

*“opinionway*

pour

**Sofinscope**  
LE BAROMÈTRE QUI VOUS DONNE UN TEMPS D'AVANCE  
SUR LA CONSOMMATION

# Les Français et les achats de seconde main dans les grands moments de vie

Septembre 2022



**ESOMAR<sup>22</sup>**  
Corporate





# La méthodologie

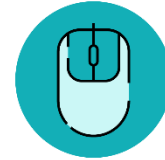


# “ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1020 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 **du 31 août au 2 septembre 2022**.

*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	24%
	65 ans et plus	27%



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



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



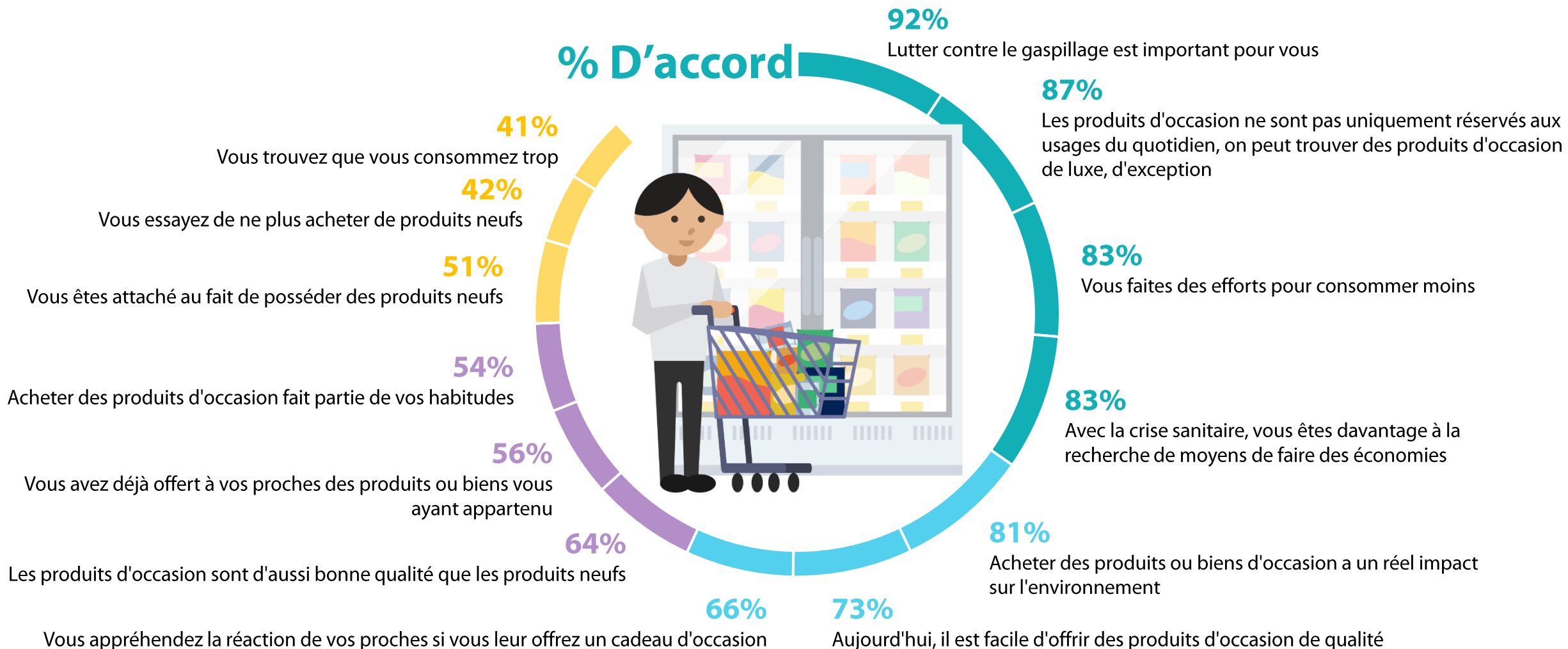
# Les résultats



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



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

