



Le marché de l'occasion : Les Français sont-ils prêts à oublier le neuf ?

Les Français et leur budget dédié aux produits d'occasion

Décembre 2021

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



Sofinscope
LE BAROMÈTRE DE LA CONSO ET DU QUOTIDIEN
PAR SOFINCO

Eléonore Quarré
Directrice d'études
equarre@opinion-way.com

Jessie Marius
Cheffe de projet
jmarius@opinion-way.com

“ LA MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie



Echantillon de **1022 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 **les 24 et 25 novembre 2021**.

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 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 des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE.



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



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



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	26%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	Catégories populaires	30%
	Employés	17%
	Ouvriers	13%
	Inactifs	43%
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	24%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	16%

“ LES RÉSULTATS

“opinionway



Les expériences avec le marché de l'occasion

En amont du questionnaire, les définitions suivantes ont été présentées aux répondants

Les produits/biens d'occasion ou reconditionnés dont nous parlerons dans les questions qui suivent sont par exemple : des livres, des jeux vidéo, du mobilier, de l'électroménager, du high-tech, des outils ou équipements de bricolage/jardinage, des vêtements/accessoires (adultes ou enfants), de la décoration... Les biens immobiliers ne sont pas concernés par ces questions.

Les produits/biens d'occasion

Un produit d'occasion est un produit de seconde main qui n'a pas fait l'objet de contrôles et tests

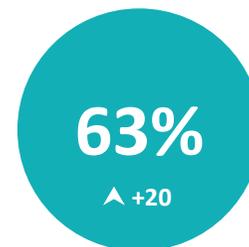
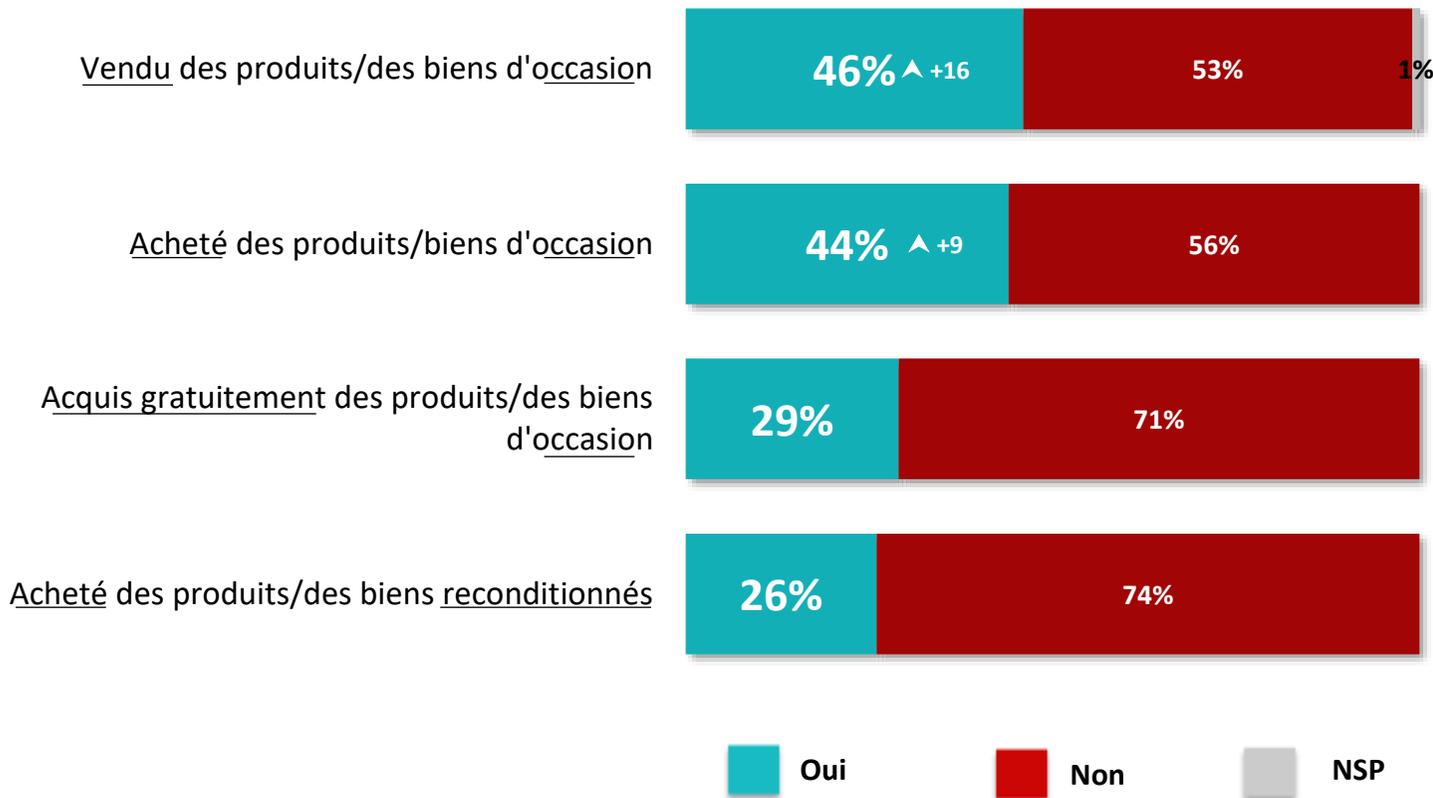
Les produits/biens reconditionnés

