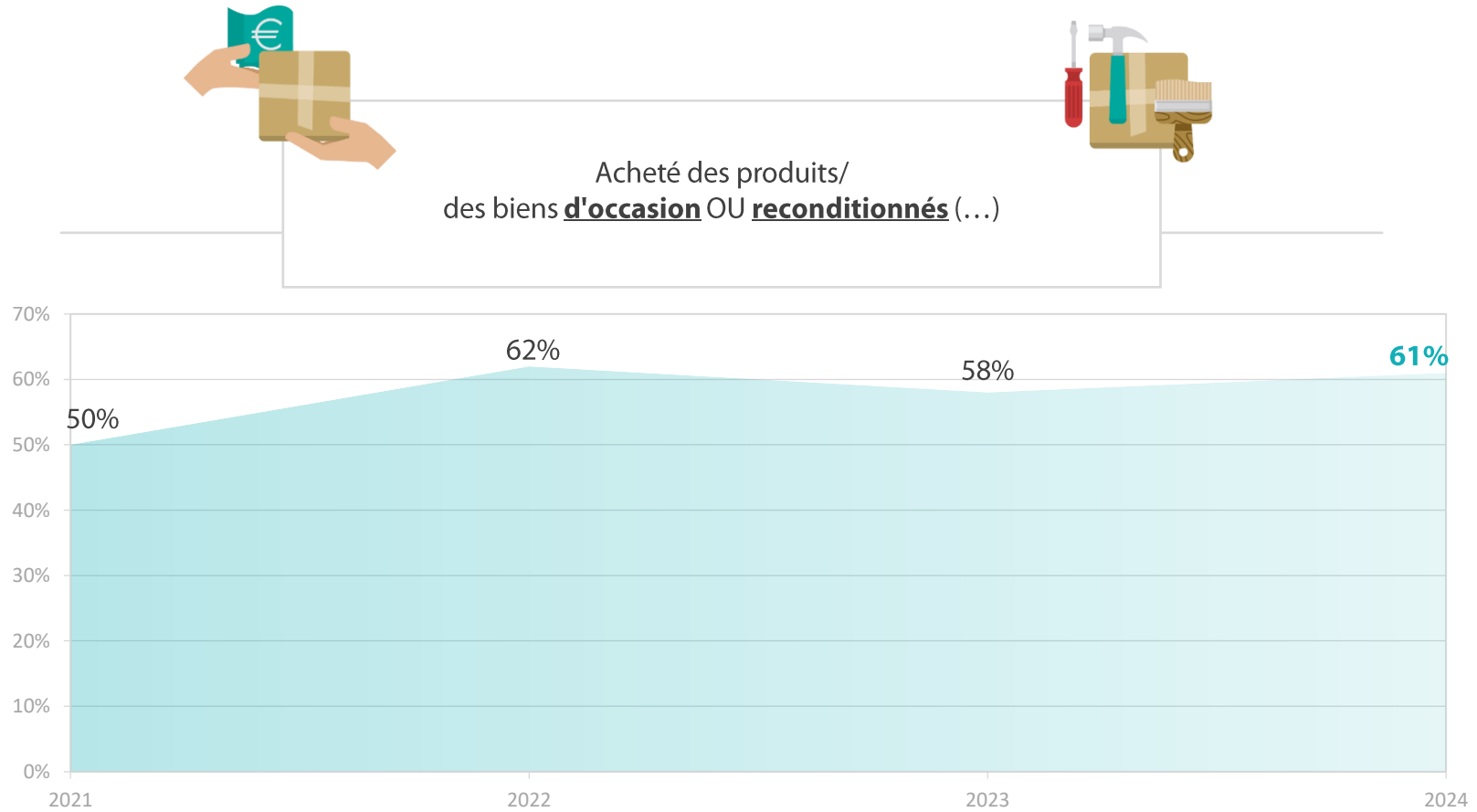
1029 personnes

Q. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous... ?