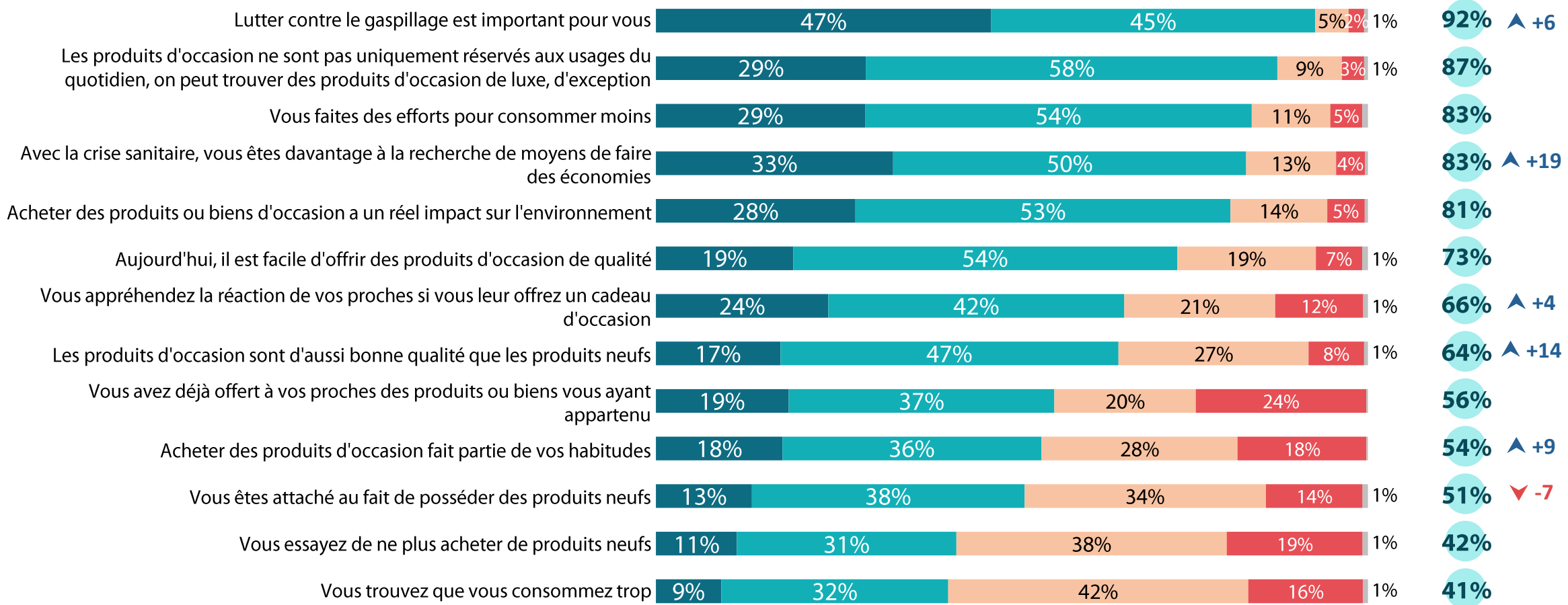


# Les opinions relatives à la consommation et aux produits d'occasion



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

**D'accord**



● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ● NSP

# “ 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

64%



**Vendu** des produits/des biens d'occasion

55% ▲ +9



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

54% ▲ +10



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

36% ▲ +10



**Acquis gratuitement** des produits/des biens d'occasion

34% ▲ +5

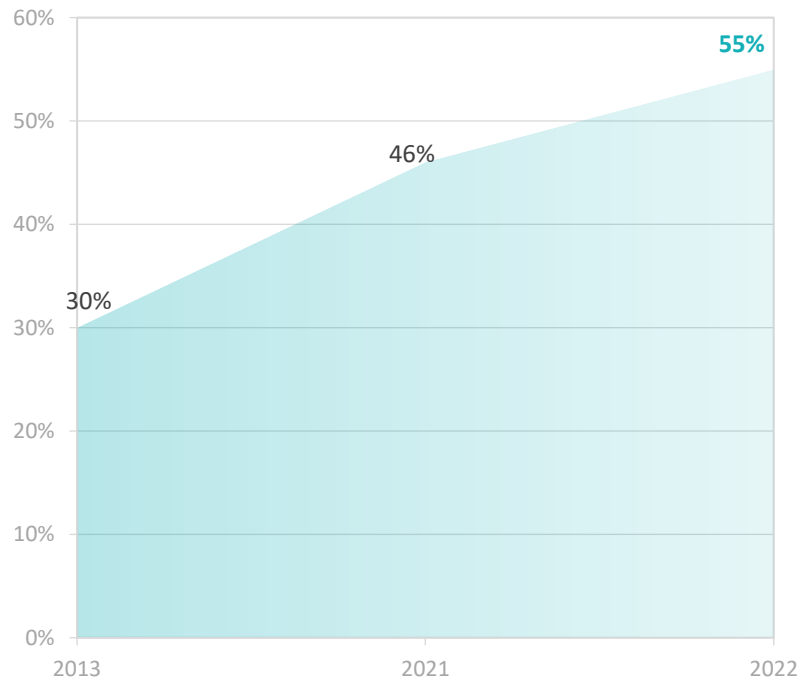


# “ Les pratiques de vente et d’achat de produits d’occasion

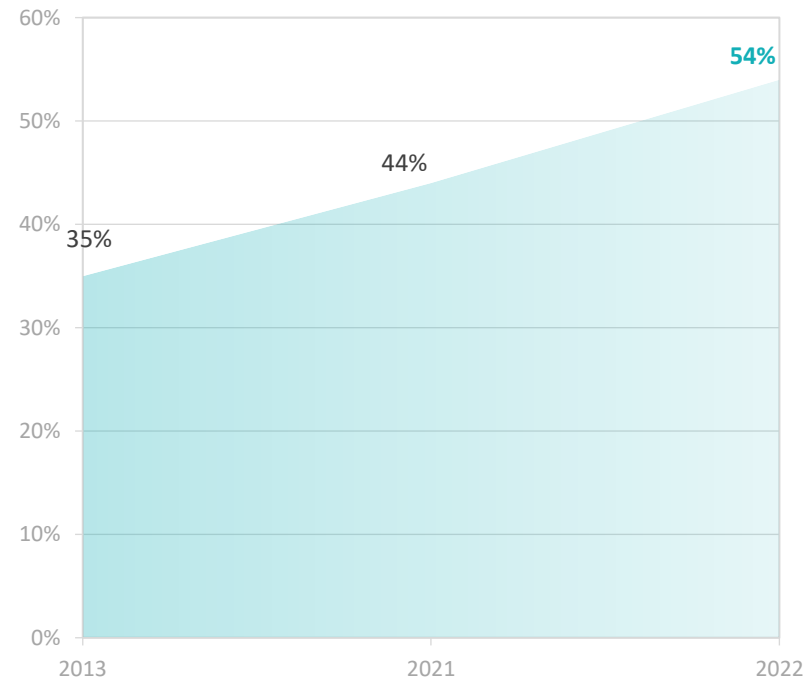
Q. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous... ?



