

Massy, le 27 mars 2025



Seconde main : acheter des produits d'occasion attire toujours près d'un Français sur 2, mais ce mode de consommation marque un léger recul

Acheter de la seconde main est une pratique qui s'est envolée ces dernières années, notamment post-COVID. Après un pic en 2022/2023, le marché semble maintenant retrouver un rythme plus en phase avec la consommation en général. Si ce mode de consommation fait toujours partie des habitudes pour 47 % des Français, la plupart des indicateurs de l'étude Sofinscope de 2025 montrent un léger recul par rapport aux dernières années.

-  Acheter des produits de seconde main, une habitude qui perdure pour 47% des Français
-  La revente de biens de seconde main progresse pour compenser la baisse de pouvoir d'achat et permet aux Français concernés de gagner 199€ par an
-  Pour se procurer des produits de seconde main, 68 % se tournent vers les lieux physiques

Acheter des produits de seconde main, une habitude pour 47% des Français, en recul de 3 points par rapport à 2024

Avec 47 % des Français qui achètent de la seconde main, cette pratique est bien ancrée dans les habitudes des consommateurs qui l'ont complètement intégrée dans leur quotidien. 40 % des Français envisagent de ne consommer que des produits de seconde main et renoncer aux produits neufs et 64 % des sondés préfèrent des produits d'occasion de qualité plutôt que des produits neufs premier prix. Parallèlement, près de 6 Français sur 10 déclarent regarder systématiquement si les produits neufs qui les intéressent sont proposés à un prix plus avantageux sur le marché de l'occasion.

Pour autant, après le très fort engouement de ces dernières années pour la seconde main, le marché, qui reste dynamique, semble amorcer une nouvelle étape. Les indicateurs évoqués ci-dessus sont en effet tous en retrait par rapport à l'étude Sofinscope de 2024 (entre -1 et -3 points). Cette tendance est le signe que l'offre est déjà beaucoup plus mature et que ce mode de consommation se normalise.

La revente de biens de seconde main rapporte 199€ par an, une solution pour compenser la baisse de pouvoir d'achat

Au cours de l'année passée, près d'un Français sur 2 a acheté des produits d'occasion (46 %), pour un budget de 244€. 36 % ont acheté des produits reconditionnés pour un budget de 164€. Ils sont 69 % à déclarer qu'ils achèteraient des produits de seconde main pour des raisons économiques, preuve de leur volonté de limiter leurs dépenses. Même si le plus fort de la crise semble passé, les effets sur le pouvoir d'achat se font toujours sentir et le budget des Français est de plus en plus contraint.

L'argument écologique est mis en avant par un peu plus de la moitié des sondés (54%), mais en recul de 2 points par rapport à 2024, signe là aussi que, même si cette démarche reste présente à l'esprit des Français, les priorités évoluent.

Au-delà de l'économie permise par l'achat de produits de seconde main, le marché de l'occasion représente un complément de revenus intéressant pour 54 % des Français (+2 pts vs 2024). Ils ont ainsi pu gagner 199€ en vendant des produits et des biens d'occasion, soit 16€ de plus que l'année précédente.

Un signal faible sur la consommation responsable

Faire des achats de seconde main était jusqu'à présent vu comme une solution économique, mais également comme une manière de consommer plus responsable.

L'un des seuls indicateurs de l'étude Sofinscope 2025 à être à la hausse concerne le sentiment des Français qu'ils consomment plus depuis qu'ils achètent des produits de seconde main. Il est évoqué par 24 % des sondés (+1 point vs 2024). Le sentiment de surconsommation, d'avoir trop de produits dans les placards, semble donc désormais inclure les produits de seconde main.

Les achats de seconde main se font majoritairement dans des lieux physiques

Alors qu'en 2024, les plateformes en ligne étaient plébiscitées pour se procurer des produits de seconde main, l'étude Sofinscope de mars 2025 fait apparaître qu'elles sont en recul de 4 points par rapport à l'année dernière. Avec 64 % des Français qui y ont recours, elles restent un vecteur important pour acheter des produits d'occasion, mais elles cèdent le pas aux lieux physiques, retenus par 68 % des Français (+7 pts vs 2024).

D'une part, l'offre de seconde main en boutique s'est nettement élargie et la plupart des enseignes proposent désormais également un corner seconde main. D'autre part, le succès des brocantes, friperies et autres dépôts-ventes physiques s'explique par leur proximité géographique qui permet de tester les produits, de s'assurer de leur authenticité et la possibilité d'un meilleur contrôle de son budget.

Les facilités de paiement favoriseraient le développement de la seconde main

Pour 1 Français sur 2, le paiement en plusieurs fois devrait être proposé par toutes les enseignes de vente d'occasion physiques ou en ligne (53 %).

46% déclarent que la possibilité de pouvoir bénéficier d'un paiement en plusieurs fois sans frais pourrait les inciter à privilégier une enseigne plutôt qu'une autre pour leur achat d'un bien d'occasion. Ils sont également 39 % à indiquer qu'ils essaient systématiquement d'avoir recours à une facilité de paiement lorsqu'ils doivent réaliser des achats onéreux, même pour les produits de seconde main.

« Les Français voient dans le marché de la seconde main une solution pour mieux maîtriser leurs dépenses. Ils sont également conscients de l'impact de leur consommation sur la planète et cherchent des alternatives responsables, notamment à travers les achats de seconde main. La mise en place de facilités de paiement et plus largement de solutions de financement adaptées à ces nouvelles pratiques participera au développement de cette économie circulaire. »

Franck ONIGA

Directeur général de Sofinco

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

Contact Presse Sofinco

presse@ca-cf.fr

+33 (0)1 87 38 02 88 / +33 (0)6 14 98 12 66

À propos du Sofinscope

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. 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 1 043 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. Les interviews ont été réalisées du 19 au 21 février 2025 par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site [Sofinscope : le baromètre de la consommation et du quotidien par Sofinco](#)

À propos de Sofinco

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility 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 (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. Le Benchmark UX Finance 2023 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client sur mobile ».

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr