

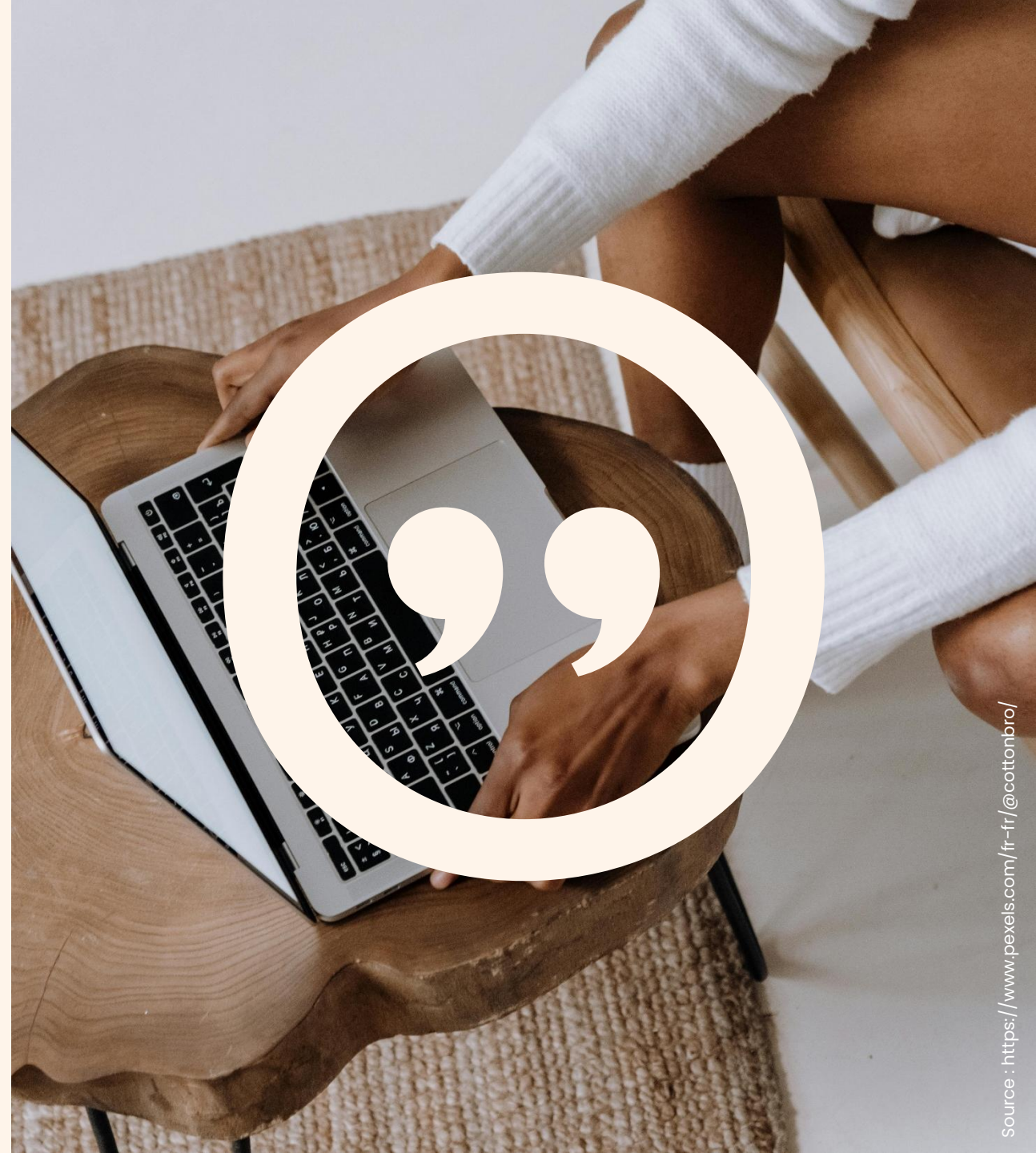
opinionway,

— POUR —

leboncoin

Les Français et la protection contre les pannes des produits *électroniques* *et électroménagers* *d'occasion*

Rapport d'étude | Octobre 2025





opinionway

Crédits : dev-asongbam

La méthodologie

La méthodologie

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

« Sondage OpinionWay pour Leboncoin »

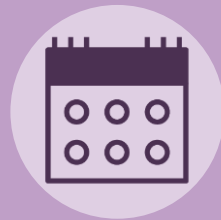
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Echantillon de **1040 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 1^{er} au 2 octobre 2025**.

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.



Le profil de l'échantillon

opinionway

Crédits : adobe stock

Le profil de l'échantillon

Population française
âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE

 Sexe	%
Hommes	48%
Femmes	52%
 Age	%
18 à 24 ans	10%
25 à 34 ans	15%
35 à 49 ans	24%
50 à 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	%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
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

opinionway

Crédits : adobe stock

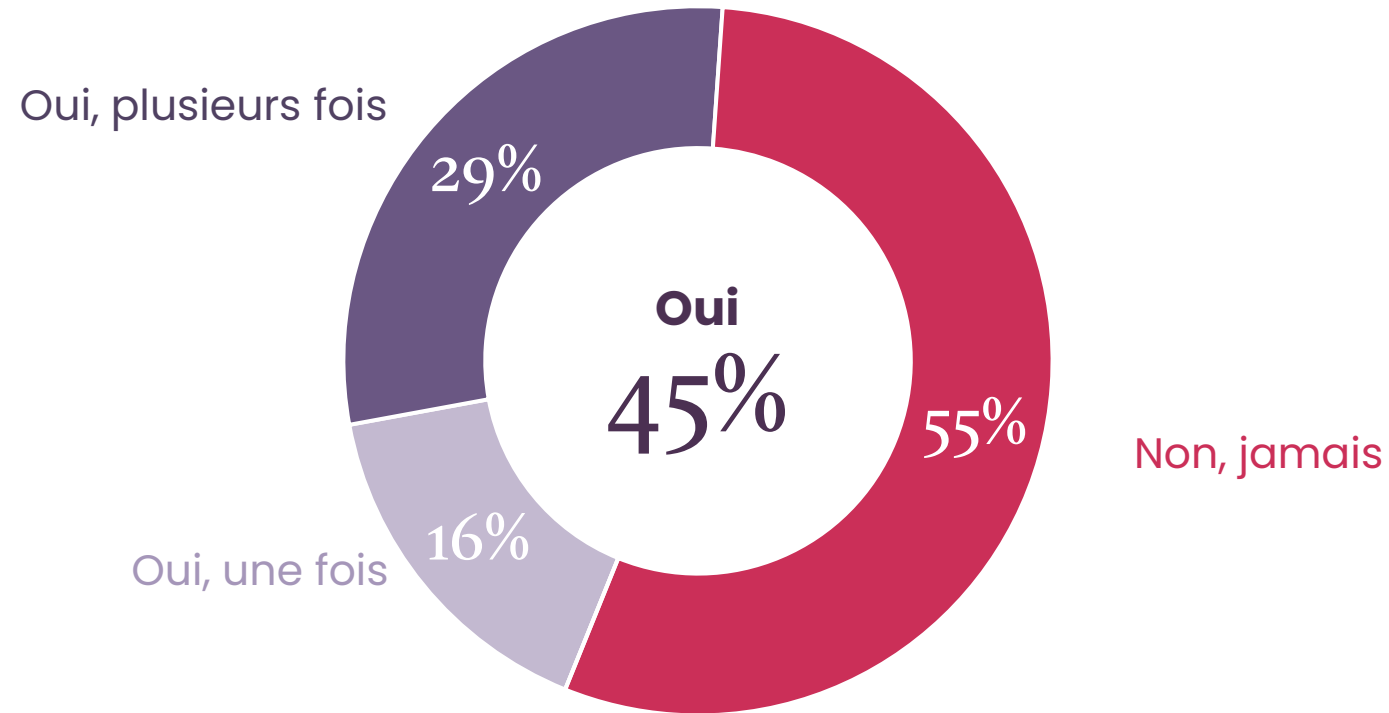


Le renoncement à l'achat de produits électroniques ou électroménagers d'occasion par crainte d'une panne