Vendu des produits/des biens d'occasion



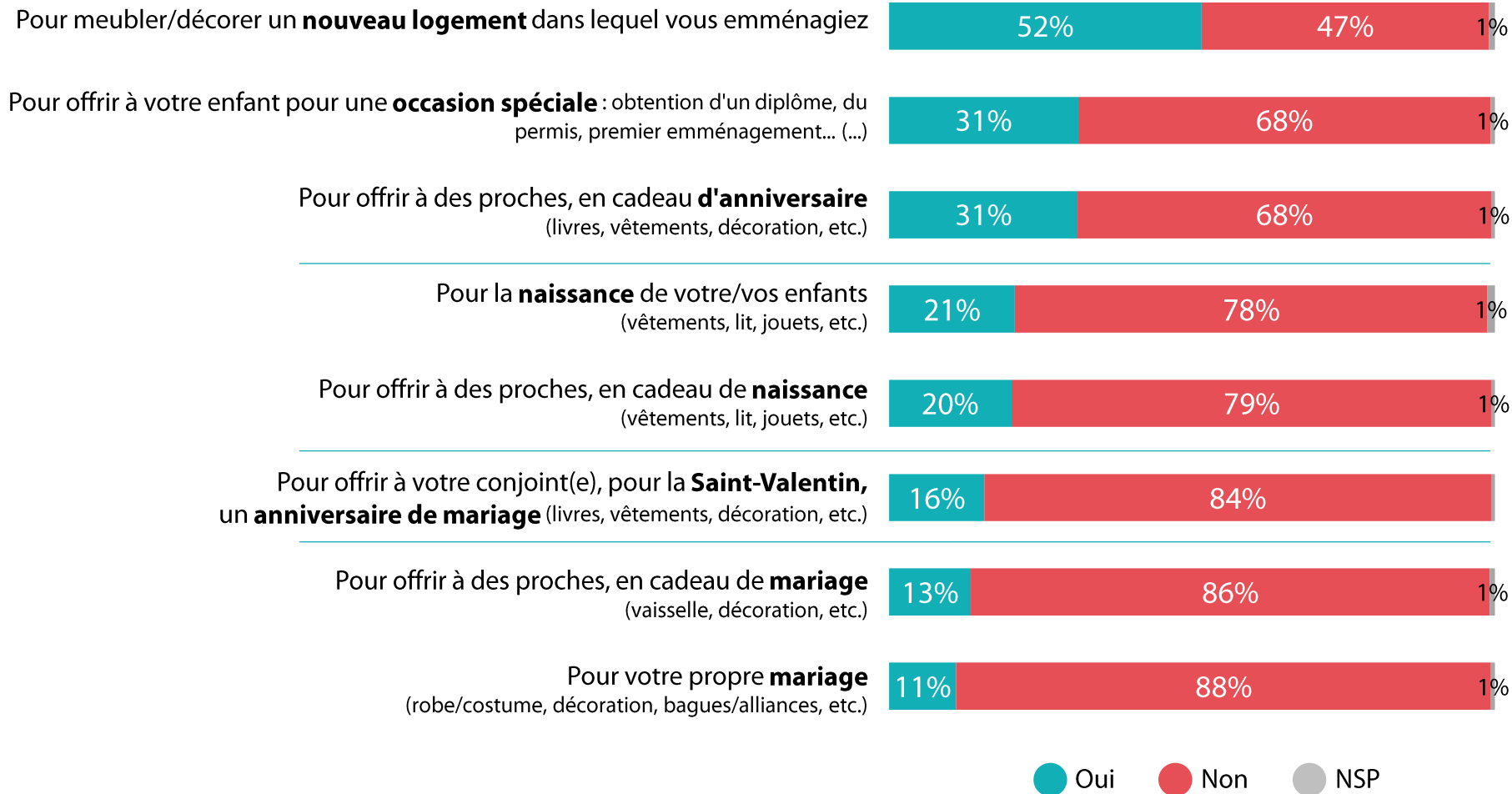
Acheté des produits/des biens d'occasion (...)