“ Les pratiques de vente et d’achat de produits d’occasion

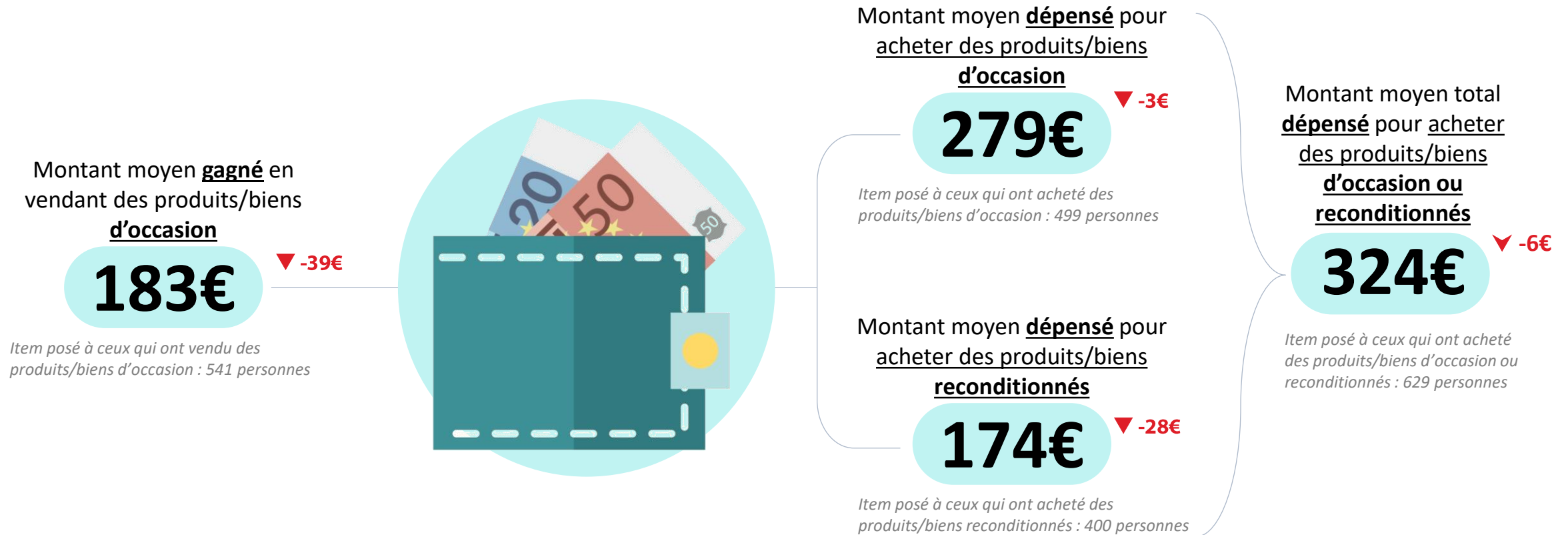
Q. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous... ?



“ Les pratiques de vente et d’achat de produits d’occasion

Q. Et sur cette dernière année, approximativement, combien ... ?

Question posée à ceux qui ont acheté et/ou vendu des produits/biens d’occasion ou reconditionnés cette dernière année



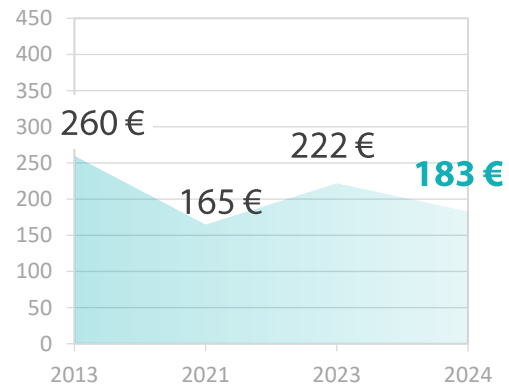
“ Les pratiques de vente et d’achat de produits d’occasion

Q. Et sur cette dernière année, approximativement, combien ... ?

Question posée à ceux qui ont acheté et/ou vendu des produits/biens d’occasion ou reconditionnés cette dernière année