1040
personnes

Q. Avez-vous déjà renoncé à acheter un produit électronique/électroménager d'occasion par peur qu'il tombe en panne ?





Le renoncement à l'achat de produits électroniques ou électroménagers d'occasion par crainte d'une panne

Q. Avez-vous déjà renoncé à acheter un produit électronique/électroménager d'occasion par peur qu'il tombe en panne ?



1040
personnes

	% Total	SEXE		AGE					STATUT			REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000€	De 2 000 à 3 499€	3 500€ et plus
Sous-total Oui	45%	43%	46%	63%	65%	47%	41%	27%	48%	53%	37%	51%	48%	34%
Oui, plusieurs fois	29%	28%	29%	45%	29%	30%	30%	19%	28%	32%	27%	32%	29%	23%
Oui, une fois	16%	15%	17%	18%	36%	17%	11%	8%	20%	21%	10%	19%	19%	11%
Non, jamais	55%	57%	54%	37%	35%	53%	59%	72%	52%	47%	63%	49%	52%	66%

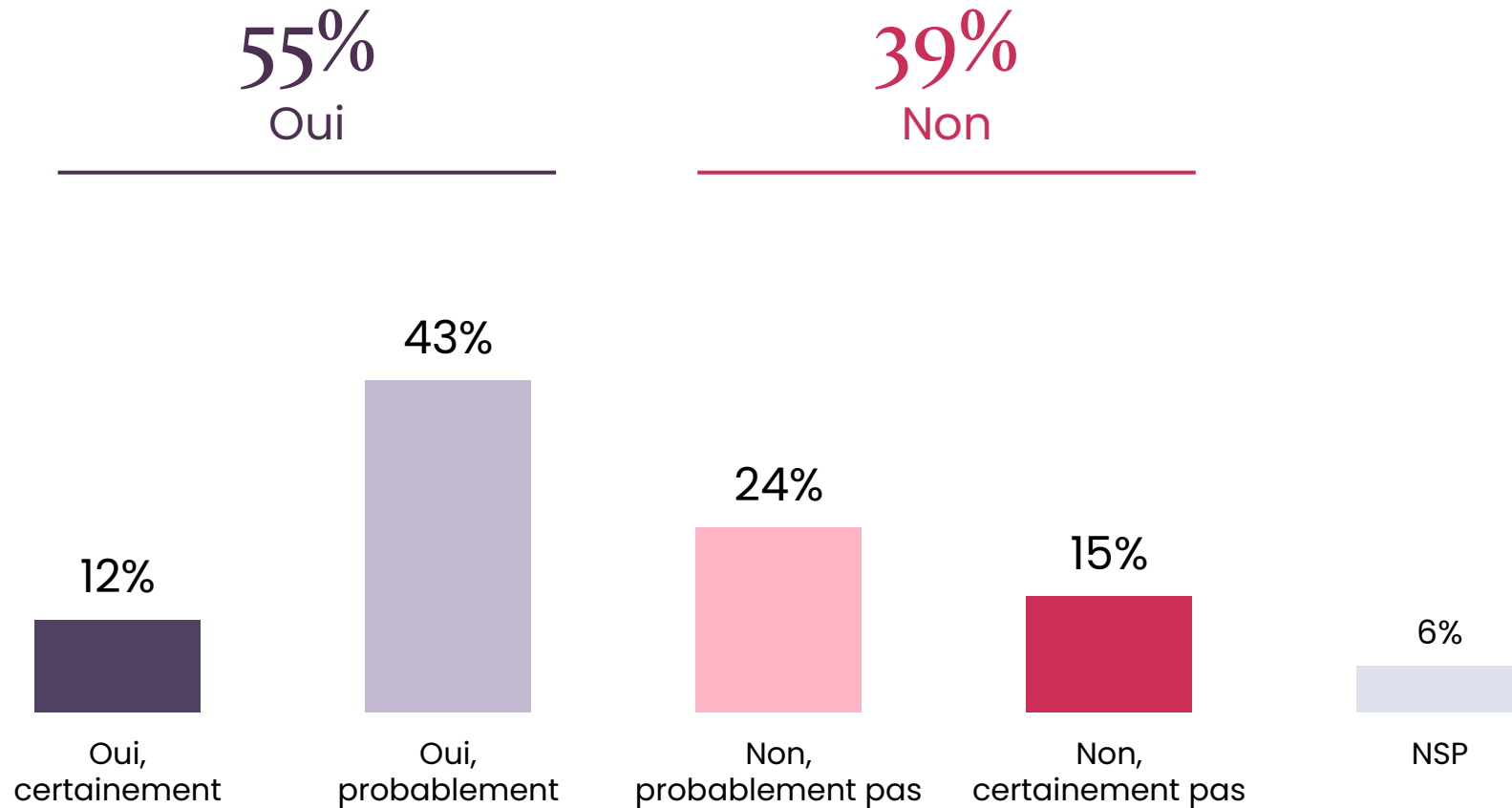


L'incitation à l'achat d'une garantie de protection contre les pannes des produits électroniques ou électroménagers

Q. Diriez-vous qu'une option de protection contre les pannes vous inciterait davantage à acheter un produit électronique/électroménager d'occasion ?



1040
personnes





L'incitation à l'achat d'une garantie de protection contre les pannes des produits électroniques ou électroménagers