# “ L’achat de produits d’occasion pour les grands moments de vie

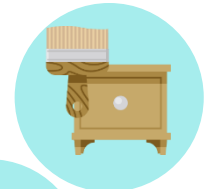
1020 personnes

Q. Avez-vous déjà acheté des produits/biens d’occasion dans chacune des situations suivantes ?



**63%**  
Ont acheté des produits d’occasion dans au moins un de ces grands moments

**#1**  
Pour meubler/décorer



**#2**  
Pour offrir à votre enfant



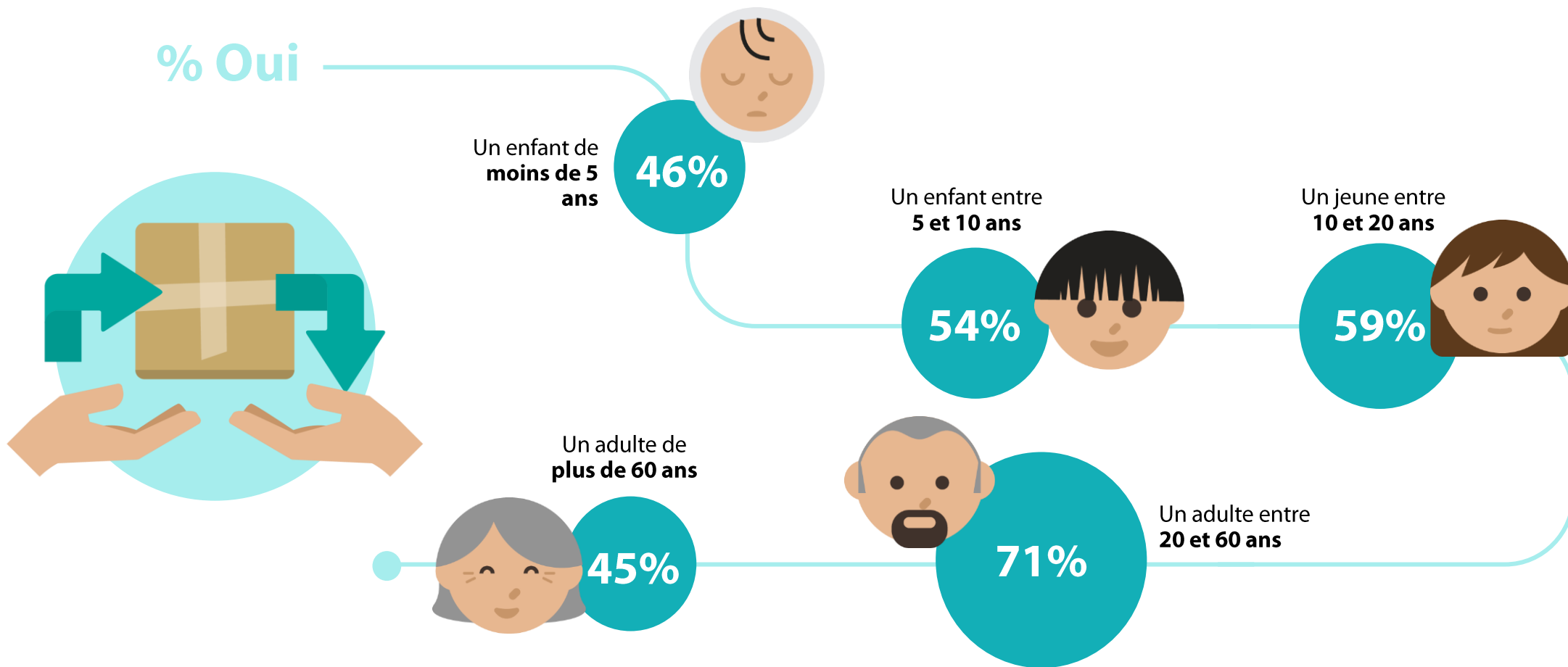
**#3**  
Pour offrir à des proches



# Les destinataires pour des produits/biens d'occasion en cadeau d'anniversaire

Q. Et avez-vous déjà offert des produits/biens d'occasion en cadeau d'anniversaire à... ?

Question posée à ceux qui ont déjà offert des produits/bien d'occasion en cadeau d'anniversaire à des proches (soit 31% de l'échantillon)



