

opinionway,

— POUR —

« Back
Market

Les Français *et l'obsolescence esthétique*

Rapport d'étude | Mai 2026





opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

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

« Sondage OpinionWay pour Back Market »

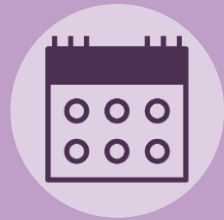
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1 001 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 13 au 15 mai 2026**. 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 1 000 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	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 %

Catégories socioprofessionnelles supérieures 31%

Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	5%
Professions libérales / Cadres	11%
Professions intermédiaires	15%

Catégories populaires 28%

Employés	16%
Ouvriers	12%

Inactifs 41%

Retraités	28%
Autres inactifs	13%

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



Les défauts esthétiques comme frein à l'achat



1001 personnes

Q. Pour chacun des produits suivants, diriez-vous que les défauts esthétiques constituent pour vous un frein à l'achat ou non ?

Oui

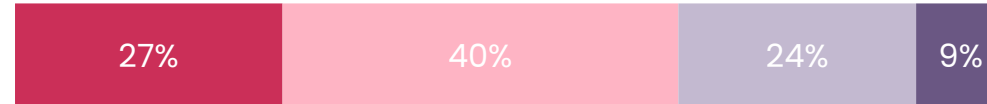
Des vêtements d'occasion
(petites tâches, un peu usés)



77%

Des appareils tech

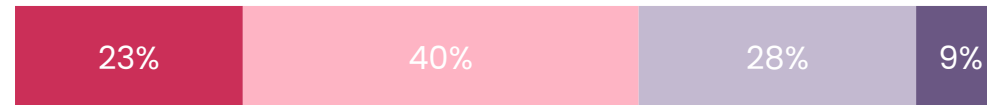
(écran avec micro-rayures, coque avec rayures ou petits impacts)



67%

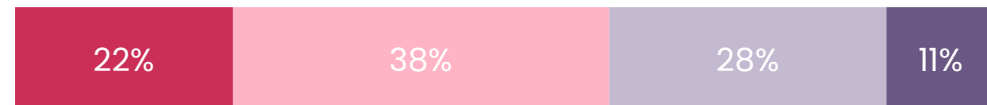
Une voiture

avec des rayures ou petits impacts visibles



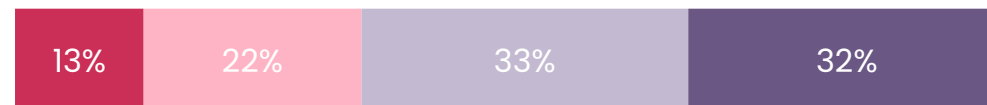
63%

Des meubles ou objets de seconde main
(rayures, traces d'usure)



60%

Des fruits et légumes « imparfaits »
(tomates abimées, carottes tordues...)



35%

● Oui, beaucoup ● Oui, un peu ● Non, pas vraiment ● Non, pas du tout ● NSP



Les défauts esthétiques comme frein à l'achat



1001
personnes

Q. Pour chacun des produits suivants, diriez-vous que les défauts esthétiques constituent pour vous un frein à l'achat ou non ?

	% Oui	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Des vêtements d'occasion (petites tâches, un peu usés)	77%	78%	77%	86%	76%	74%	72%	82%	77%	71%	82%
Des appareils tech (écran avec micro-rayures, coque avec rayures ou petits impacts)	67%	65%	69%	71%	76%	66%	63%	63%	70%	67%	64%
Une voiture avec des rayures ou petits impacts visibles	63%	63%	63%	60%	69%	65%	60%	62%	69%	57%	63%
Des meubles ou objets de seconde main (rayures, traces d'usure)	60%	59%	61%	74%	63%	58%	53%	62%	64%	56%	61%
Des fruits et légumes « imparfaits » (tomates abimées, carottes tordues...)	35%	38%	32%	68%	48%	33%	26%	25%	35%	39%	32%