Q. Diriez-vous qu'une option de protection contre les pannes vous inciterait davantage à acheter un produit électronique/électroménager d'occasion ?



1040
personnes

	% Total	SEXE		AGE					STATUT			REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000€	De 2 000 à 3 499€	3 500€ et plus
Sous-total Oui	55%	57%	54%	60%	68%	56%	52%	50%	60%	54%	53%	58%	56%	55%
Oui, certainement	12%	12%	12%	21%	14%	13%	11%	8%	14%	10%	12%	13%	12%	10%
Oui, probablement	43%	45%	42%	39%	54%	43%	41%	42%	46%	44%	41%	45%	44%	45%
Sous-total Non	39%	37%	40%	30%	27%	37%	44%	45%	34%	42%	40%	35%	37%	42%
Non, probablement pas	24%	24%	23%	16%	19%	21%	27%	29%	20%	25%	25%	18%	26%	25%
Non, certainement pas	15%	13%	17%	14%	8%	16%	17%	16%	14%	17%	15%	17%	11%	17%



La perception de l'importance d'une protection contre les pannes pour l'achat de produits d'occasion

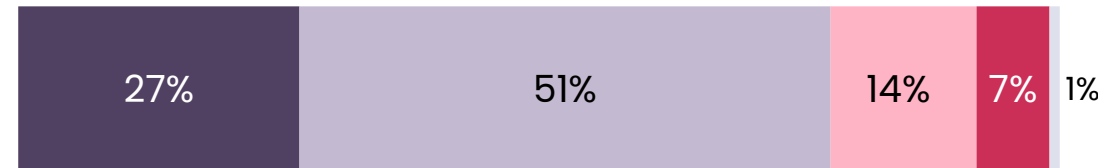
Q. Et diriez-vous que... ?



1040 personnes

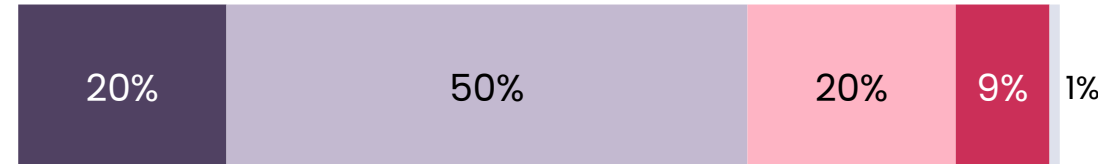
Oui

Une protection contre les pannes des produits électroniques/électroménagers d'occasion est essentielle pour encourager une consommation plus responsable