# “ Les achats potentiels par types de produits/biens d'occasion

Q. Seriez-vous prêt à acheter pour une naissance chacun des produits/biens suivants achetés d'occasion ?

Plusieurs réponses « Oui » possibles



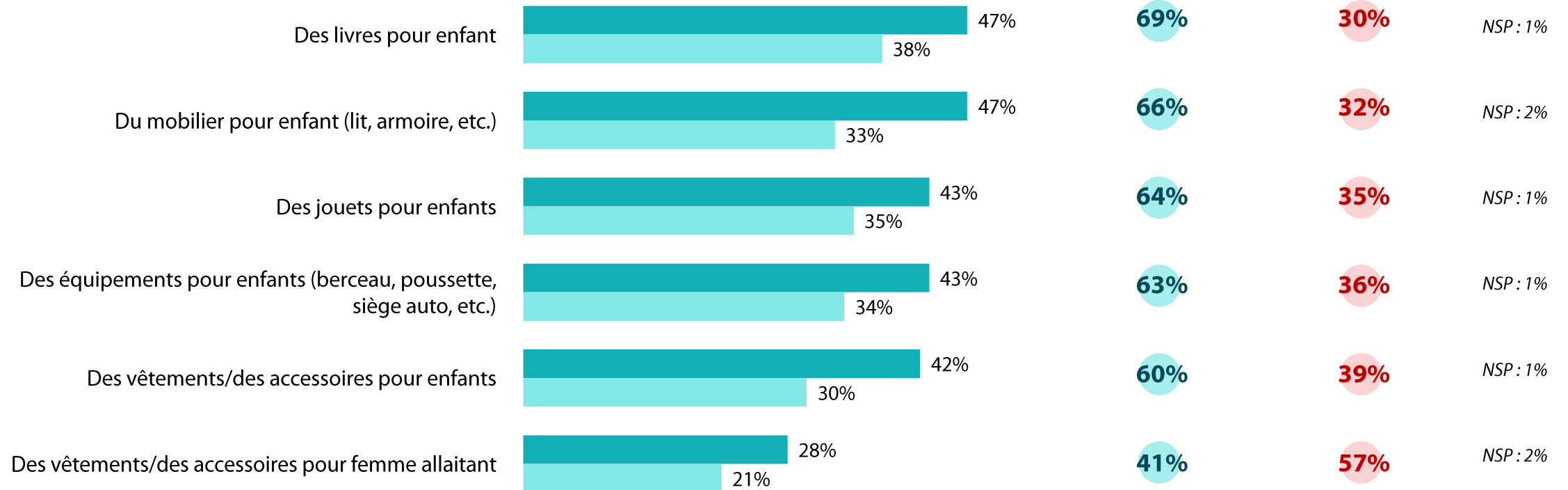
**Oui, pour votre propre enfant**



**Oui, pour offrir à des proches ayant un enfant**

Oui

Non





# Les raisons de se tourner vers les biens d'occasion



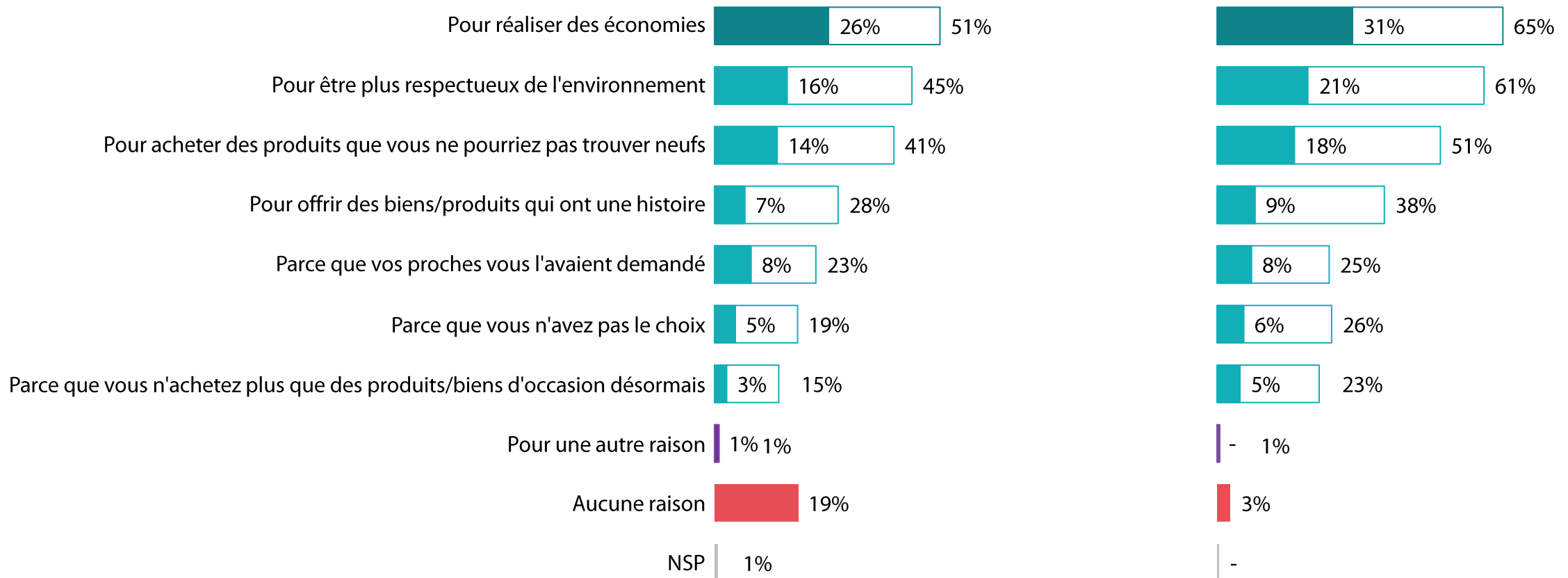
Q. Pour quelles raisons avant tout avez-vous déjà choisi d'offrir des produits/biens d'occasion à des proches ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