Un produit reconditionné est remis en vente après avoir été nettoyé et réparé par un professionnel. Il est en parfait état de marche mais peut présenter des défauts esthétiques



Les expériences avec le marché de l'occasion

Q. Au cours de cette dernière année avez-vous... ?



Ont acheté ou vendu des produits/biens d'occasion



Ont acheté des produits/biens d'occasion ou reconditionnés

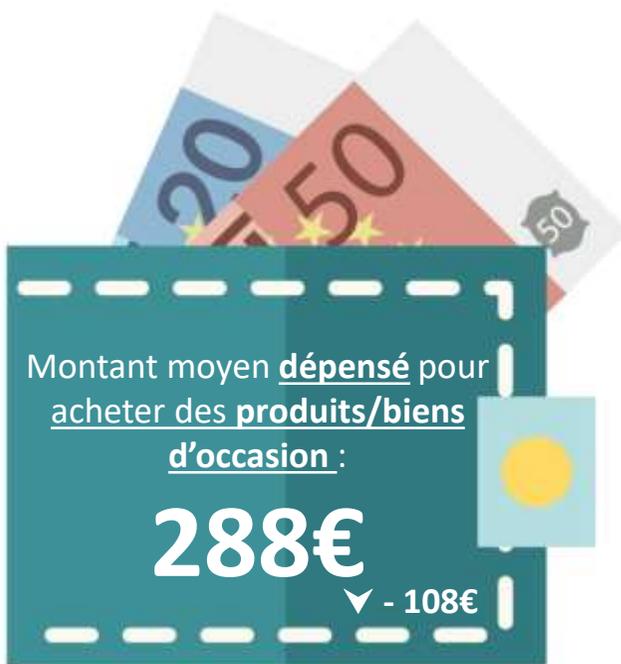
▲ ▼ : évolutions 2021-2013



Les montants dépensés sur le marché de l'occasion

Q. Et sur cette dernière année, approximativement, combien avez-vous dépensé/gagné... ?

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



Item posé à ceux qui ont acheté des produits/biens d'occasion : 451 personnes



Item posé à ceux qui ont acheté des produits/biens reconditionnés : 260 personnes



Item posé à ceux qui ont acheté des produits/biens reconditionnés : 475 personnes

Montant moyen dépensé pour des produits/biens d'occasion ou reconditionnés : **349€**

▼ - 47€*

▲ ▼ : évolutions 2021-2013

*Compte tenu de l'essor récent du marché des produits reconditionnés, postérieure à 2013, l'évolution est également présentée sur le cumul « produits/biens d'occasion ou reconditionnés ».