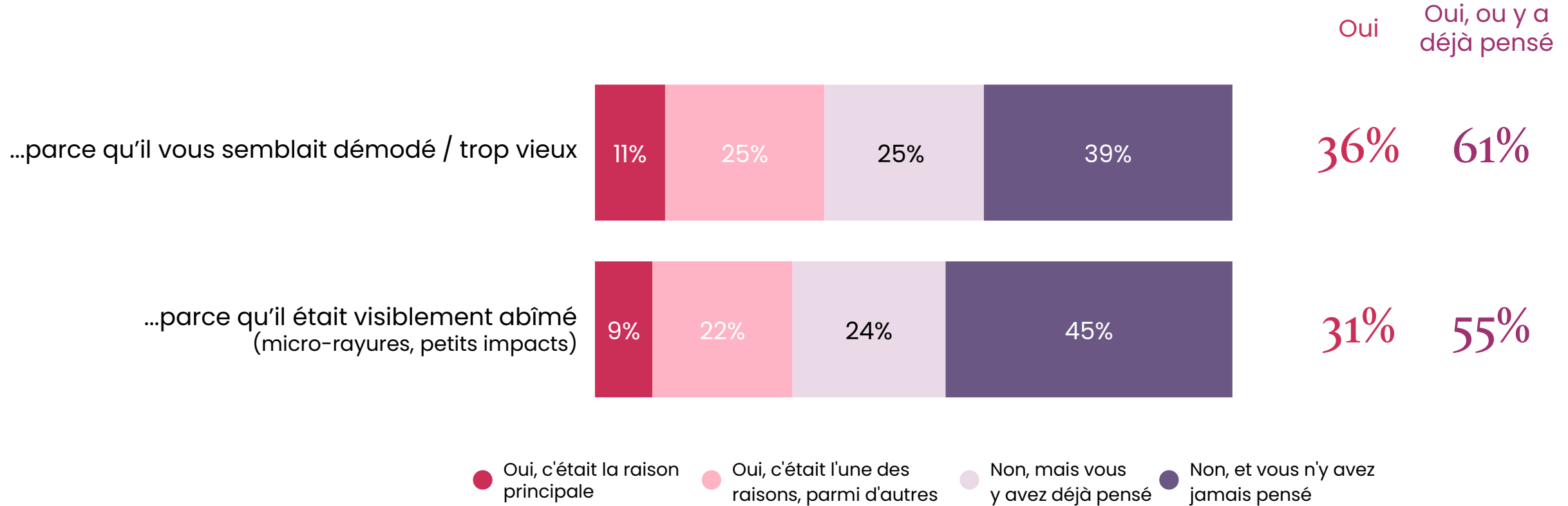


Le remplacement d'un appareil tech fonctionnel mais démodé ou visiblement abîmé

Q. Avez-vous déjà remplacé un appareil tech (smartphone, ordinateur, tablette...) qui fonctionnait encore correctement... ?



1001 personnes





Le remplacement d'un appareil tech fonctionnel mais démodé ou visiblement abîmé

Q. Avez-vous déjà remplacé un appareil tech (smartphone, ordinateur, tablette...) qui fonctionnait encore correctement... ?



1001 personnes

	% Oui	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
...parce qu'il vous semblait démodé / trop vieux	36%	37%	35%	69%	49%	40%	24%	20%	45%	34%	29%
...parce qu'il était visiblement abîmé (micro-rayures, petits impacts)	31%	31%	29%	61%	50%	33%	20%	14%	39%	32%	23%



