

“opinionway pour **Sofinscope**
LE BAROMÈTRE QUI VOUS DONNE UN TEMPS D'AVANCE
SUR LA CONSOMMATION

Les Français et les achats de seconde main

Juin 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1006 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 7 au 8 juin 2023**.
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.



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 de l'échantillon





Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**



Sexe	%
Hommes	48%
Femmes	52%



Age	%
18-24 ans	10%
25-34 ans	15%
35-49 ans	24%
50-64 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	%
Agriculteurs	1%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
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%



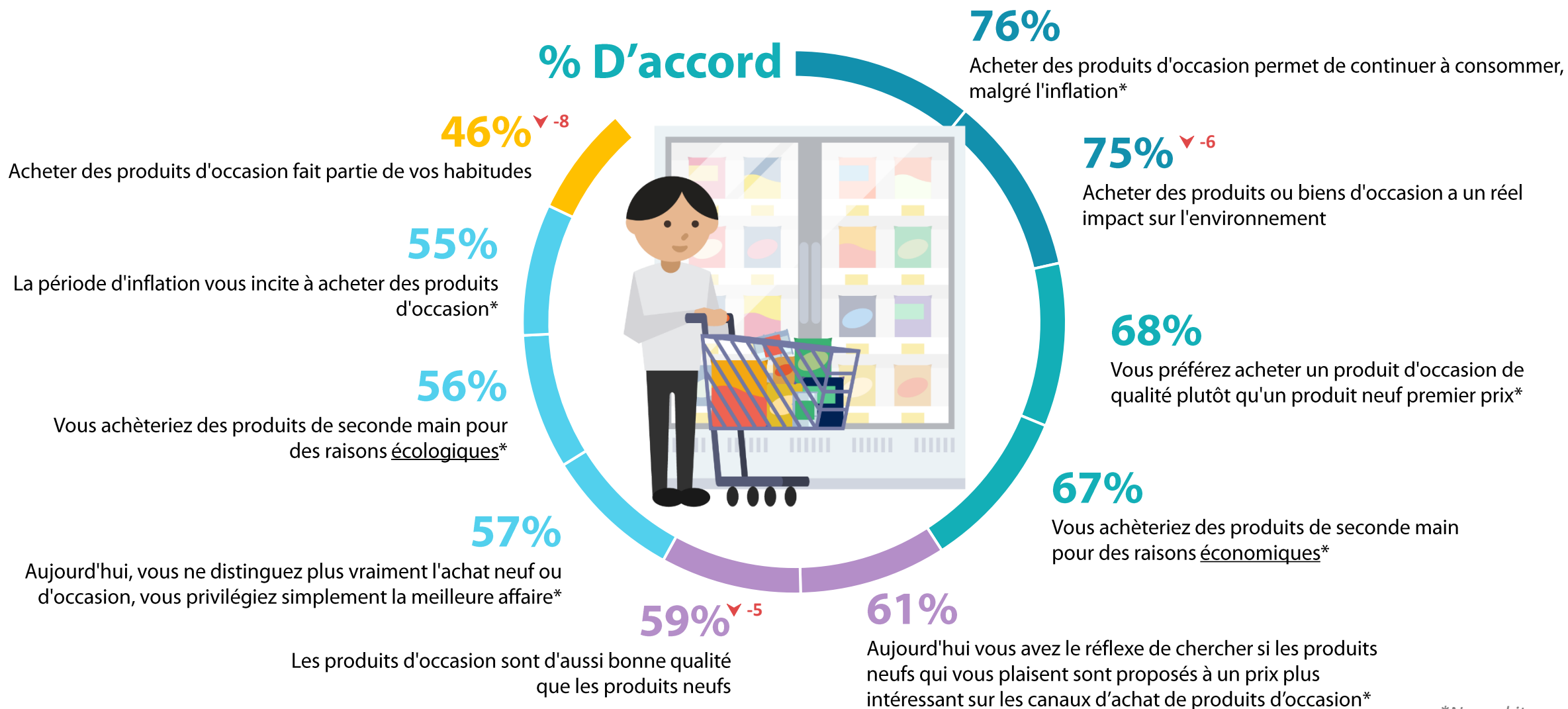
Les résultats



Les opinions relatives à la consommation et aux produits d'occasion



Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle à votre opinion à l'égard des produits d'occasion ?