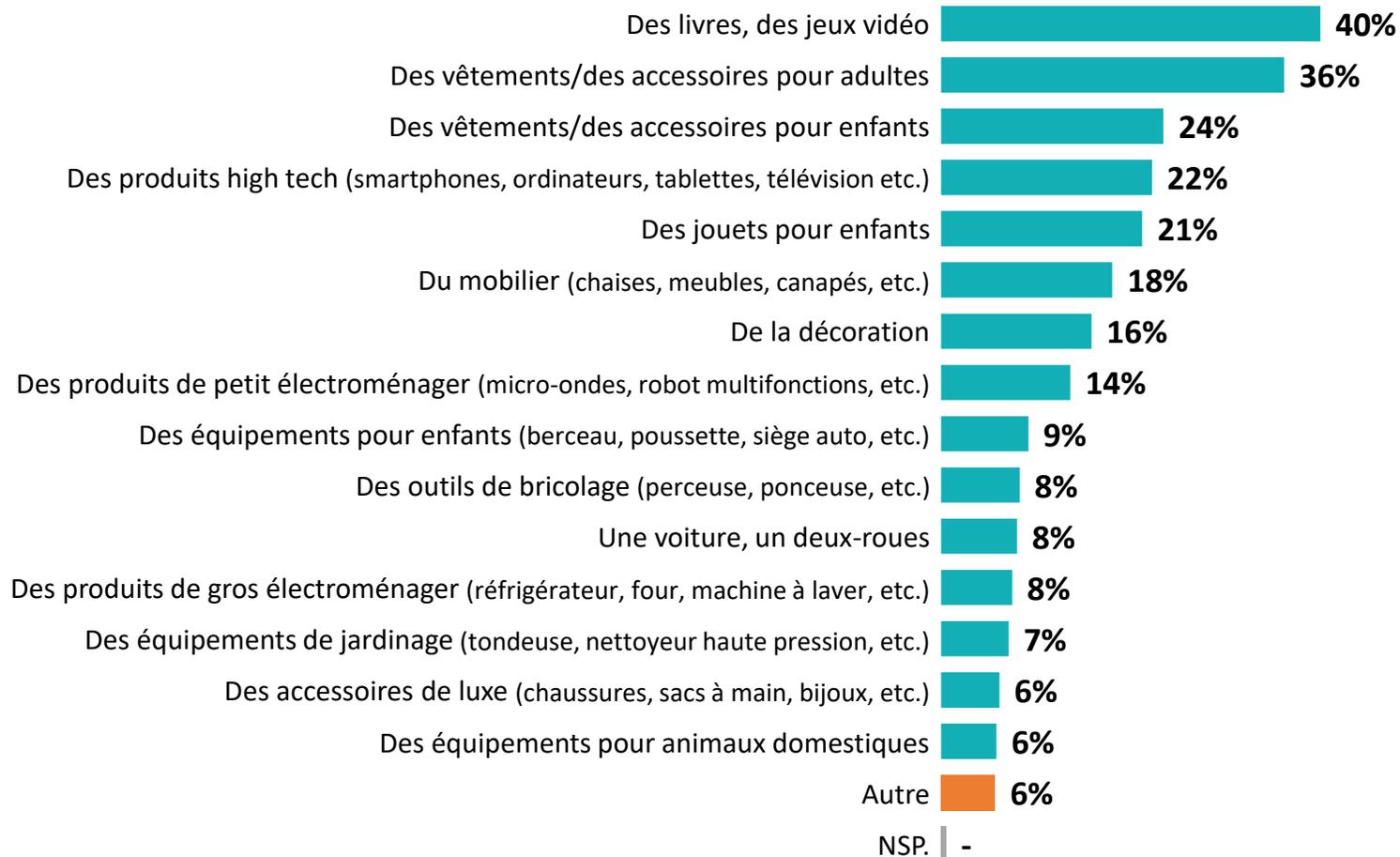
Les types de biens achetés ou vendus sur le marché de l'occasion



Q. Quels types de biens/de produits d'occasion ou reconditionnés avez-vous acheté ou vendu cette année ?

Question posée uniquement à ceux qui ont acheté et/ou vendu des produits/biens d'occasion ou reconditionnés cette dernière année, soit 63% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%





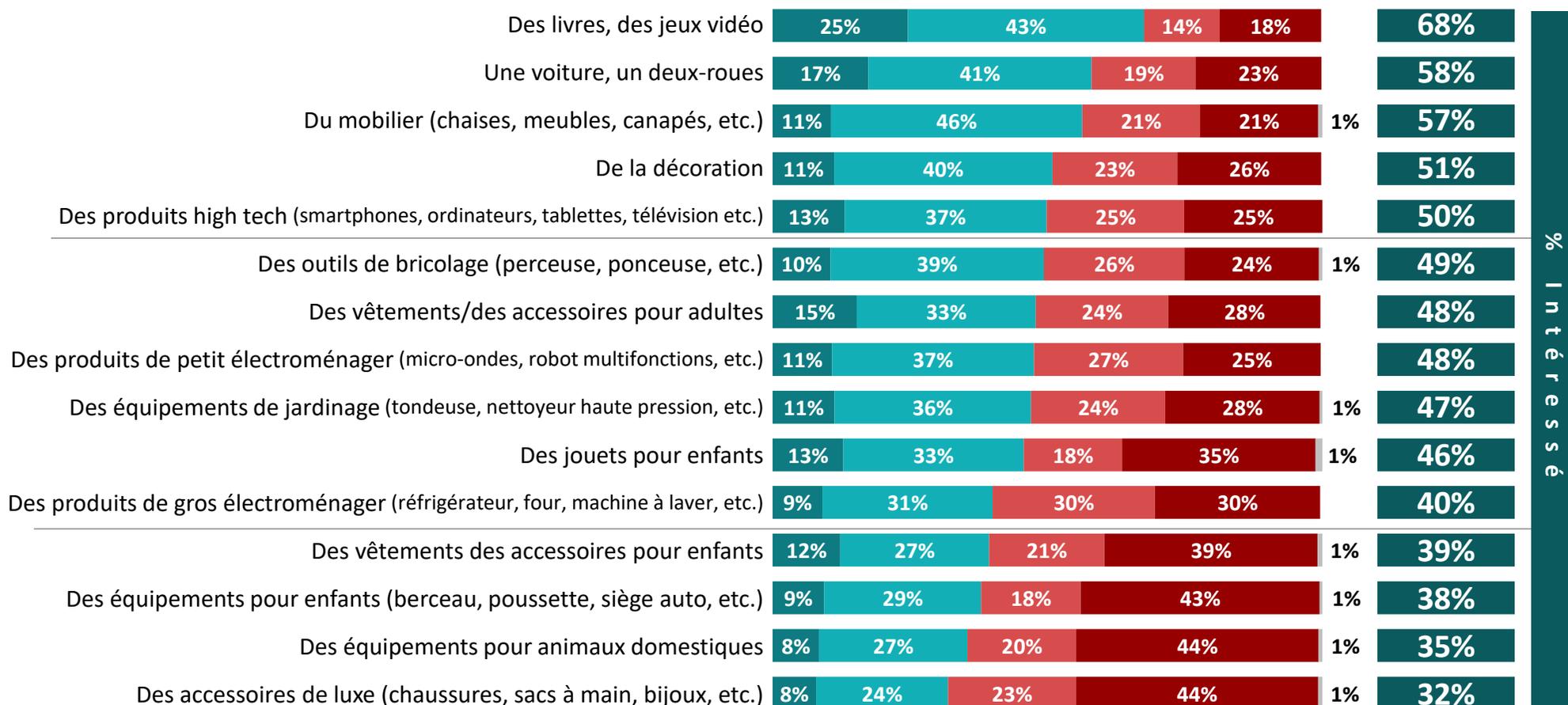
L'intérêt pour l'achat de différents produits d'occasion/reconditionnés

