



Marché de l'occasion¹ : les Français sont-ils prêts à oublier le neuf ?

Avec la crise sanitaire, le marché de l'occasion s'est nettement développé. Les produits de seconde main répondent à deux préoccupations fortes des Français : leur pouvoir d'achat, mais aussi la protection de l'environnement.

Les Français de plus en plus nombreux à faire le choix de la seconde main...

Huit Français sur dix reconnaissent qu'aujourd'hui, il est facile d'acheter ou de vendre des produits d'occasion (81%). En acheter fait d'ailleurs partie des habitudes de près d'un Français sur deux (45%). Les chiffres relevés sur la dernière année le confirment : 63% ont acheté et/ou vendu des biens d'occasion (+20 points vs 2013), avec des budgets moyens de 288€ pour l'achat et de 165€ pour la vente. Tendances qui ont émergé plus tardivement, notamment avec l'essor des smartphones, le marché du reconditionné, bien que moins développé, connaît une croissance galopante : en 2021, il attire un quart des Français (26%), avec un budget moyen alloué de 190€. Par ailleurs, 29% des Français ont acquis gratuitement des produits de seconde main.

... surtout les jeunes

Si le recours aux produits de seconde main s'est répandu parmi toutes les catégories de la population, le développement du marché de l'occasion est avant tout porté par les jeunes, plus familiers des plateformes en ligne et plus sensibles aux différents bénéfices qu'ils lui attribuent (à la fois financiers et environnementaux). 39% des 18-24 ans avaient acheté ou vendu des produits d'occasion en 2013 ; ils sont désormais 83% (+44 points). En comparaison, ce résultat progresse de 17 points chez les Français de 50 ans et plus (de 36% à 53%).

Les lieux de vente physiques restent privilégiés

Les lieux physiques restent en tête des lieux d'achat de biens d'occasion (72% des réponses, dont 36% pour les brocantes et vides-greniers). Les sites internet séduisent 64% des personnes interrogées, avec principalement les sites et applications dédiés (Backmarket, Vinted, Leboncoin...).

Une solution pour faire des économies...

Près des deux tiers des Français déclarent être davantage à la recherche de moyens de faire des économies avec la crise sanitaire (64%). Les achats d'occasion sont une réponse à ces préoccupations budgétaires : 67% des personnes interrogées déclarent qu'elles seraient intéressées pour les produits d'occasion pour faire des économies, et 48% pour acheter des produits qu'ils ne pourraient pas s'offrir neufs.

... et préserver l'environnement...

Au-delà du gain financier, les Français voient également un avantage écologique à l'achat de biens d'occasion : la préservation de l'environnement. Un Français sur deux serait intéressé par ce type d'achats pour être plus respectueux de l'environnement (51%), et les deux tiers déclarent connaître le principe de l'économie circulaire (67%). Par ailleurs, huit Français sur dix trouvent que lutter contre le gaspillage est important (86%) et cherchent à donner une seconde vie à leurs biens (75%).

¹ Hors automobile

... mais quelques freins demeurent

Même si les bénéfiques sont bien identifiés et que 50% des personnes interrogées pensent que les biens d'occasion sont d'aussi bonne qualité que les produits neufs, les Français redoutent un mauvais investissement. 57% remettent en cause l'honnêteté des vendeurs et ont peur de se faire arnaquer, et 52% n'ont pas confiance dans la solidité et la fiabilité des produits d'occasion. L'attachement aux produits neufs et à la propriété demeure également profondément ancré dans les habitudes d'une majorité de Français (58%).

Une tendance qui va encore accélérer ?

Dans l'année à venir, un quart des Français envisage d'augmenter sa consommation de produits d'occasion (24%, soit -3 points par rapport à 2013) et 63% de la maintenir au même niveau (+9 points). Au total, ce sont 87% qui n'envisagent donc pas de la diminuer (+6 points).

A plus court terme, un peu plus d'un quart des Français envisage d'offrir des articles d'occasion à son entourage pour les fêtes de fin d'année (28%). Ils se tourneraient plutôt vers des jouets (36%), des vêtements (33%), des accessoires (27%), ou encore des produits high-tech (26%). Les Français restant attachés aux produits neufs, ce type de cadeau n'est pas sans risque : 62% des personnes interrogées appréhendent la réaction de leurs proches s'ils leur offrent un cadeau d'occasion.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante : « Le Sofinscope – Baromètre OpinionWay pour Sofinco ».