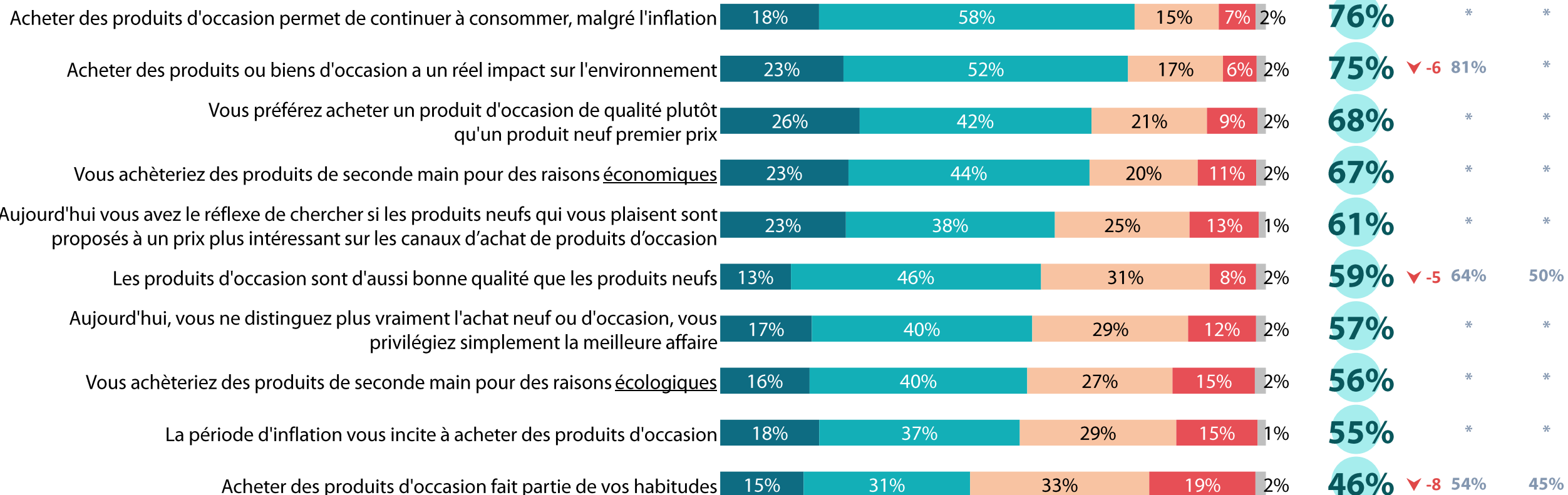
Les opinions relatives à la consommation et aux produits d'occasion

1006 personnes

Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle à votre opinion à l'égard des produits d'occasion ?