Q. Pour chacun des biens ou produits suivants, seriez-vous intéressé ou pas intéressé par la possibilité de les acheter d'occasion/reconditionnés plutôt que neufs ?



1022

personnes



Très intéressé
 Plutôt intéressé
 Plutôt pas intéressé
 Pas du tout intéressé
 NSP



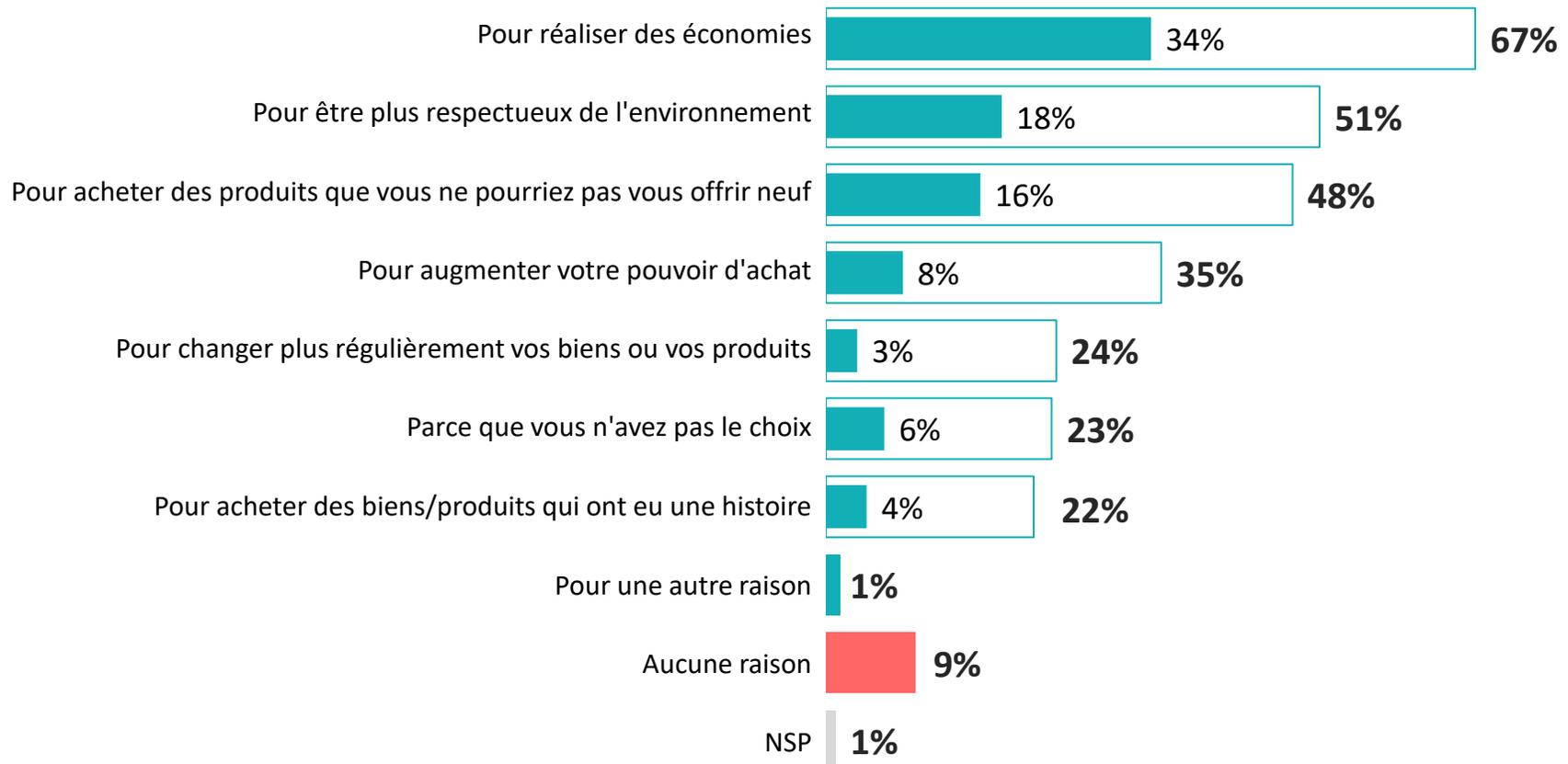
Les raisons d'acheter des biens/produits d'occasion