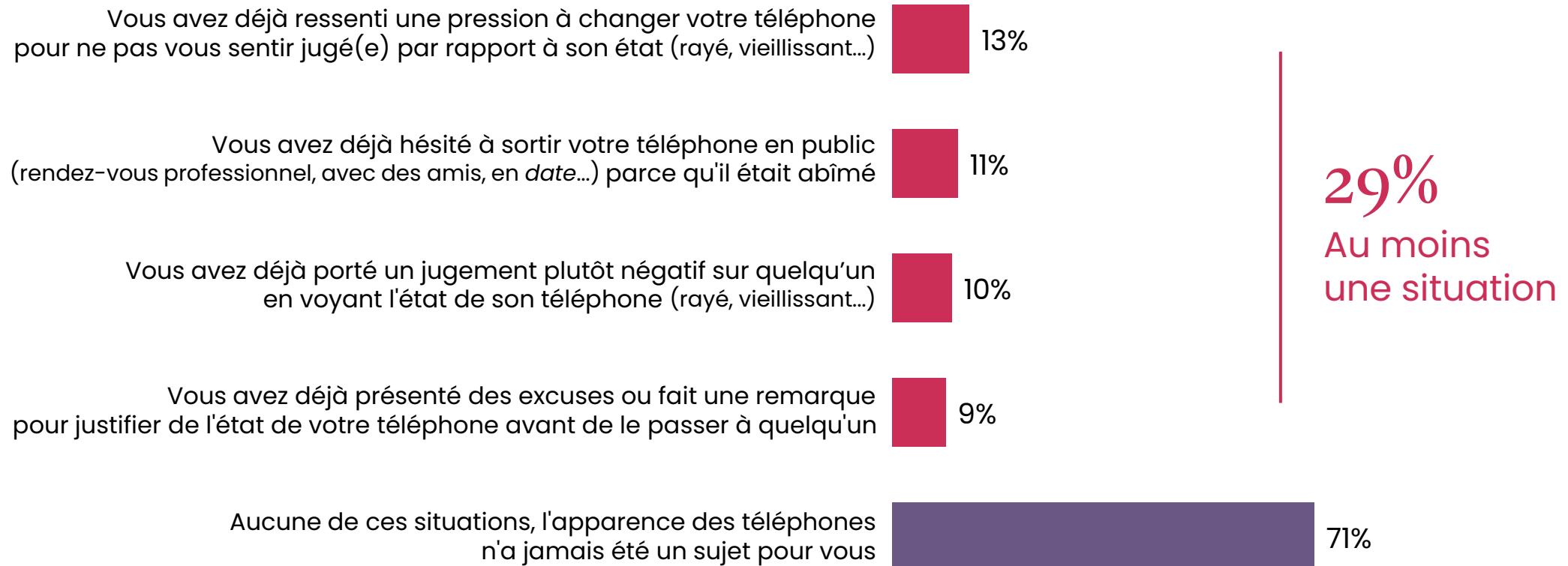
Le pression sociale associée aux appareils tech imparfaits



1001
personnes

Q. Quelles sont toutes les situations parmi les suivantes, dans lesquelles vous vous êtes déjà trouvé(e) ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





Le pression sociale associée aux appareils tech imparfaits



1001 personnes

Q. Quelles sont toutes les situations parmi les suivantes, dans lesquelles vous vous êtes déjà trouvé(e) ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Au moins une situation	29%	29%	29%	75%	55%	30%	15%	8%	37%	33%	20%
Vous avez déjà ressenti une pression à changer votre téléphone pour ne pas vous sentir jugé(e) par rapport à son état (rayé, vieillissant...)	13%	13%	12%	43%	23%	12%	6%	2%	15%	14%	10%
Vous avez déjà hésité à sortir votre téléphone en public (rendez-vous professionnel, avec des amis, en date...) parce qu'il était abîmé	11%	11%	11%	35%	24%	10%	4%	3%	15%	11%	8%
Vous avez déjà porté un jugement plutôt négatif sur quelqu'un en voyant l'état de son téléphone (rayé, vieillissant...)	10%	10%	10%	20%	21%	10%	7%	3%	15%	11%	6%
Vous avez déjà présenté des excuses ou fait une remarque pour justifier de l'état de votre téléphone avant de le passer à quelqu'un	9%	10%	9%	25%	21%	9%	5%	2%	12%	11%	6%
Aucune de ces situations, l'apparence des téléphones n'a jamais été un sujet pour vous	71%	70%	71%	25%	45%	70%	84%	91%	63%	67%	79%