D'accord

2023 2022 2021

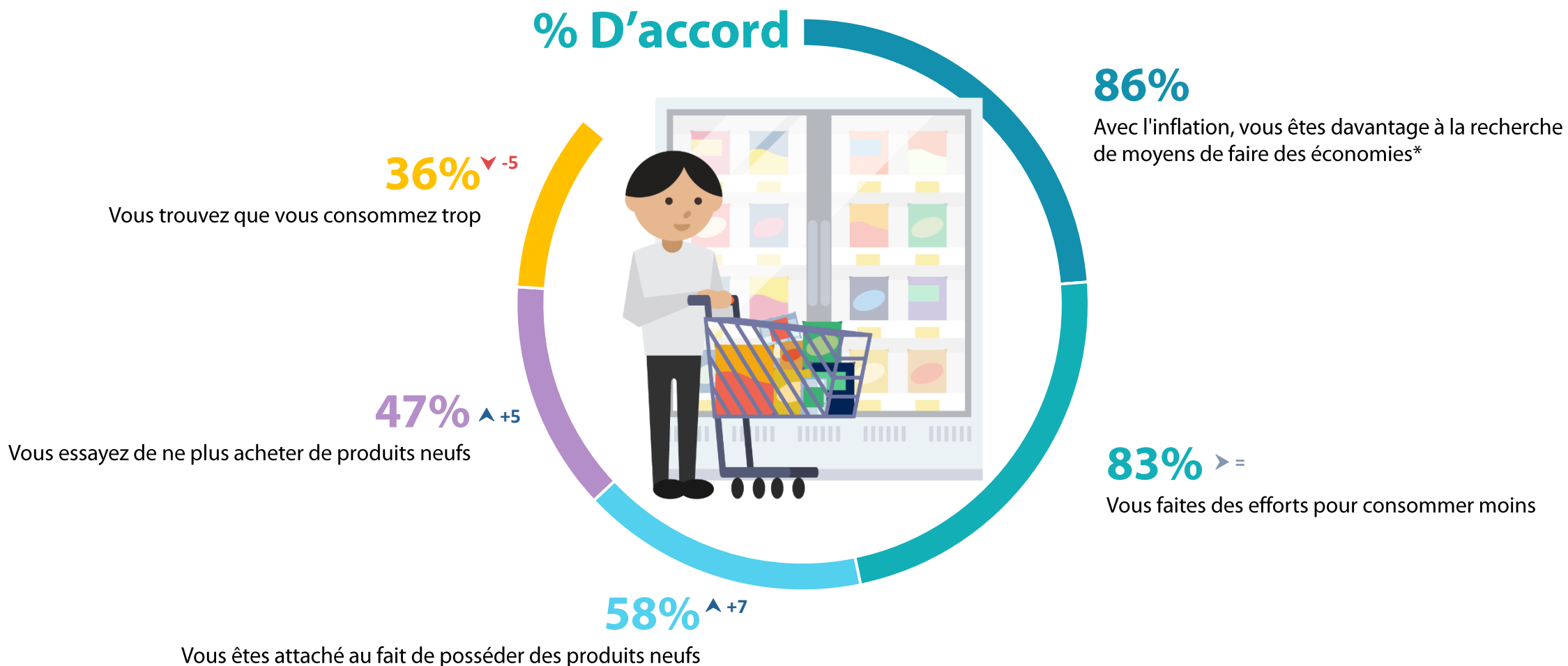


● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ● NSP

Les opinions relatives à la consommation et aux produits d'occasion



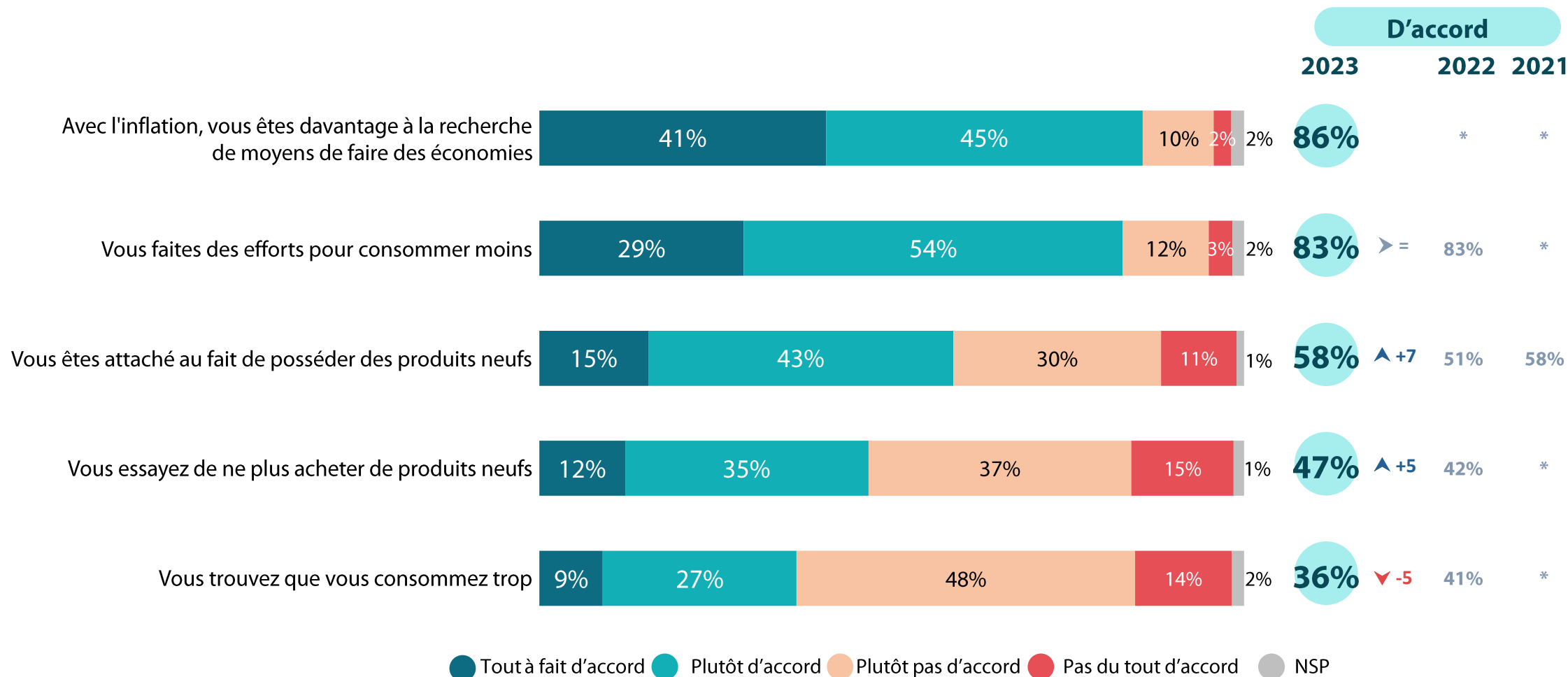
Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



Les opinions relatives à la consommation et aux produits d'occasion

1006 personnes

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



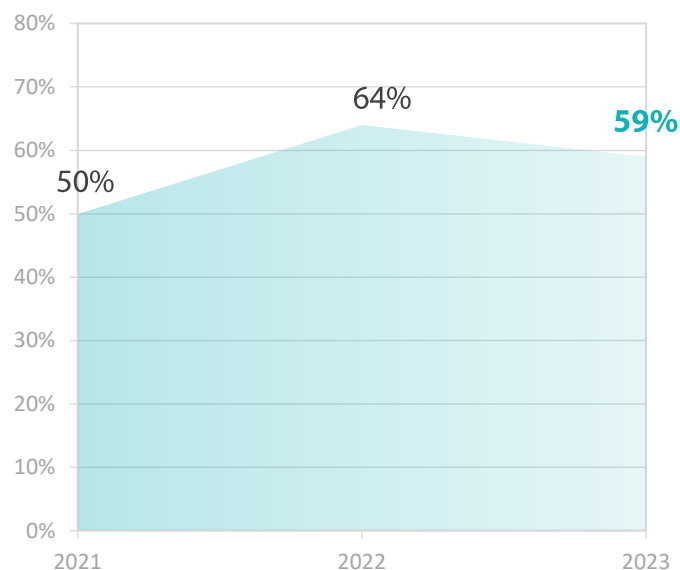
Les opinions relatives à la consommation et aux produits d'occasion



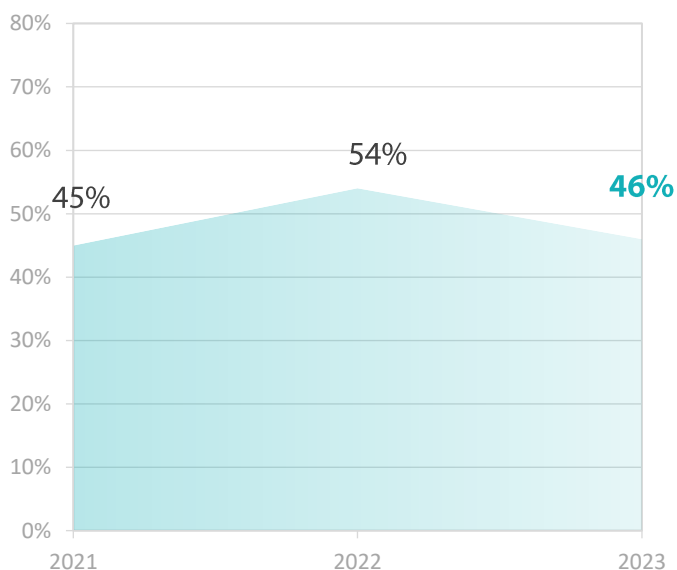
Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle à votre opinion à l'égard des produits d'occasion ?