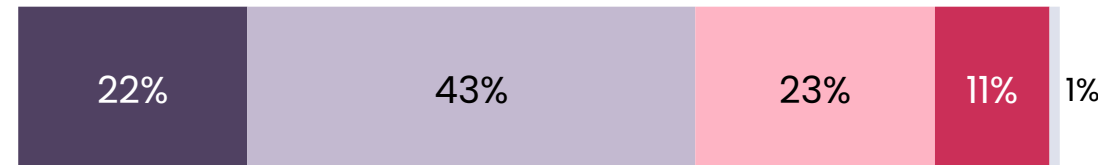
78%

La possibilité de bénéficier d'une protection contre les pannes rendrait l'achat de produits électroniques/électroménagers d'occasion aussi sûr que l'achat de produits neufs



70%

L'absence de protection contre les pannes vous dissuade d'acheter des produits électroniques/électroménagers d'occasion, même si c'est plus économique



65%

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



La perception de l'importance d'une protection contre les pannes pour l'achat de produits d'occasion

Q. Et diriez-vous que... ?



1040
personnes

	% Oui	SEXE		AGE					STATUT			REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000€	De 2 000 à 3 499€	3 500€ et plus
Une protection contre les pannes des produits électroniques/électroménagers d'occasion est essentielle pour encourager une consommation plus responsable	78%	76%	80%	76%	83%	76%	74%	81%	76%	75%	81%	75%	80%	78%
La possibilité de bénéficier d'une protection contre les pannes rendrait l'achat de produits électroniques/électroménagers d'occasion aussi sûr que l'achat de produits neufs	70%	68%	71%	73%	73%	72%	65%	69%	72%	68%	69%	67%	72%	70%
L'absence de protection contre les pannes vous dissuade d'acheter des produits électroniques/électroménagers d'occasion, même si c'est plus économique	65%	63%	67%	63%	69%	69%	62%	63%	64%	65%	66%	65%	66%	64%



La confiance vis-à-vis de différents types de produits électroniques/électroménagers