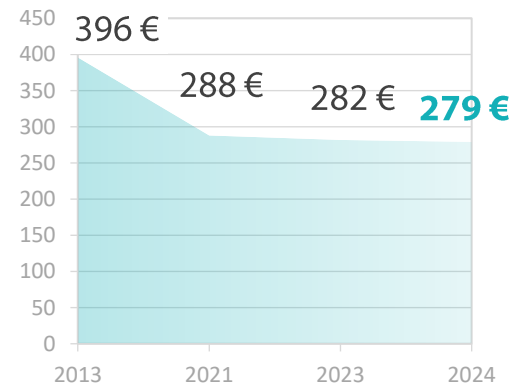
Montant moyen **gagné** en vendant des produits/biens **d’occasion**

Item posé à ceux qui ont vendu des produits/biens d’occasion : 541 personnes



Montant moyen **dépensé** pour acheter des produits/biens **d’occasion**

Item posé à ceux qui ont acheté des produits/biens d’occasion : 499 personnes



Montant moyen **dépensé** pour acheter des produits/biens **reconditionnés**

Item posé à ceux qui ont acheté des produits/biens reconditionnés : 400 personnes





Le nombre de produits d'occasion vendus

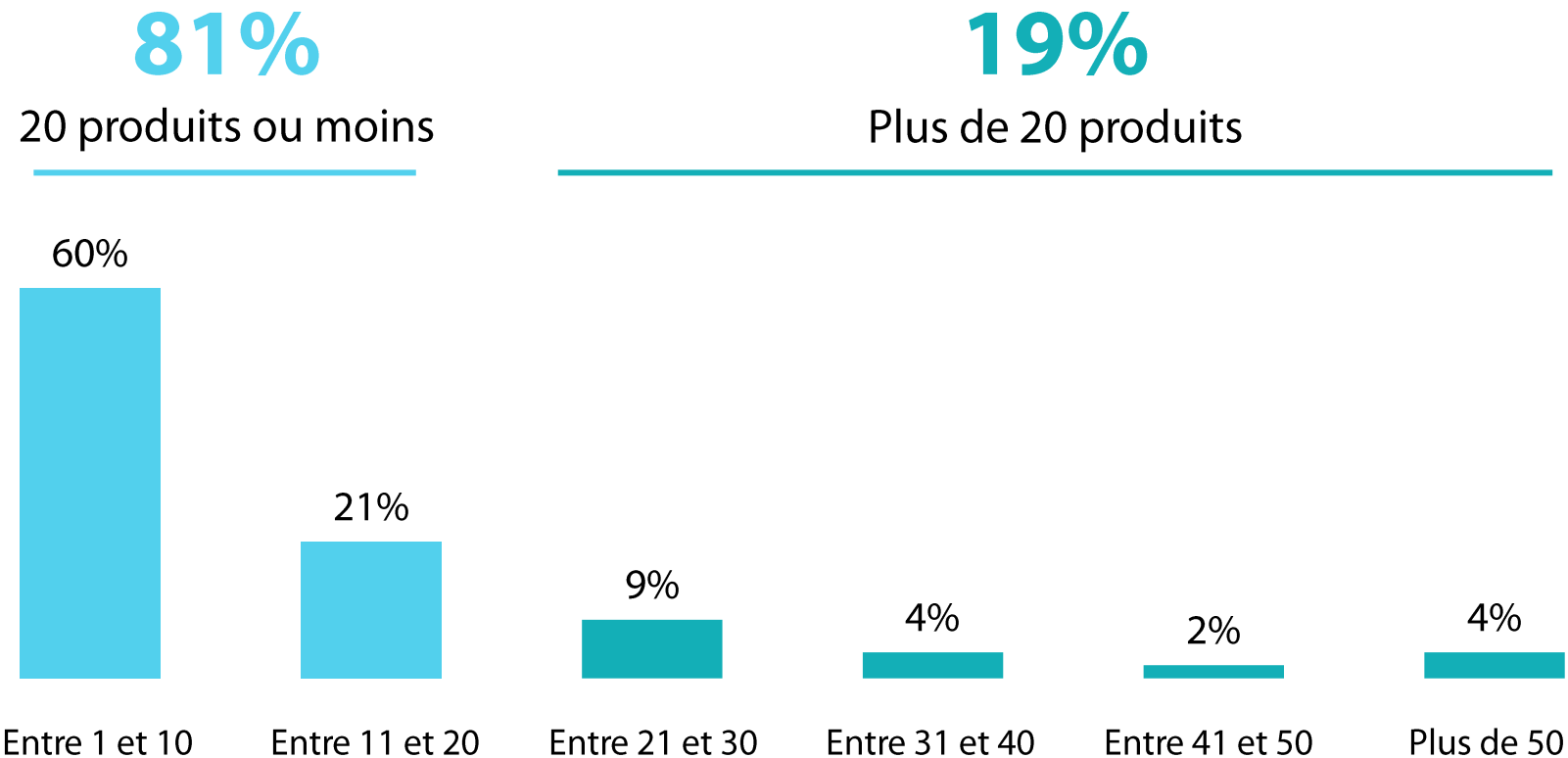


541 personnes

Q. Au cours des douze derniers mois, combien de produits ou biens d'occasion environ avez-vous vendu ?

Question posée uniquement à ceux qui ont vendu des produits/biens d'occasion, soit 53% de l'échantillon

Nouvelle question



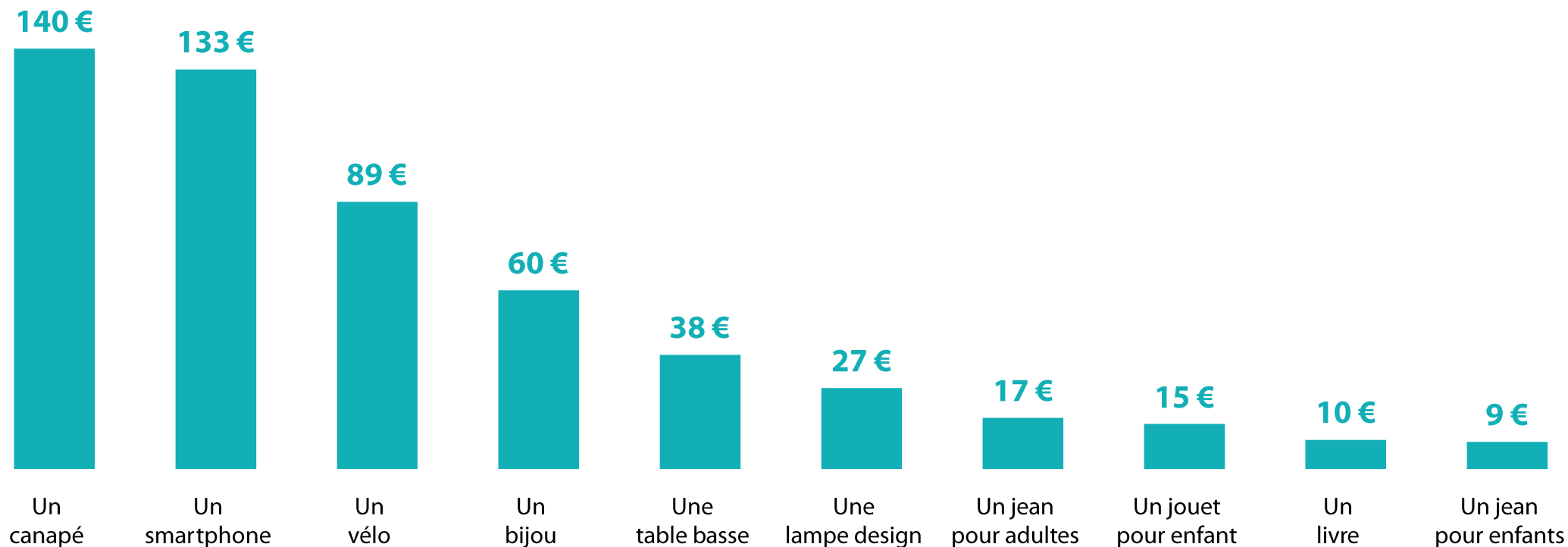


Le montant maximal consenti pour l'achat de produits d'occasion



Q. Quel montant maximum seriez-vous prêt(e) à dépenser pour l'achat de chacun des produits suivants d'occasion ou reconditionnés ?
Nouvelle question