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

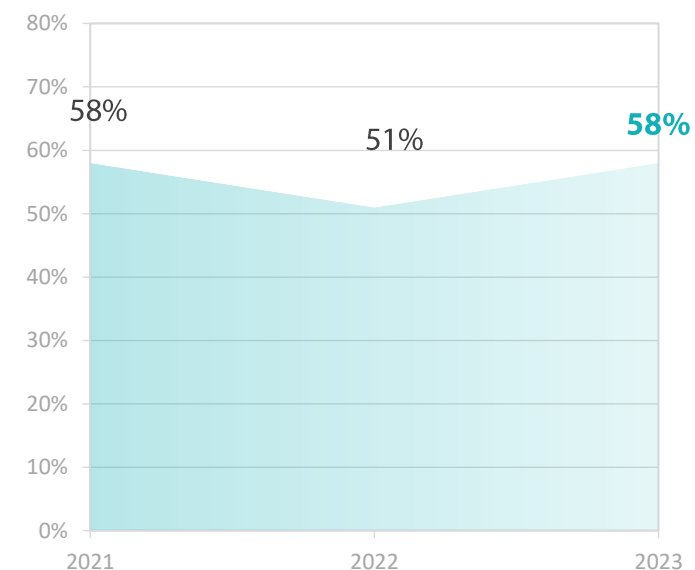
Les produits d'occasion sont d'aussi bonne qualité que les produits neufs



Acheter des produits d'occasion fait partie de vos habitudes



Vous êtes attaché au fait de posséder des produits neufs



“ Les pratiques de vente et d'achat de produits d'occasion



Q. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous... ?

% Oui

Donné gratuitement des produits/des biens d'occasion

55% ▼ -9



Vendu des produits/des biens d'occasion

49% ▼ -6



Acheté des produits/des biens d'occasion (...)

48% ▼ -6



Acheté des produits/des biens reconditionnés (...)

29% ▼ -7



Acquis gratuitement des produits/des biens d'occasion

28% ▼ -6



“ Les pratiques de vente et d'achat de produits d'occasion

1006 personnes

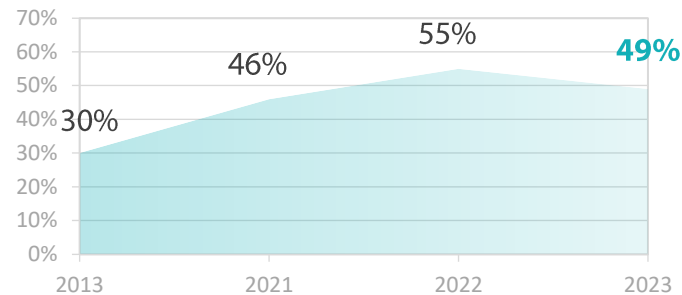
Q. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous... ?



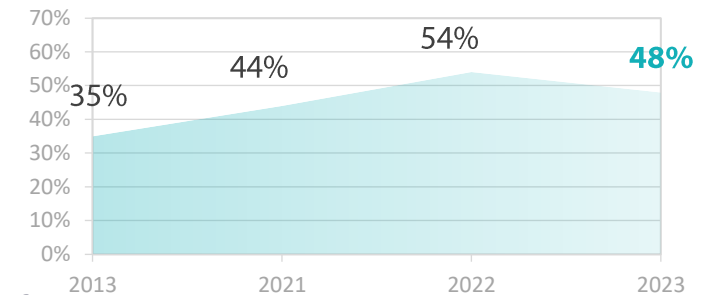
Donné gratuitement des produits/ biens d'occasion



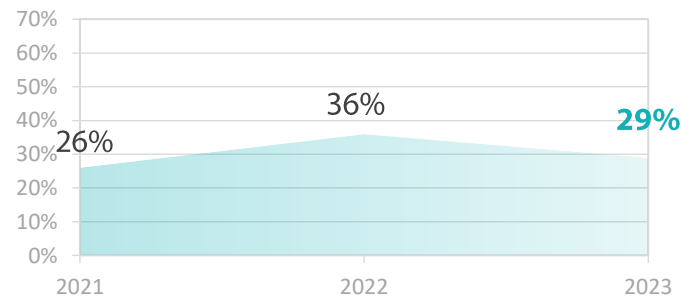
Vendu des produits/des biens d'occasion



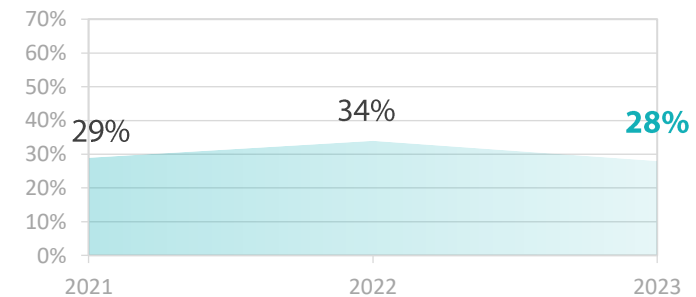
Acheté des produits/des biens d'occasion (...)



Acheté des produits/ des biens reconditionnés (...)