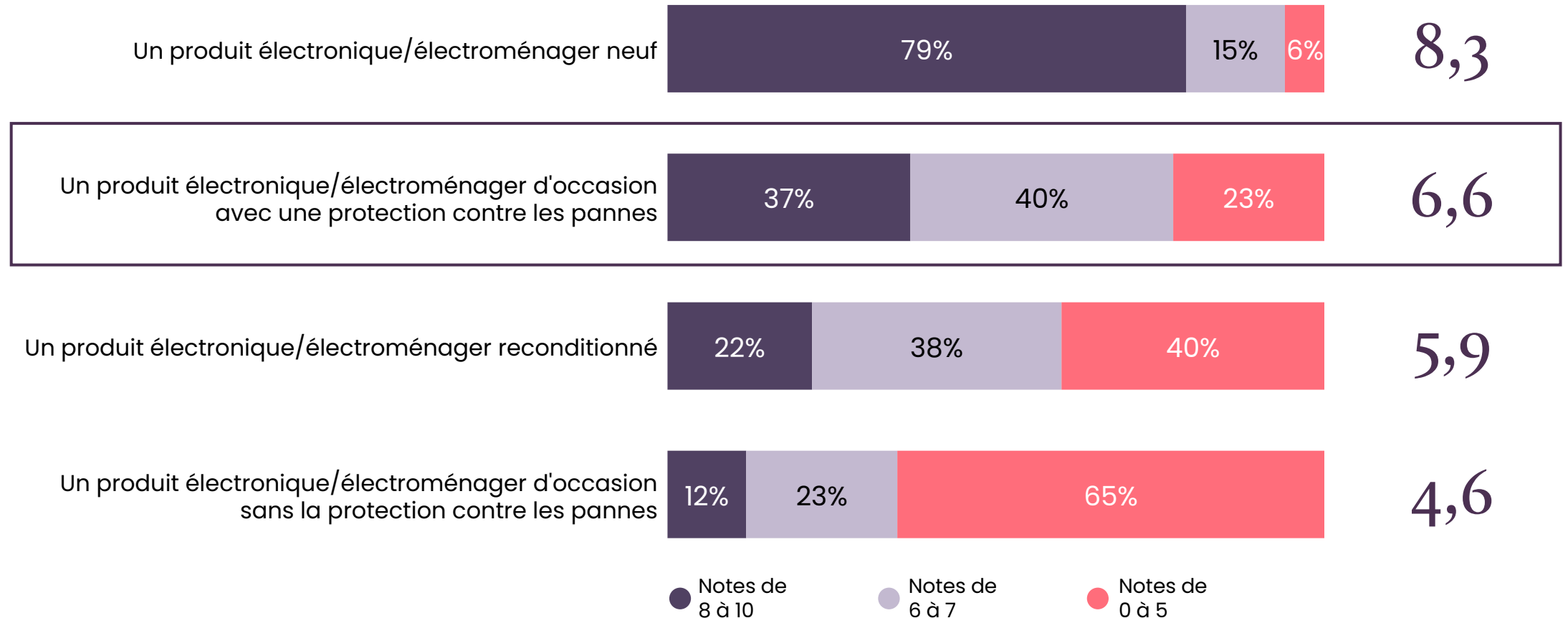
1040
personnes

Q. Sur une échelle de 0 à 10, quel serait votre niveau de confiance dans chacun des types de produits électroniques/électroménagers suivants ?

0 signifiant que vous n'avez pas du tout confiance, 10 signifiant que vous avez tout à fait confiance.

Les notes intermédiaires permettent de nuancer votre jugement.

Moyenne





La confiance vis-à-vis de différents types de produits électroniques/électroménagers



1040
personnes

Q. Sur une échelle de 0 à 10, quel serait votre niveau de confiance dans chacun des types de produits électroniques/électroménagers suivants ?

0 signifiant que vous n'avez pas du tout confiance, 10 signifiant que vous avez tout à fait confiance.

Les notes intermédiaires permettent de nuancer votre jugement.

	% Notes de 8 à 10	SEXE		AGE					STATUT			REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000€	De 2 000 à 3 499€	3 500€ et plus
Un produit électronique/électroménager neuf	79%	79%	78%	70%	61%	80%	80%	88%	78%	72%	84%	71%	82%	84%
Un produit électronique/électroménager d'occasion avec une protection contre les pannes	37%	36%	37%	45%	34%	33%	37%	38%	36%	32%	40%	35%	35%	40%
Un produit électronique/électroménager reconditionné	22%	22%	22%	26%	23%	19%	19%	26%	23%	22%	22%	24%	22%	22%
Un produit électronique/électroménager d'occasion sans la protection contre les pannes	12%	12%	12%	13%	26%	10%	9%	6%	16%	12%	8%	16%	11%	8%