Service presse de Sofinco : +33 (0)1 87 38 11 81 - presse@ca-cf.fr

À propos du Sofinscope

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque de Crédit Agricole Consumer Finance. Destiné à sonder les Français sur leurs habitudes de consommation et à mieux les comprendre, ce baromètre qui s'inscrit dans le quotidien des Français est réalisé par OpinionWay pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 022 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, 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. Les interviews ont été réalisées en ligne les 24 et 25 novembre 2021 par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site www.sofinscope.fr.

A propos de Sofinco

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance, filiale de crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A. qui distribue une gamme étendue de crédits aux particuliers et de services associés sur l'ensemble des canaux de distribution : vente directe, financement sur le lieu de vente (automobile et équipement de la maison) et partenariats. Sofinco propose des solutions souples, responsables et adaptées aux besoins de ses clients et de ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels), qui s'inscrivent dans son projet « Sofinco for Good, la promesse d'un progrès partagé ». Le Benchmark UX Finance 2021 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ». En 2020, Sofinco a financé 1,8 million de projets de consommation.

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr

LE MARCHÉ DE L'OCCASION* : LES FRANÇAIS SONT-ILS PRÊTS À OUBLIER LE NEUF ?

Les Français de plus en plus nombreux à faire le choix de la seconde main

81%

des Français trouvent aujourd'hui **facile d'acheter ou de vendre** des produits d'occasion



Au cours des 12 derniers mois :

46%

ont **vendu** des produits d'occasion
(+16 pts vs 2013)

56%
chez les 18-24 ans

165€
de budget moyen

44%

ont **acheté** des produits d'occasion
(+9 pts vs 2013)

64%
chez les 18-24 ans

288€
de budget moyen

26%

ont **acheté** des produits ou des biens **reconditionnés**

190€
de budget moyen

TOP 5 DES BIENS ACHETÉS/VENDUS



Les moyens privilégiés pour acheter des produits d'occasion :

72%

Lieux physiques

DONT

36% dans les brocantes
et les vide-greniers



64%

Sites Internet

DONT

53% sur les sites et applis dédiés
(Backmarket, Vinted, Leboncoin)



Les produits d'occasion : une solution pour faire des économies et préserver l'environnement ?

Les Français sont préoccupés par leurs dépenses :

64%

recherchent plus que jamais des moyens de **faire des économies** depuis la crise sanitaire



Ils s'intéressent aux produits d'occasion :

Pour faire des économies

67%



Pour acheter des produits qu'ils ne pourraient pas s'offrir neufs

48%



Les Français intègrent la préservation de l'environnement dans leurs pratiques quotidiennes :

86%

jugent important de **lutter contre le gaspillage**



75%

cherchent à **donner une seconde vie** à leurs produits

67%

connaissent le principe de l'**économie circulaire**

51%

citent « **être plus respectueux de l'environnement** » dans les raisons d'acheter d'occasion

La fiabilité et l'attachement au neuf : principaux freins au marché de l'occasion

Les Français redoutent un mauvais investissement dans les produits d'occasion...

50%

pensent qu'ils sont **d'aussi bonne qualité** que les produits neufs...



MAIS

57%

ont peur de se faire **arnaquer**...

ET

52%

n'ont **pas confiance** dans leur solidité/fiabilité

...et restent toujours attachés au prestige de posséder du « neuf »

58%

sont attachés au fait de **posséder des produits neufs**

Noël : un moment privilégié pour l'essor du marché de l'occasion ?

62%

des Français appréhendent **la réaction de leurs proches** s'ils leur offrent un cadeau d'occasion



POURTANT

28%

envisagent d'offrir des articles d'occasion à leur entourage à **Noël**



TOP 5 DES PRODUITS QU'ILS ENVISAGENT D'OFFRIR À NOËL



* Hors automobile

Étude OpinionWay pour Sofinco réalisée auprès d'un échantillon de 1022 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, 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. Les interviews ont été réalisées les 24 et 25 novembre 2021 par questionnaire auto-administré sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).