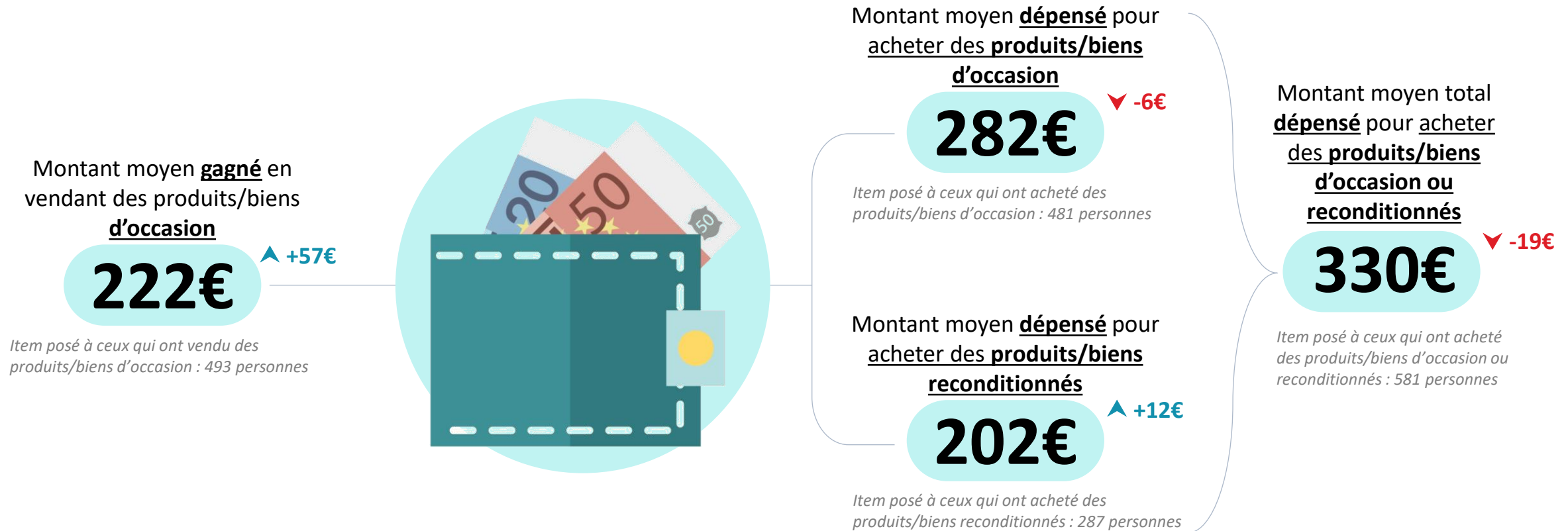
Acquis gratuitement des produits/biens d'occasion



“ Les pratiques de vente et d’achat de produits d’occasion

Q. Et sur cette dernière année, approximativement, combien ... ?

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



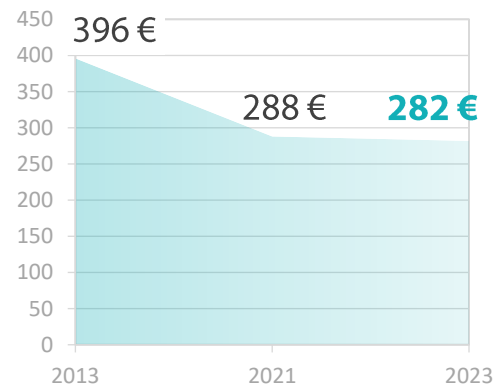
“ Les pratiques de vente et d’achat de produits d’occasion

Q. Et sur cette dernière année, approximativement, combien ... ?

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

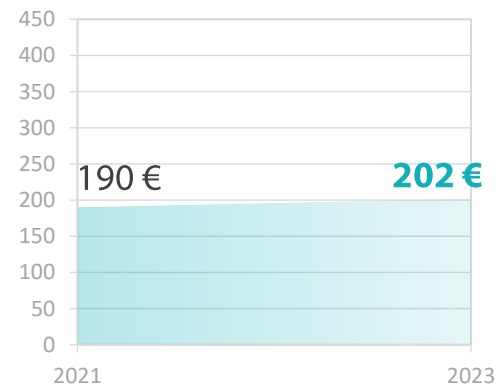
Montant moyen dépendé pour
acheter des **produits/biens**
d’occasion

Item posé à ceux qui ont acheté des
produits/biens d’occasion : 481 personnes



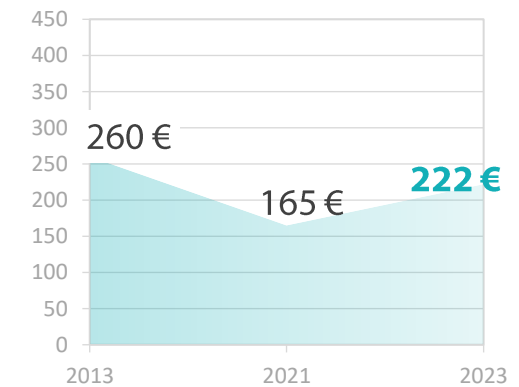
Montant moyen dépendé pour
acheter des **produits/biens**
reconditionnés

Item posé à ceux qui ont acheté des
produits/biens reconditionnés : 287 personnes