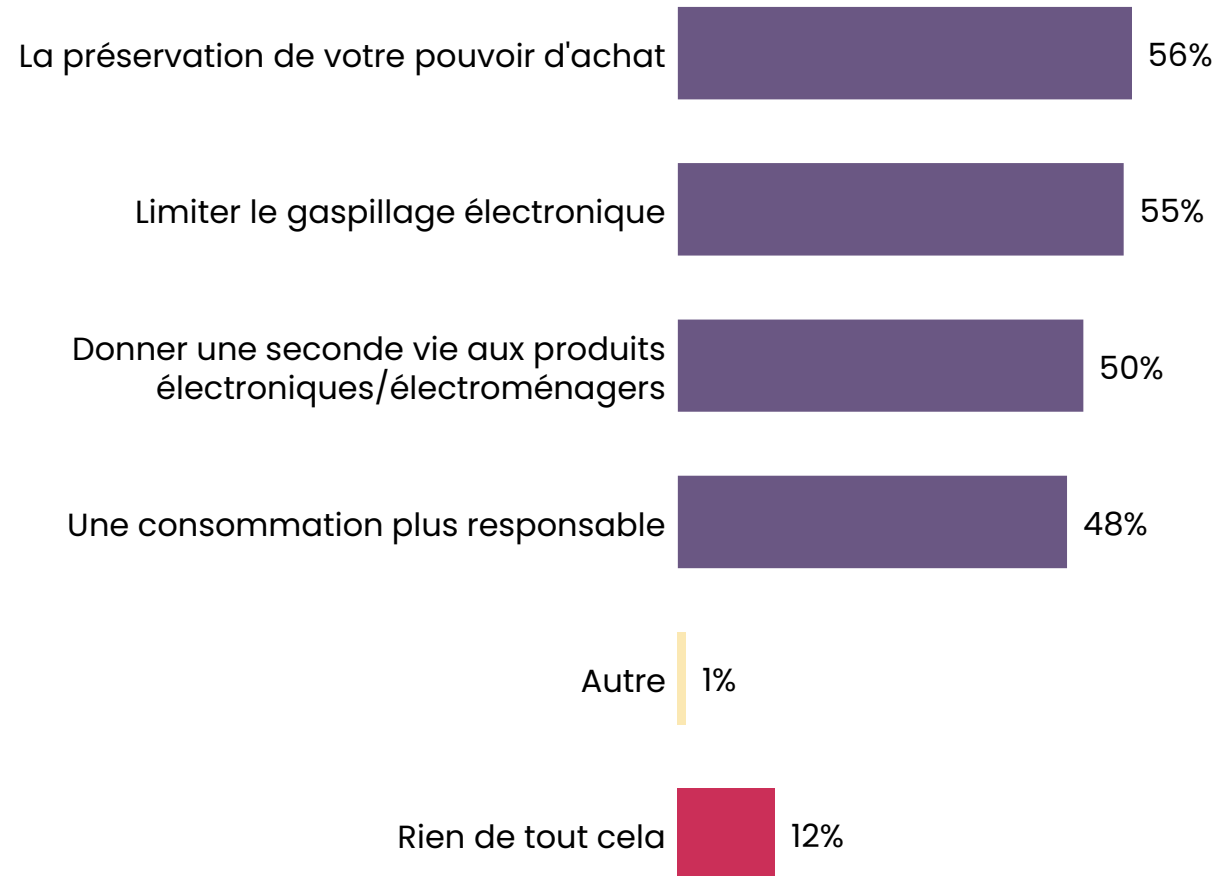
Les raisons de privilégier l'achat d'un produit électronique/électroménager d'occasion

Q. Si une protection contre les pannes était systématiquement incluse, quelles seraient les raisons qui vous inciteraient à choisir un produit électronique/électroménager d'occasion plutôt que neuf ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



1040
personnes



88%

Cite au moins
une raison



Les raisons de privilégier l'achat d'un produit électronique/électroménager d'occasion



1040
personnes

Q. Si une protection contre les pannes était systématiquement incluse, quelles seraient les raisons qui vous inciteraient à choisir un produit électronique/électroménager d'occasion plutôt que neuf ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXE		AGE					STATUT			REVENUS MENSUELS NETS DU FOYER		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 2000€	De 2 000 à 3 499€	3 500€ et plus
Au moins une raison	88%	88%	88%	94%	97%	90%	83%	84%	92%	90%	84%	88%	91%	86%
La préservation de votre pouvoir d'achat	56%	57%	55%	50%	61%	63%	56%	49%	57%	58%	54%	55%	58%	55%
Limitier le gaspillage électronique	55%	55%	55%	64%	48%	59%	55%	52%	56%	55%	55%	51%	59%	52%
Donner une seconde vie aux produits électroniques/électroménagers	50%	45%	53%	60%	52%	47%	49%	48%	51%	50%	49%	48%	54%	45%
Une consommation plus responsable	48%	45%	52%	48%	63%	49%	43%	45%	58%	42%	46%	42%	52%	50%
Autre	1%	1%	1%	1%	–	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Rien de tout cela	12%	12%	12%	4%	3%	10%	17%	16%	8%	10%	15%	12%	9%	13%

opinionway'

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

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.

Enable today, shape tomorrow

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* !



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

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion

Tel: 01 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com

ESOMAR²⁵
Corporate