Montant moyen maximum

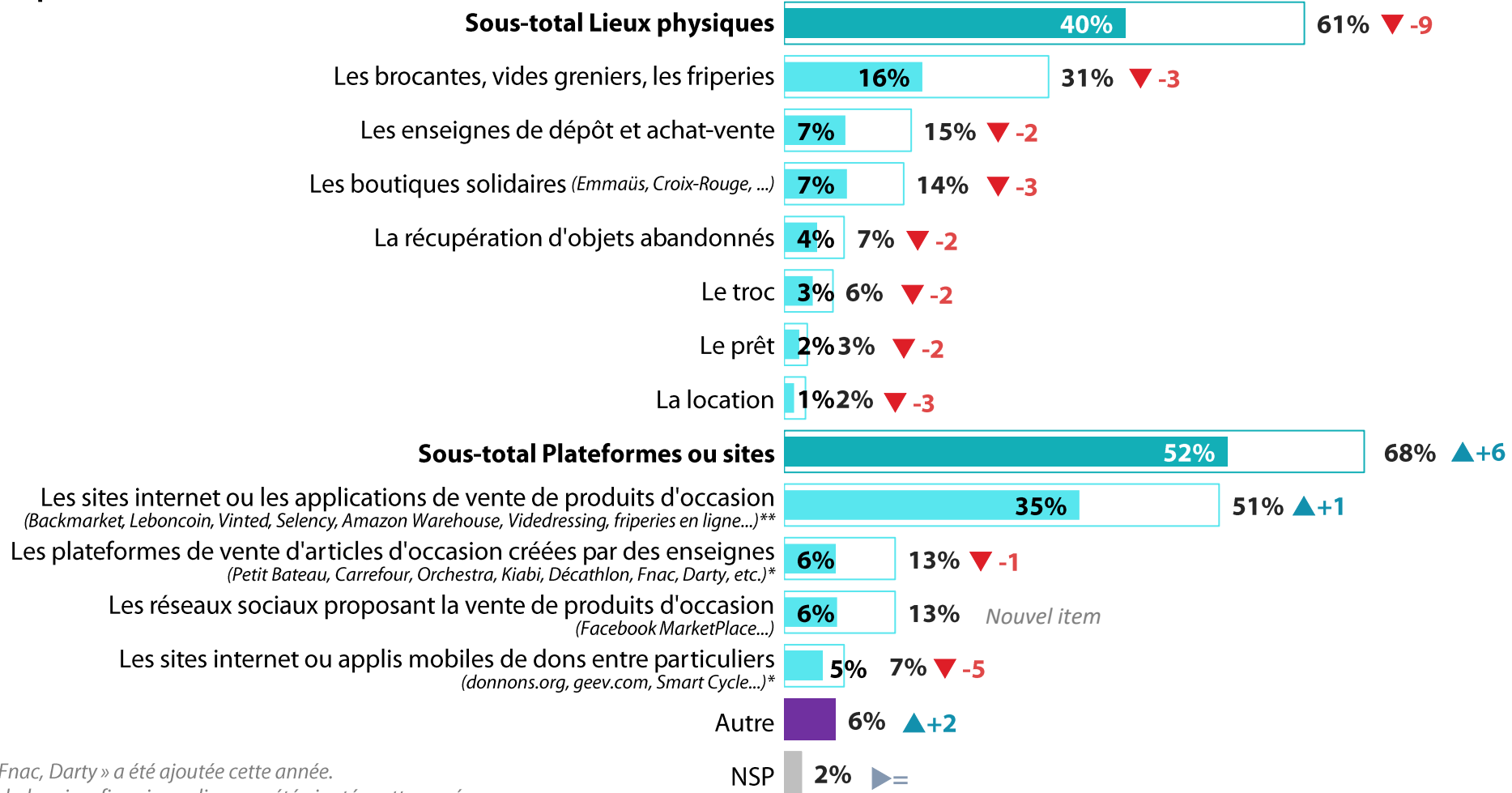


“ Les moyens privilégiés pour acquérir un bien d'occasion

Q. Lorsque vous souhaitez acquérir un produit/bien d'occasion ou reconditionné quels moyens privilégiez-vous ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