Montant moyen gagné en
vendant des produits/biens
d’occasion

Item posé à ceux qui ont vendu des
produits/biens d’occasion : 493 personnes



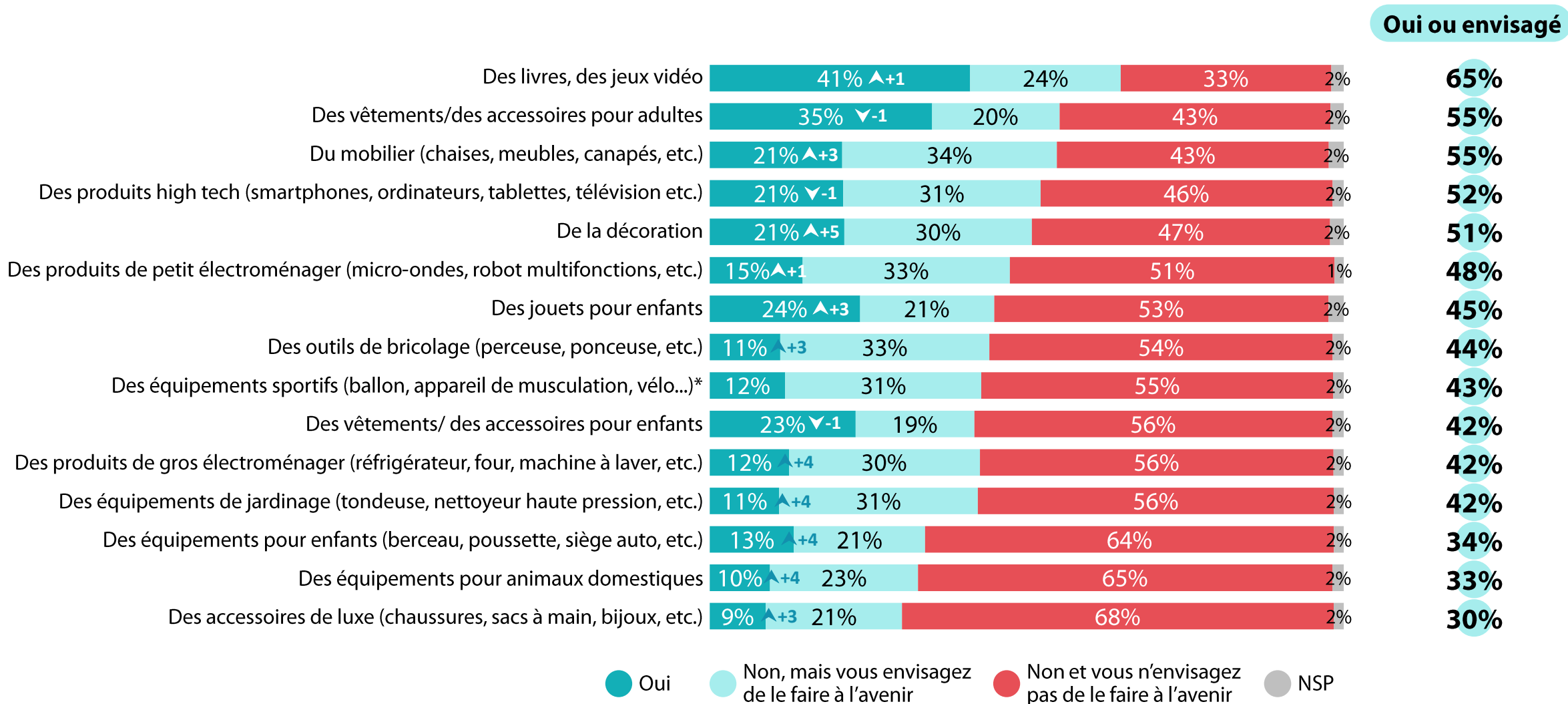


Les types de biens achetés ou vendus sur le marché de l'occasion



1006 personnes

Q. Avez-vous acheté les biens/produits suivants d'occasion ou reconditionnés au cours des douze derniers mois ?



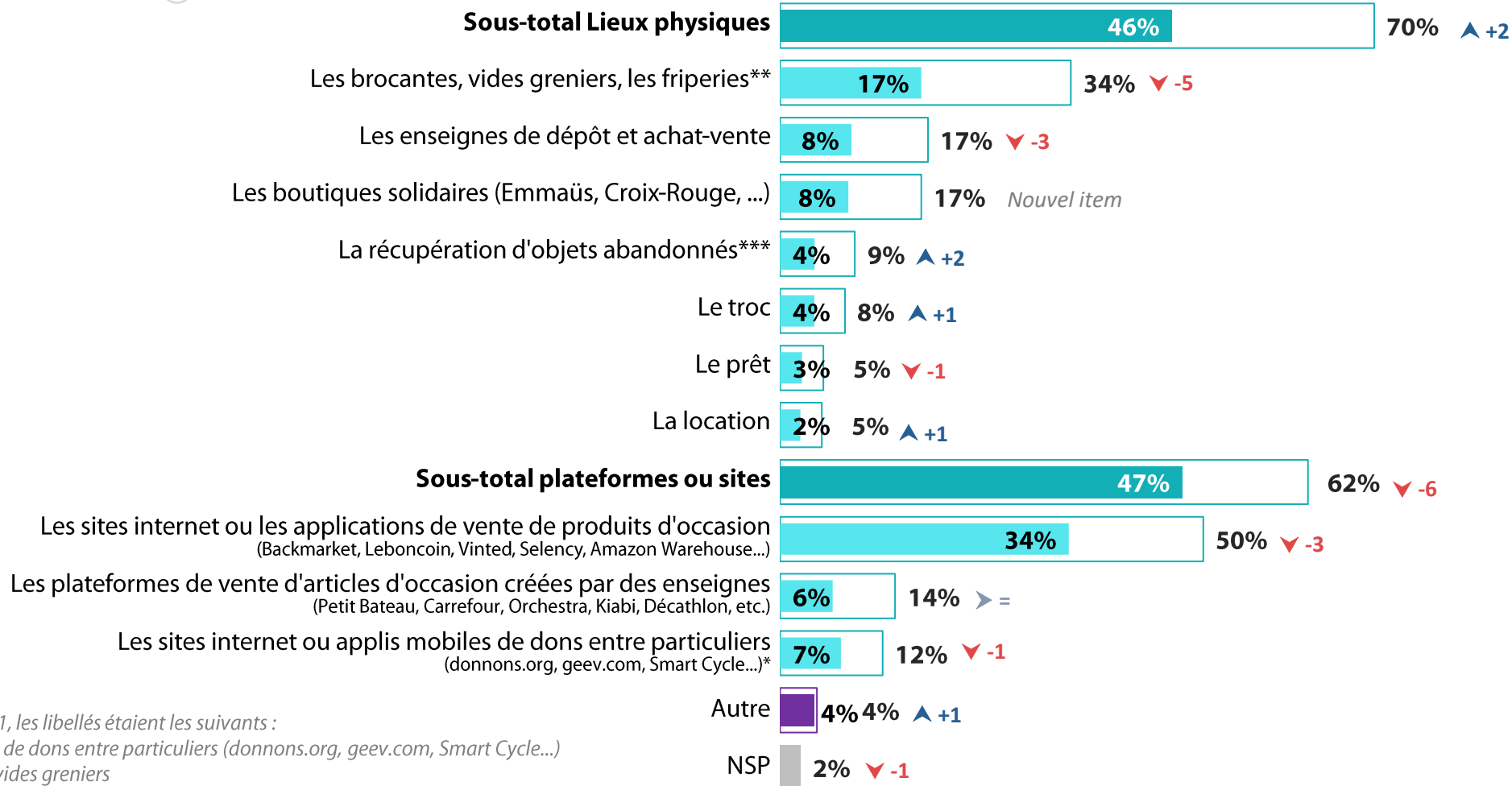
“ Les moyens privilégiés pour acquérir un bien d'occasion