Q. Pour quelles raisons avant tout seriez-vous intéressé par l'achat de biens/de produits d'occasion... ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

En premier Au total





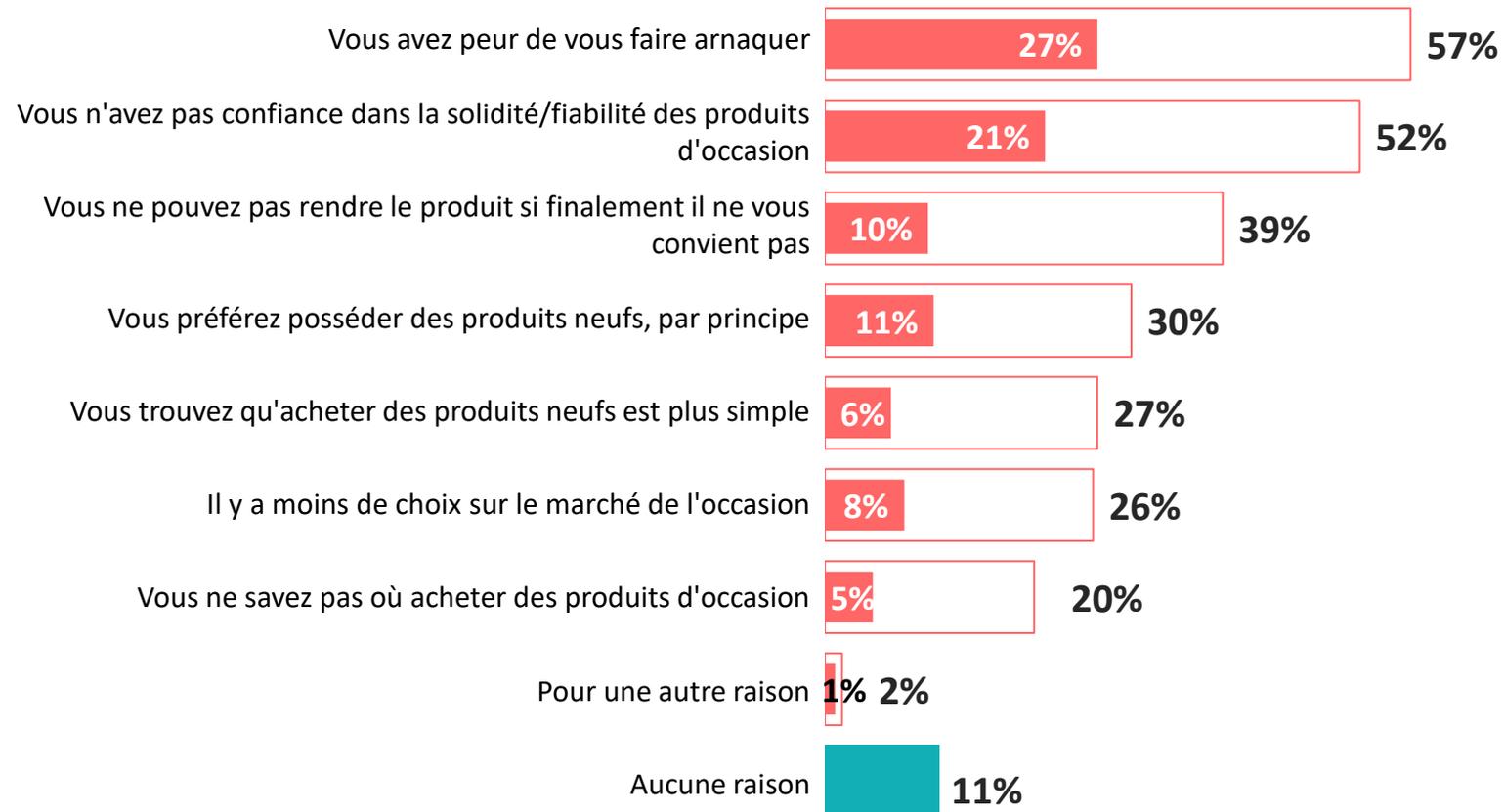
Les raisons de ne pas être intéressé par l'achat de biens/produits d'occasion