En premier Au total



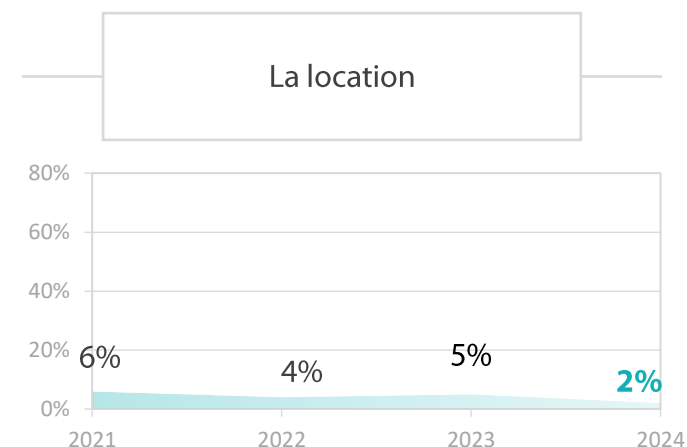
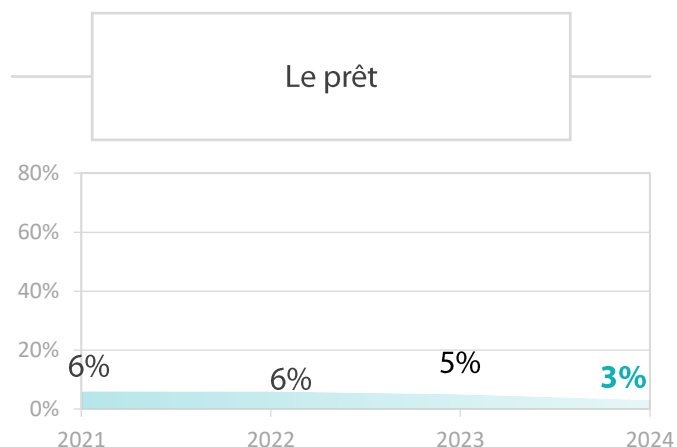
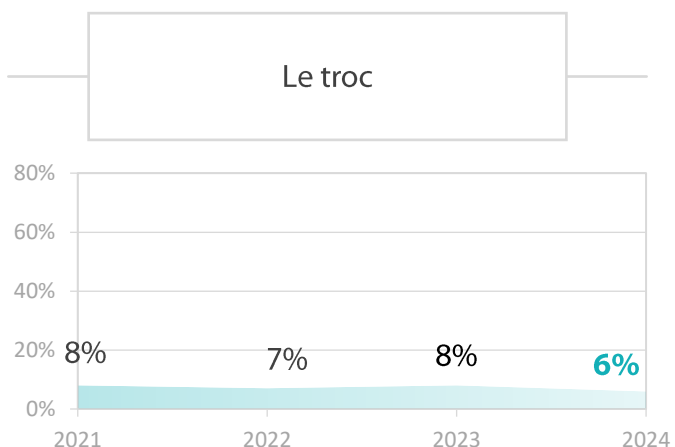