1006 personnes

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

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

☒ En premier ☐ Au total



En décembre 2021, les libellés étaient les suivants :

*Les sites internet de dons entre particuliers (donnons.org, geev.com, Smart Cycle...)

**Les brocantes, vides greniers

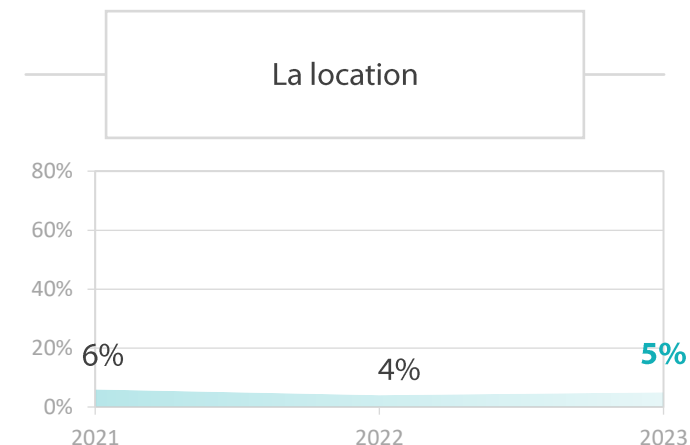
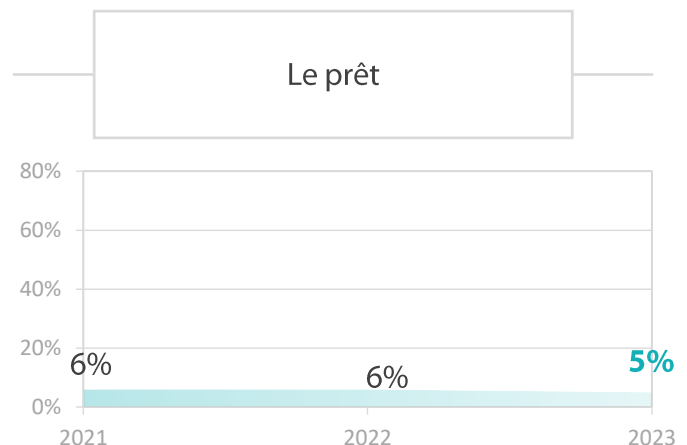
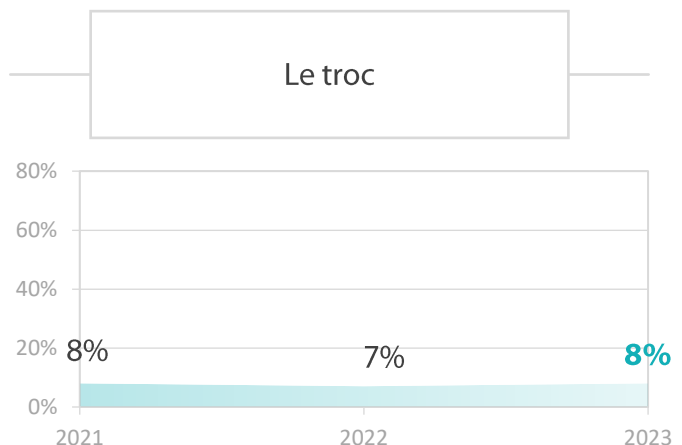
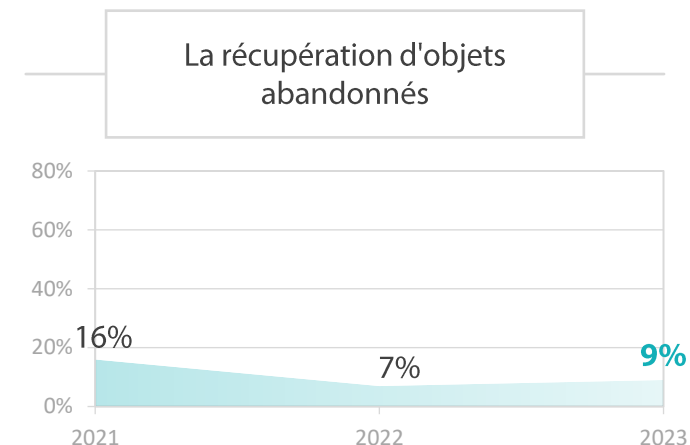
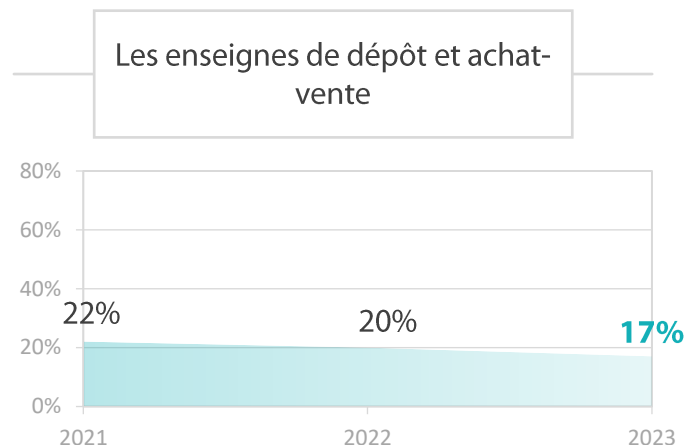
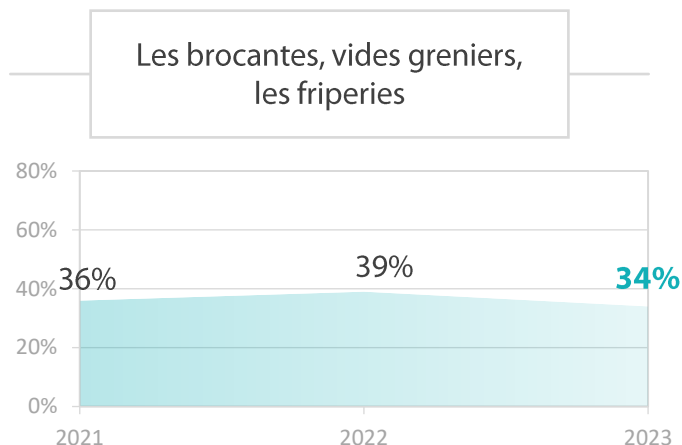
***La récupération