Q. Pour quelles raisons avant tout ne seriez-vous pas intéressé par l'achat de biens/de produits d'occasion ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

En premier Au total





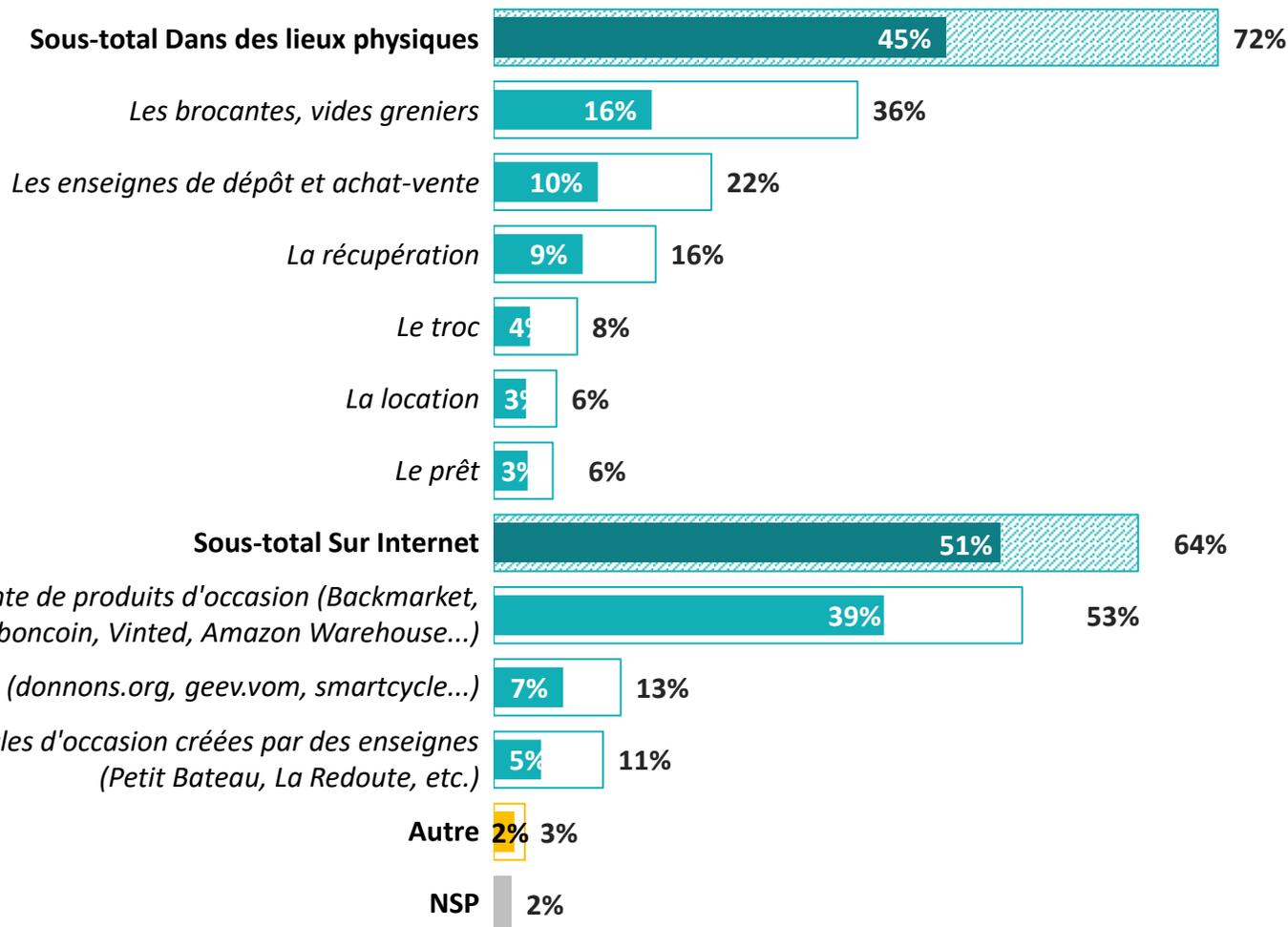
Les moyens privilégiés pour acquérir un bien d'occasion