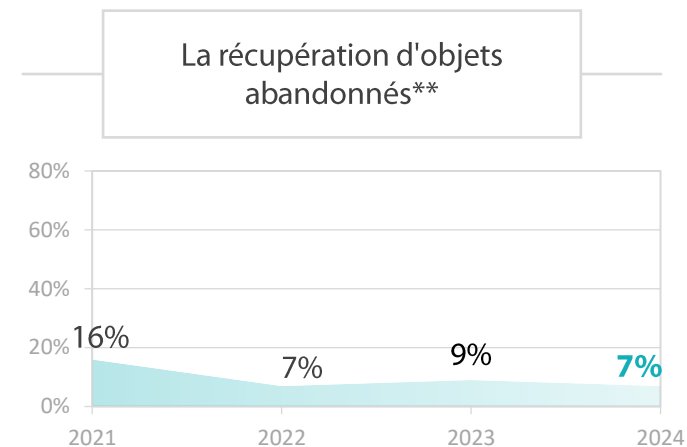
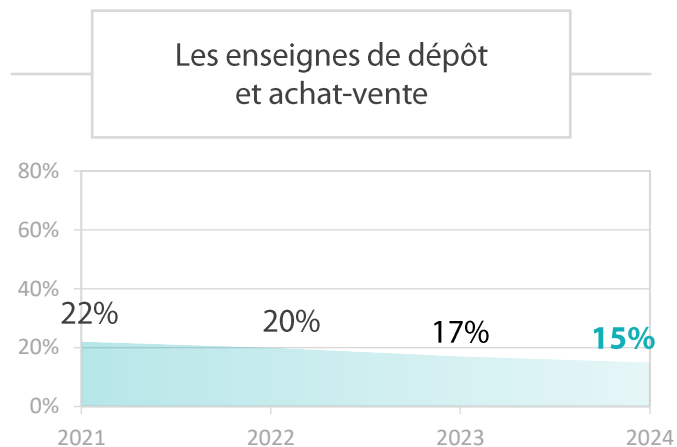
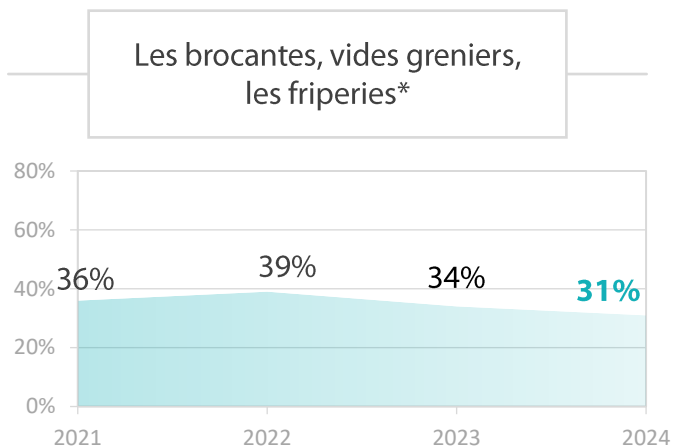
*La mention de « Fnac, Darty » a été ajoutée cette année.