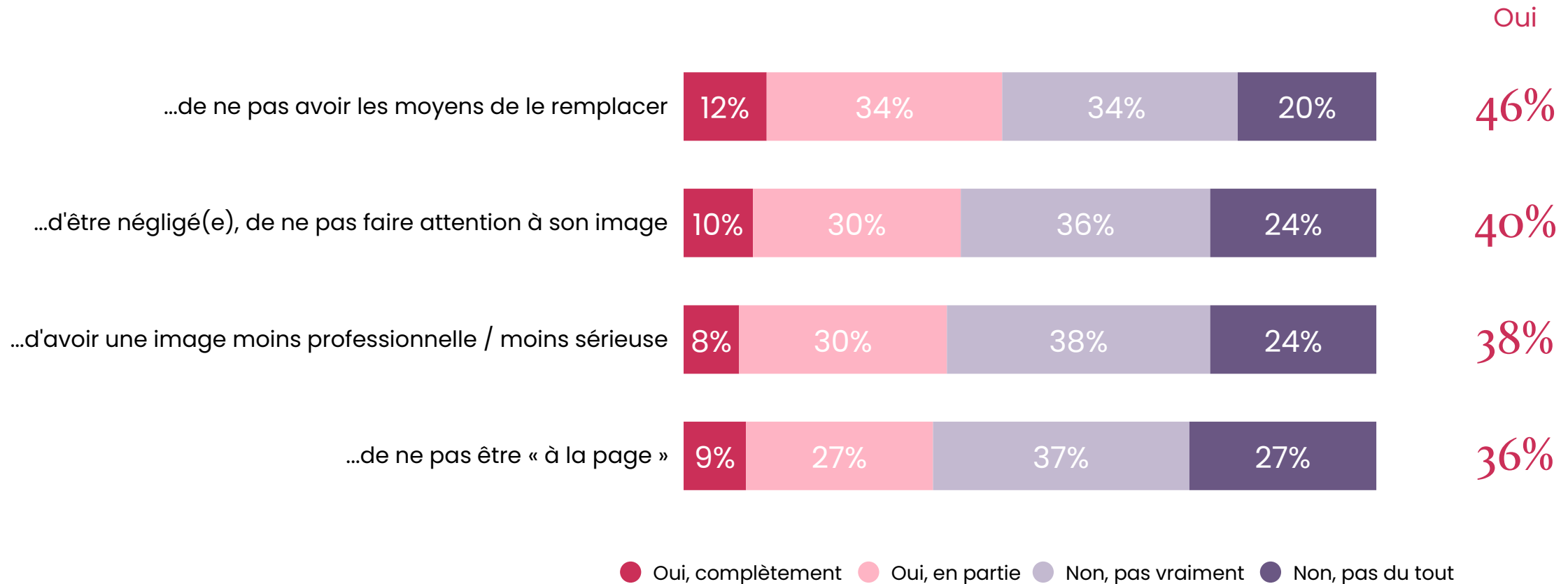
L'impact social d'un appareil tech abîmé



1001 personnes

Q. Selon vous, aujourd'hui, avoir un appareil tech abîmé donne-t-il parfois l'impression... ?

59% estiment qu'un appareil tech abîmé donne au moins une mauvaise impression





L'impact social d'un appareil tech abîmé



1001
personnes

Q. Selon vous, aujourd'hui, avoir un appareil tech abîmé donne-t-il parfois l'impression... ?

	% Oui	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Un appareil tech abîmé donne au moins une mauvaise impression	59%	59%	59%	85%	70%	67%	49%	46%	63%	63%	54%
...de ne pas avoir les moyens de le remplacer	46%	43%	49%	70%	57%	53%	37%	32%	46%	52%	40%
...d'être négligé(e), de ne pas faire attention à son image	40%	42%	38%	61%	52%	48%	28%	27%	43%	43%	33%
...d'avoir une image moins professionnelle / moins sérieuse	38%	40%	37%	63%	51%	45%	28%	25%	44%	41%	31%
...de ne pas être « à la page »	36%	35%	36%	60%	50%	38%	28%	24%	38%	38%	32%