● En premier ○ Au total

**Ensemble**  
1020 personnes

**Après de ceux qui ont déjà offert un bien d'occasion à des proches**  
449 personnes



# “ Les raisons de ne pas se tourner vers les biens d’occasion



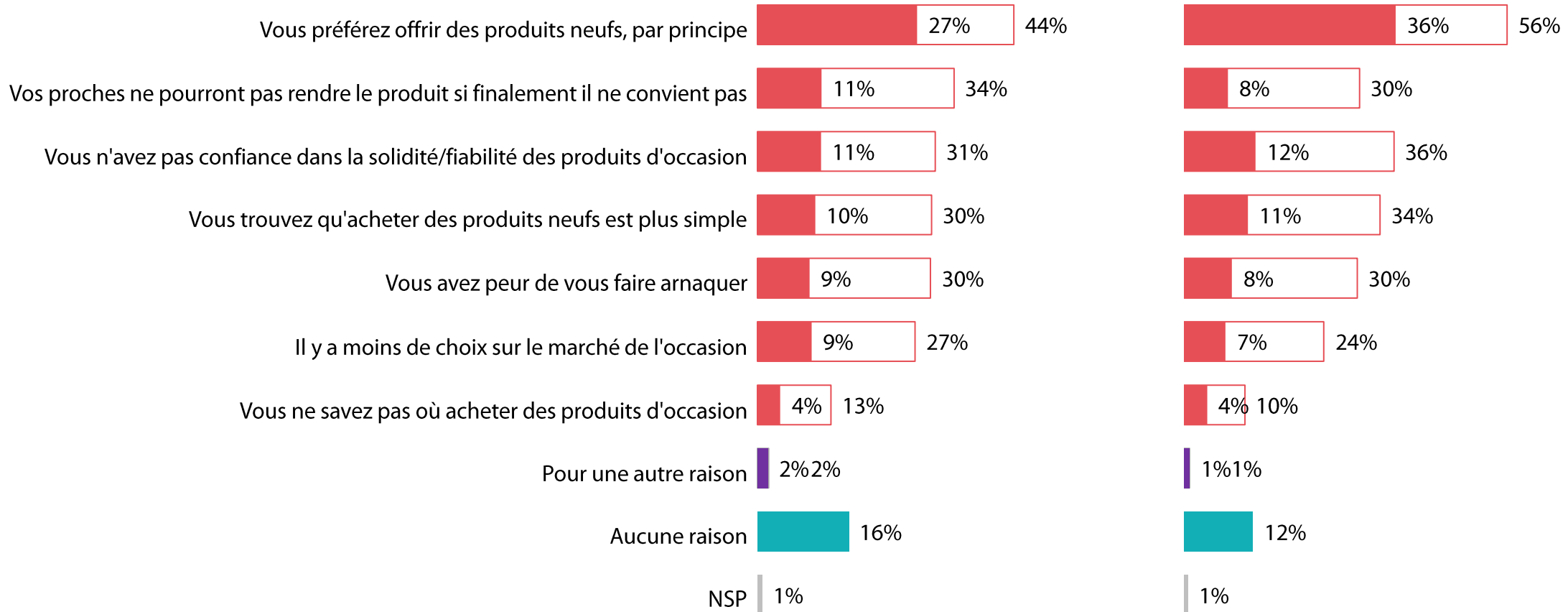
Q. Pour quelles raisons avant tout n’avez-vous jamais offert des produits/biens d’occasion à vos proches ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

● En premier ○ Au total

Ensemble  
1020 personnes

Après de ceux qui n’ont jamais offert  
un bien d’occasion à des proches  
344 personnes