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

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

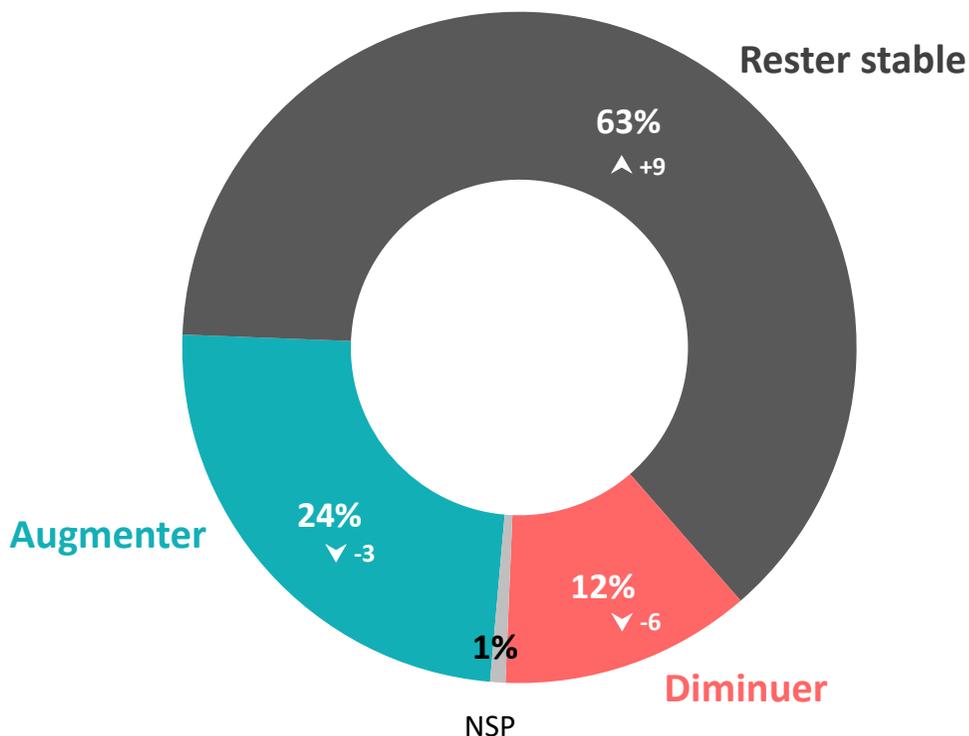
En premier Au total





L'évolution anticipée de sa consommation de produits d'occasion

Q. Au final, vous diriez que pour l'année à venir votre consommation de produits/de biens d'occasion va... ?

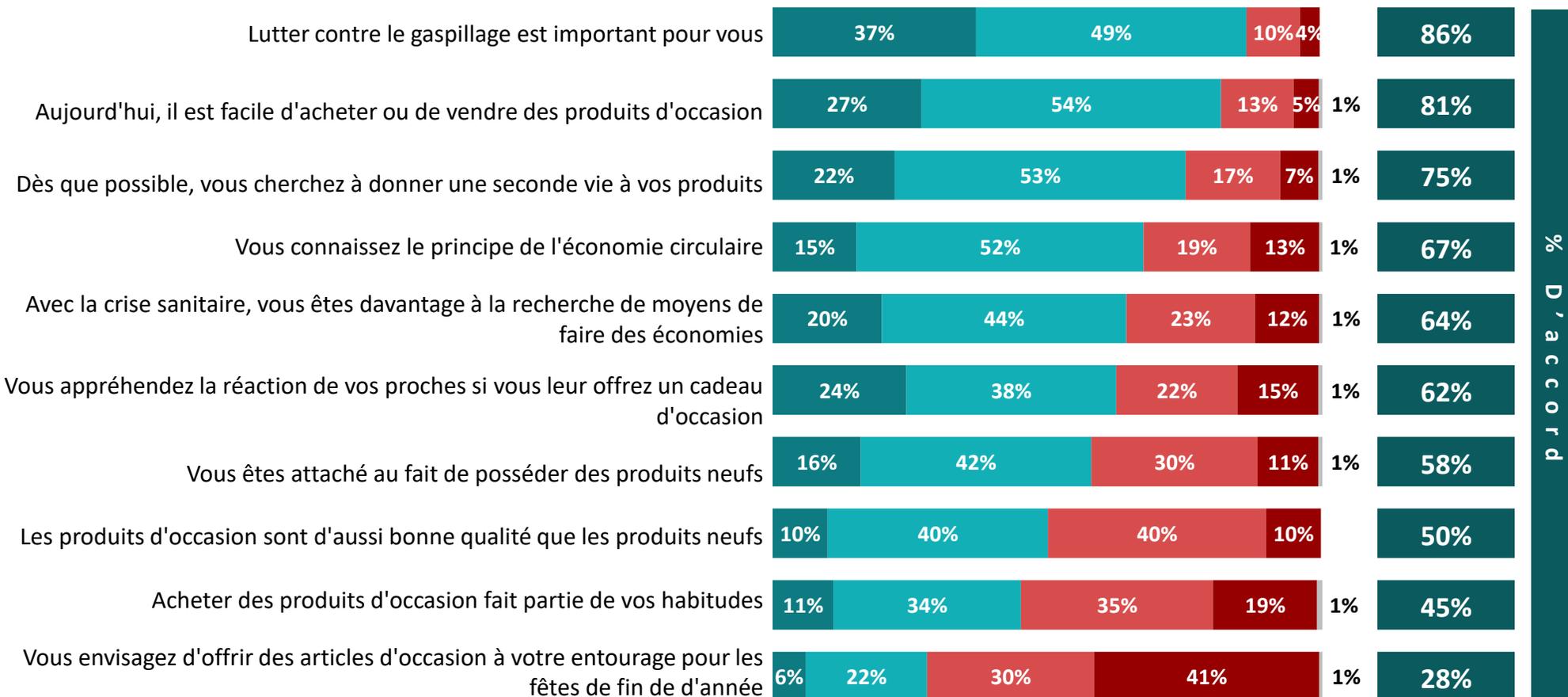


▲ ▼ : évolutions 2021-2013



Les opinions relatives à l'achat de produits d'occasion

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