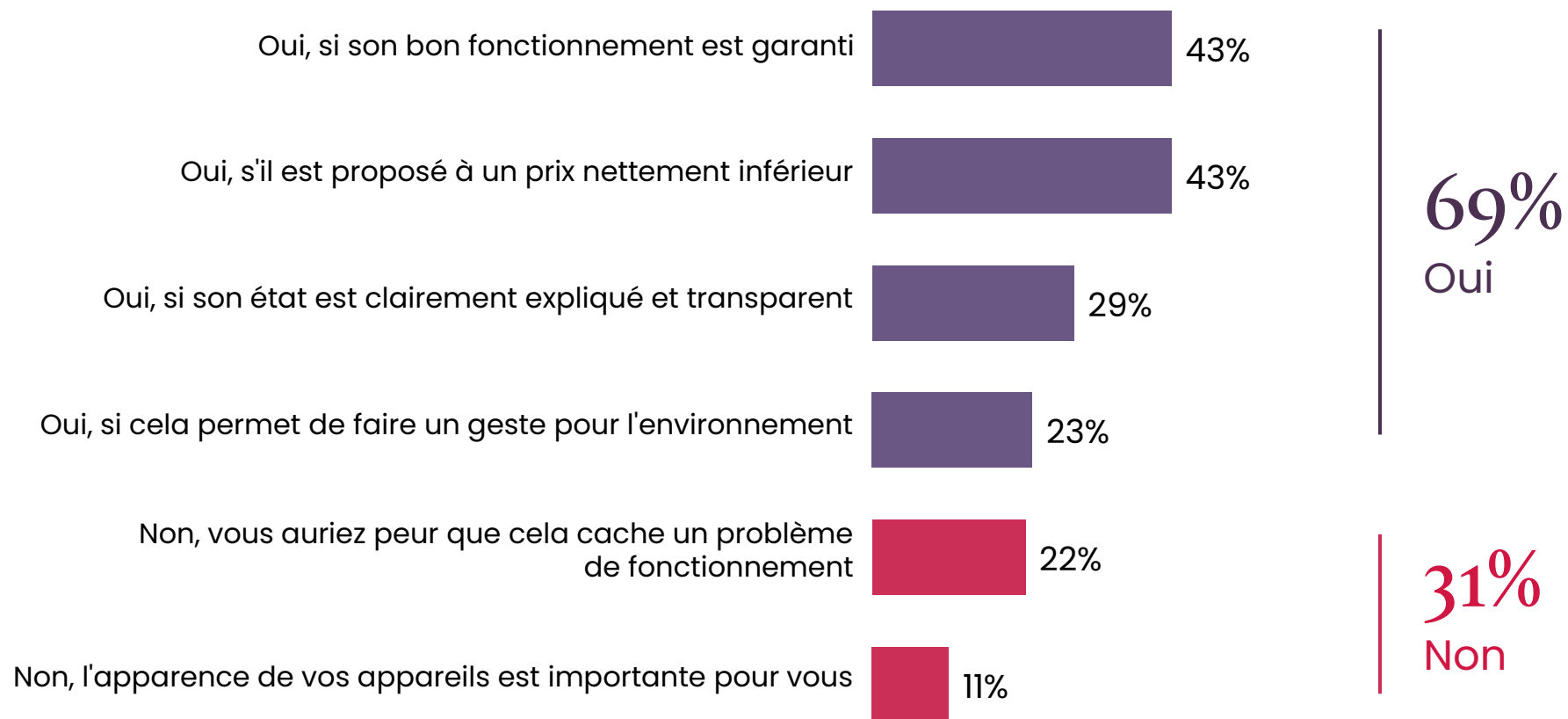
L'achat d'un appareil tech présentant des défauts esthétiques visibles



1001
personnes

Q. Seriez-vous prêt ou non à acheter un appareil tech (smartphone, ordinateur, tablette...) présentant des défauts esthétiques visibles (rayures, traces d'usure...) ?

Plusieurs réponses « Oui » possibles, Plusieurs réponses « Non » possibles – Total supérieur à 100%





L'achat d'un appareil tech présentant des défauts esthétiques visibles



1001 personnes

Q. Seriez-vous prêt ou non à acheter un appareil tech (smartphone, ordinateur, tablette...) présentant des défauts esthétiques visibles (rayures, traces d'usure...) ?

Plusieurs réponses « Oui » possibles, Plusieurs réponses « Non » possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	69%	69%	69%	81%	71%	66%	68%	66%	70%	69%	69%
...Oui, si son bon fonctionnement est garanti	43%	41%	46%	47%	38%	38%	47%	46%	44%	40%	46%
...Oui, s'il est proposé à un prix nettement inférieur	43%	42%	45%	45%	42%	43%	47%	40%	44%	45%	41%
...Oui, si son état est clairement expliqué et transparent	29%	28%	30%	48%	28%	28%	27%	26%	27%	29%	31%
...Oui, si cela permet de faire un geste pour l'environnement	23%	21%	24%	28%	29%	23%	18%	21%	25%	22%	22%
Sous-total Non	31%	30%	31%	19%	29%	34%	31%	33%	30%	30%	31%
...Non, vous auriez peur que cela cache un problème de fonctionnement	22%	20%	23%	13%	24%	21%	22%	25%	22%	22%	22%
...Non, l'apparence de vos appareils est importante pour vous	11%	12%	10%	8%	9%	13%	12%	11%	10%	11%	11%

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

Vos contacts OpinionWay

Eléonore Quarré

Responsable des études Société
equarre@opinion-way.com

Lisa Corbineau

Cheffe de projets – Pôle Opinion
lcorbineau@opinion-way.com

Tel. 33 1 81 81 83 00

esomar Corporate 2026