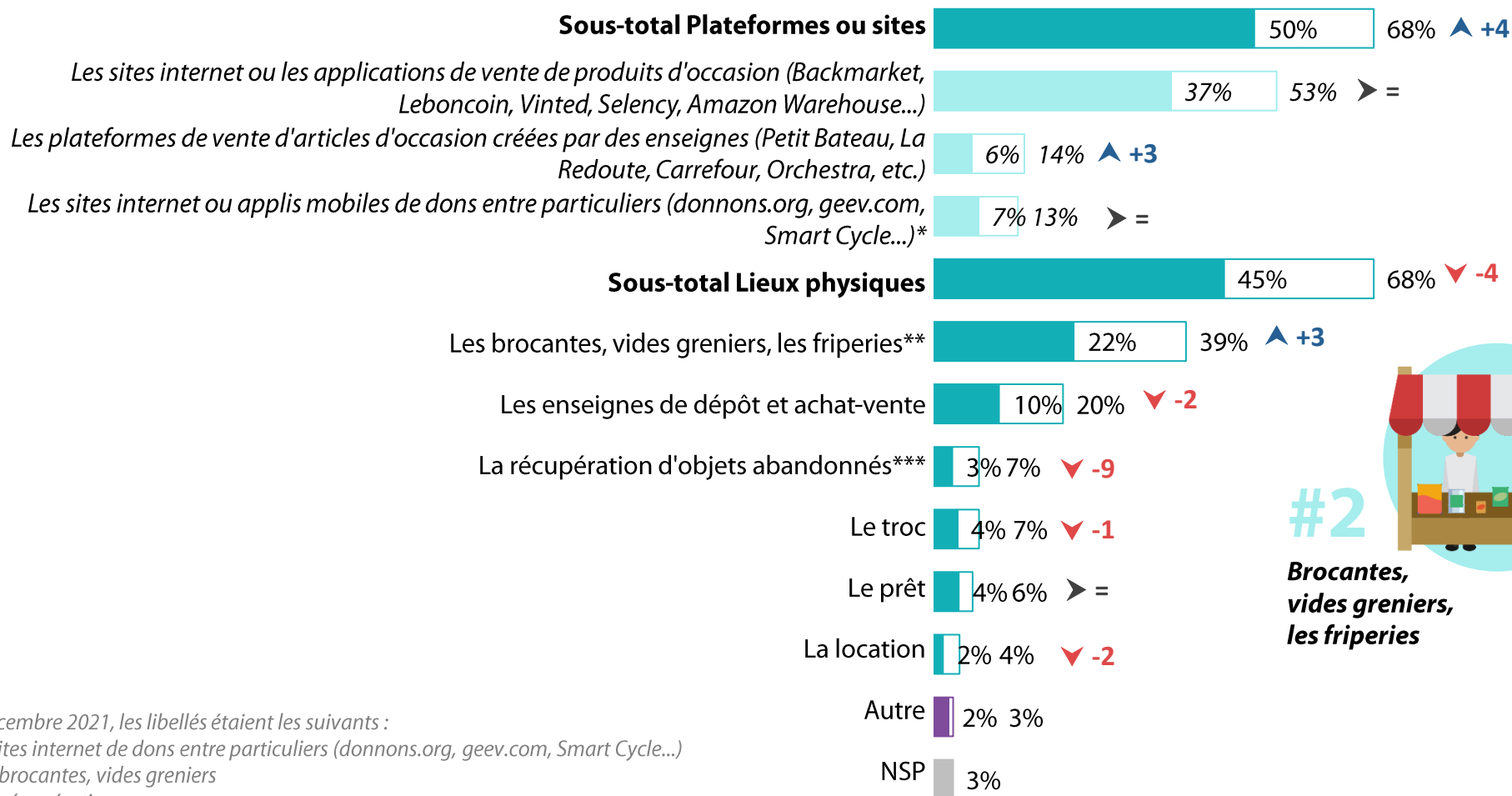


# Les canaux d'achat de biens d'occasion

Q. Lorsque vous souhaitez acquérir un produit/bien d'occasion quel moyen privilégiez-vous ?

Deux réponses possibles, total supérieur à 100%

En premier  Au total



**#1**  
Sites / applications de vente de produits d'occasion

**#2**  
Brocantes, vides greniers, les friperies

**#3**  
Enseignes de dépôt et achat-vente

En décembre 2021, les libellés étaient les suivants :

\*Les sites internet de dons entre particuliers (donnons.org, geev.com, Smart Cycle...)