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

% D'accord



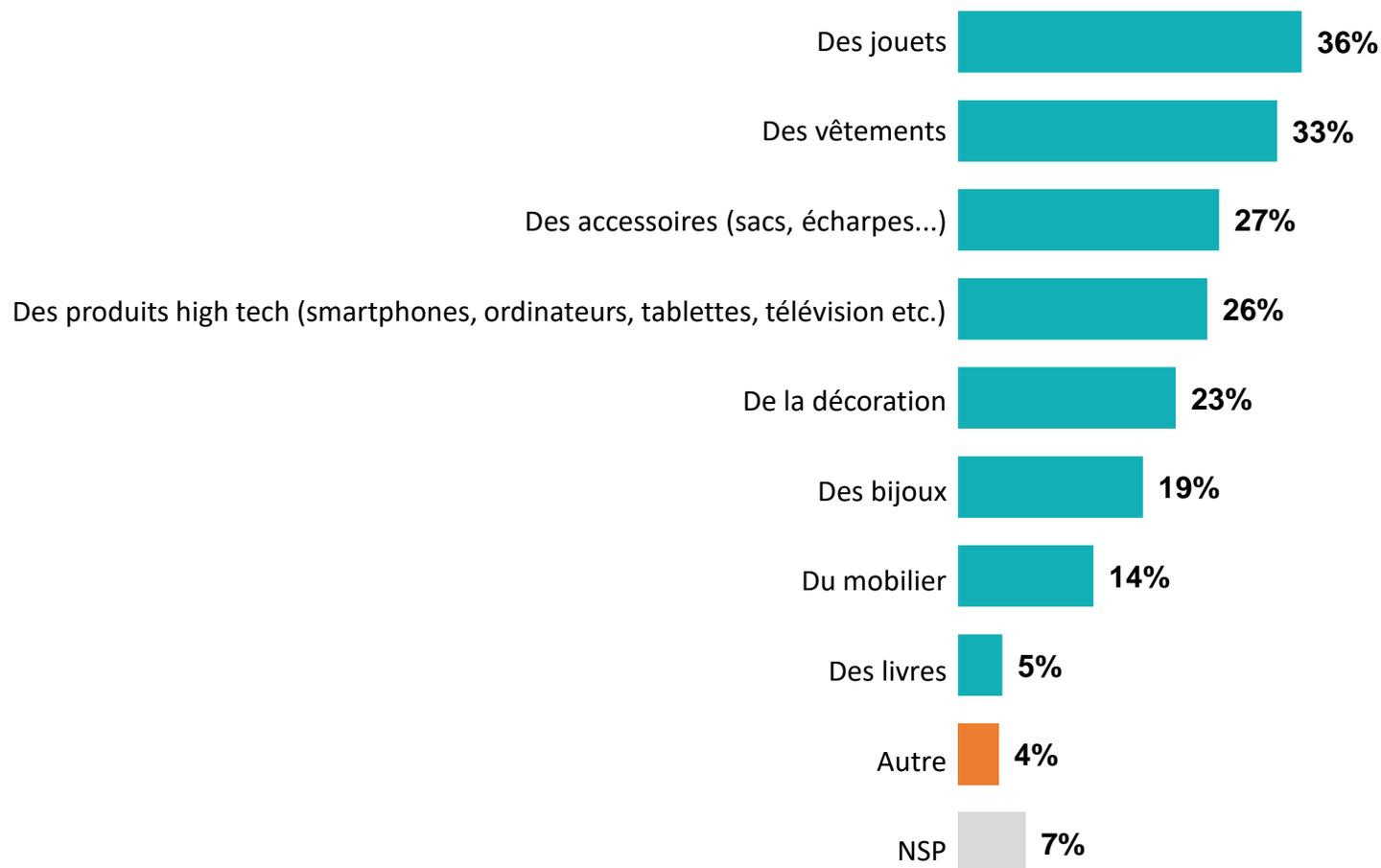
Les types de produits d'occasion offerts à Noël



Q. Quels produits d'occasion envisagez-vous d'offrir à Noël ?

Question posée uniquement à ceux qui envisagent d'offrir un cadeau d'occasion pour les fêtes de fin d'année, soit 28% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



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.

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN



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!](#)**