**La mention « Videdressing, friperies en ligne » a été ajoutée cette année

“ Les moyens privilégiés pour acquérir un bien d'occasion

Q. Lorsque vous souhaitez acquérir un produit/bien d'occasion ou reconditionné quels moyens privilégiez-vous ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

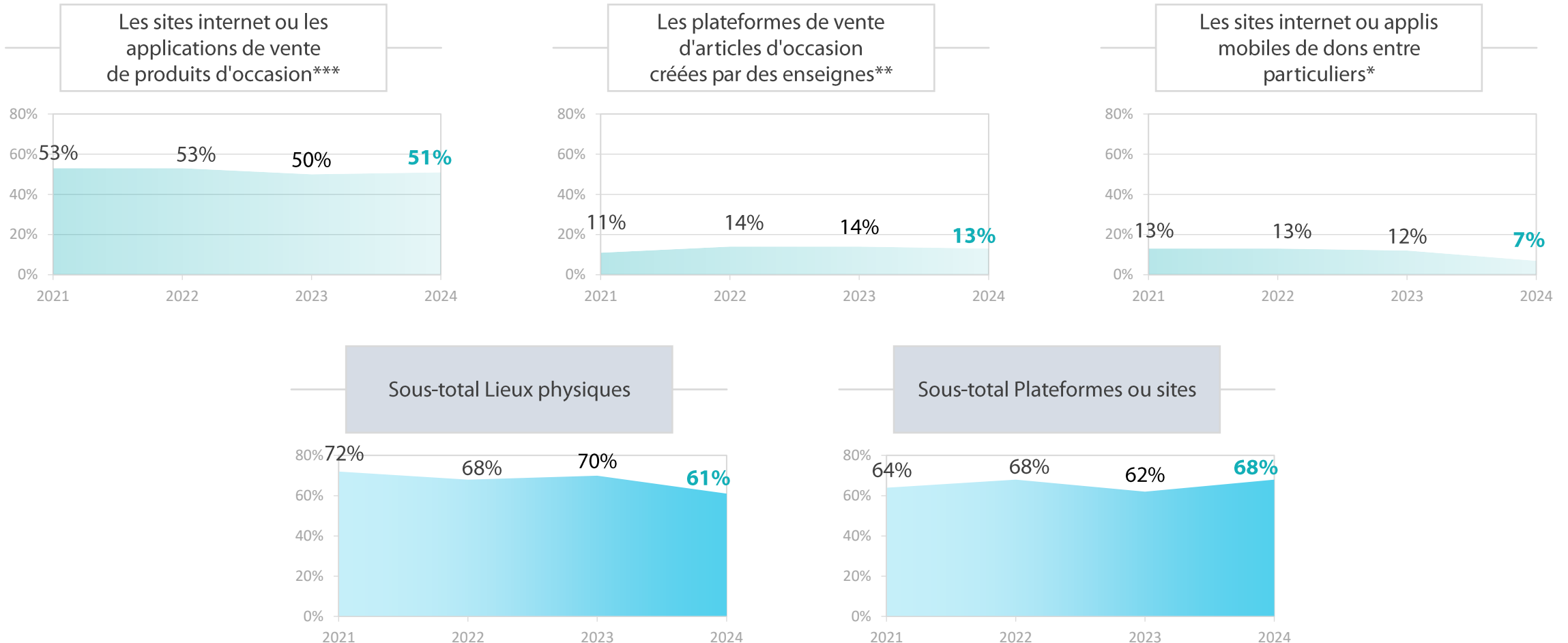


En décembre 2021, les libellés étaient les suivants : *Les brocantes, vides greniers / **La récupération

“ Les moyens privilégiés pour acquérir un bien d'occasion

Q. Lorsque vous souhaitez acquérir un produit/bien d'occasion ou reconditionné quels moyens privilégiez-vous ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



*En décembre 2021, les libellés étaient les suivants : Les sites internet de dons entre particuliers (donnons.org, geev.com, Smart Cycle...)

**La mention de « Fnac, Darty » a été ajoutée cette année.

***La mention « Videdressing, firperies en ligne » a été ajoutée cette année



Les attitudes à l'égard des facilités de paiement



1029 personnes

Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle ou non à votre opinion ?

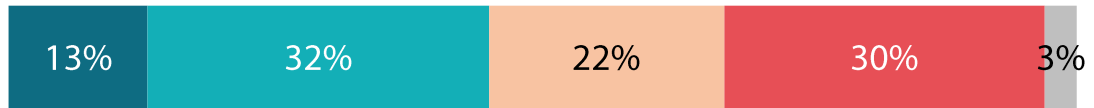
Oui

Le paiement en plusieurs fois devrait être proposé par toutes les enseignes de vente d'occasion, physiques et en ligne



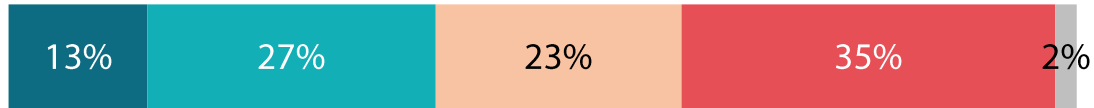
58% ▼-5

Vous pourriez utiliser des facilités de paiement pour l'achat de tous types de produits de seconde main



45% ▼-3

La possibilité de payer en plusieurs fois vous inciterait à acheter (plus souvent) des produits de seconde main



40% ▶=

Vous avez déjà renoncé à acheter un bien d'occasion parce que le vendeur ne proposait pas de facilités de paiement



29% ▲+1

● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout ● NSP

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“opinionway

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Responsable des études Société
Pôle opinion

equarre@opinion-way.com

Jessie Marius

Directrice d'études
Pôle opinion

jmarius@opinion-way.com