\*\*Les brocantes, vides greniers

\*\*\*La récupération

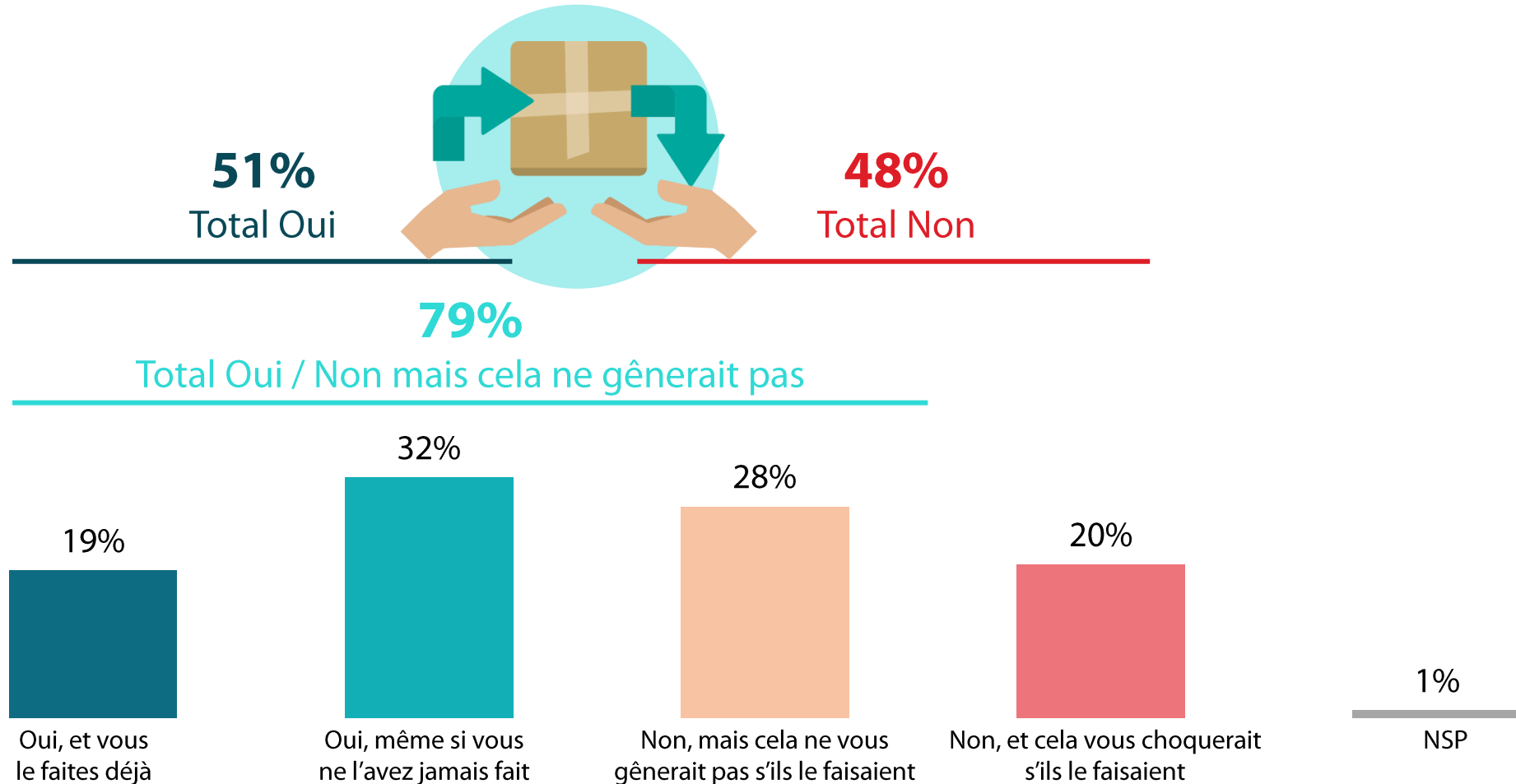


# La demande à ses proches de se faire offrir des biens d'occasion



1020 personnes

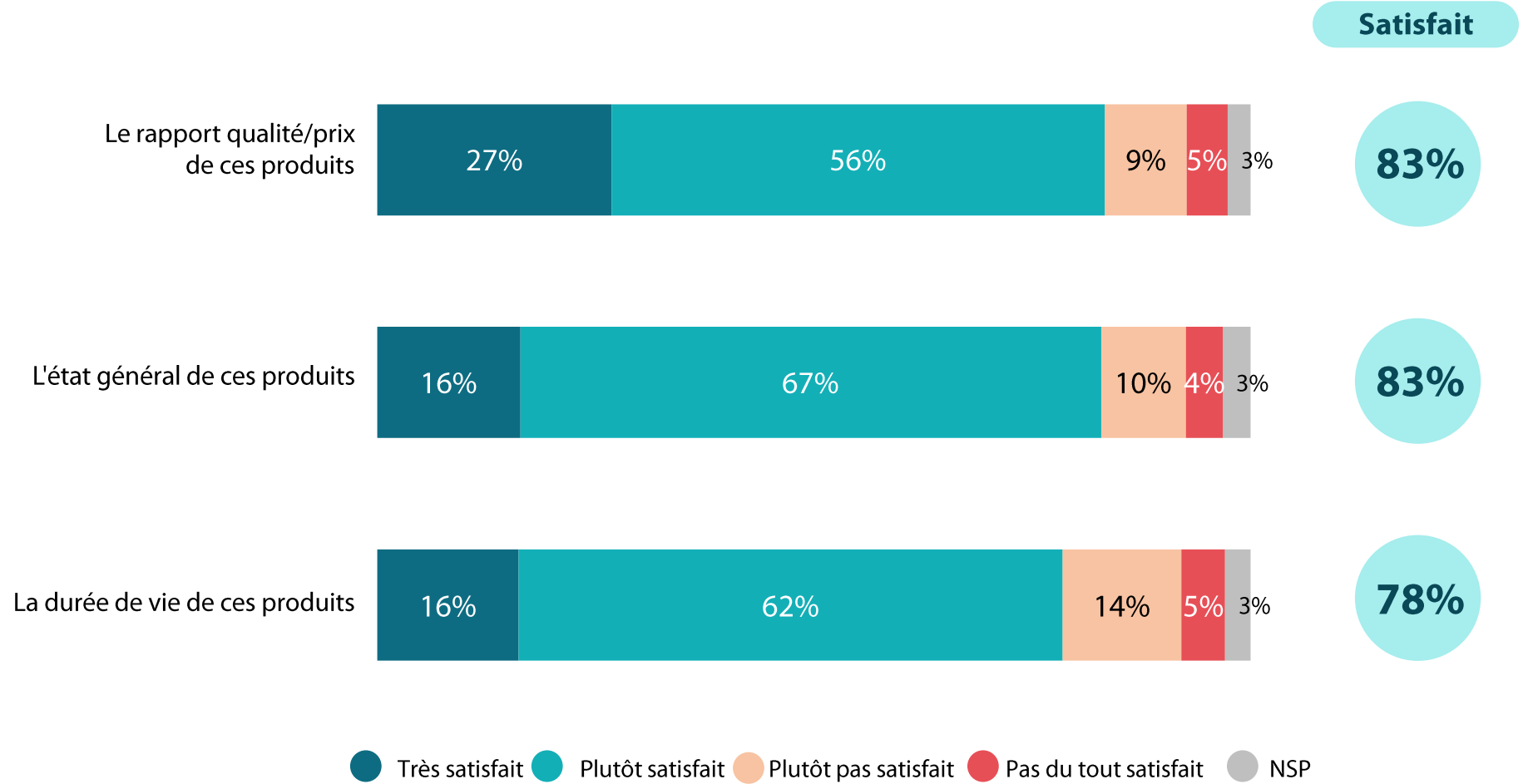
Q. Et seriez-vous prêt à demander à vos proches de vous offrir des produits/biens de seconde main en cadeau pour une occasion importante (votre anniversaire, une naissance, une crémaillère, etc.) ?



# “ La satisfaction à l'égard de ses achats de produits d'occasion

1020 personnes

Q. Concernant les produits que vous achetez d'occasion, diriez-vous que généralement vous êtes satisfait ou pas satisfait des éléments suivants ?



# 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](http://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**

Directrice conseil  
Pôle Opinion

[equarre@opinion-way.com](mailto:equarre@opinion-way.com)

### **Jessie Marius**

Cheffe de projet  
Pôle Opinion

[jmarius@opinion-way.com](mailto:jmarius@opinion-way.com)