“ 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%

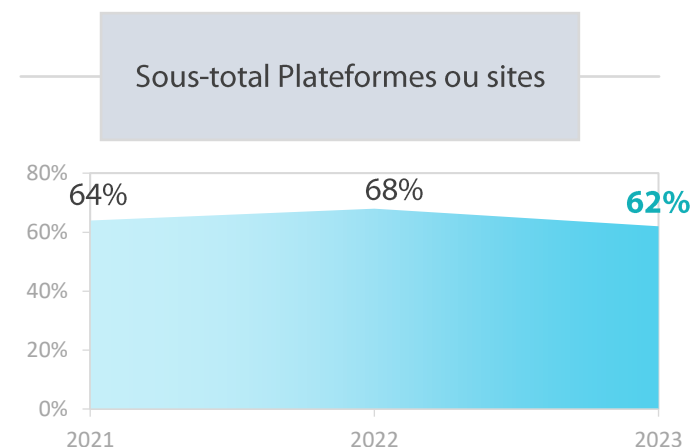
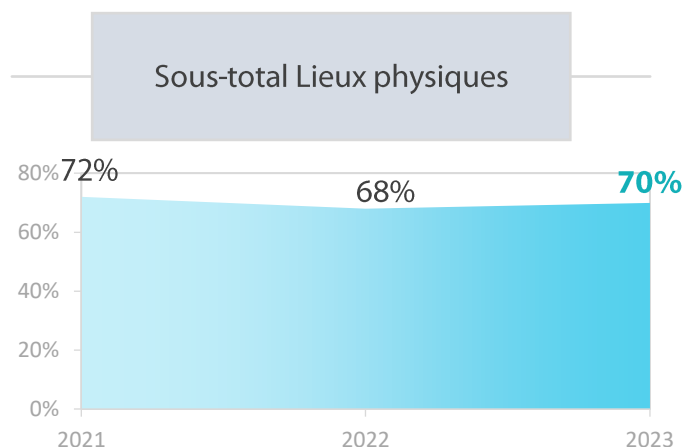
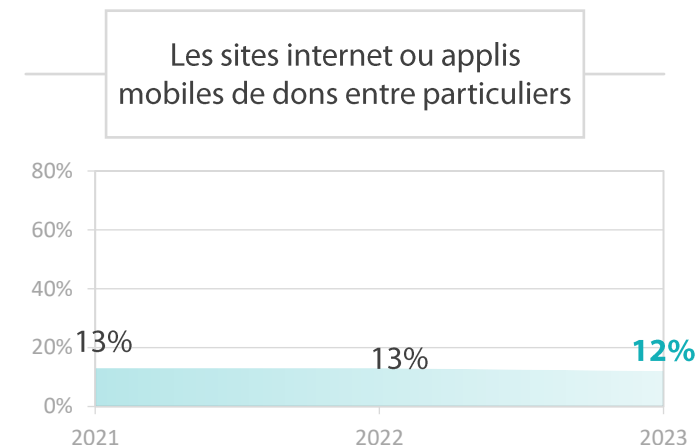
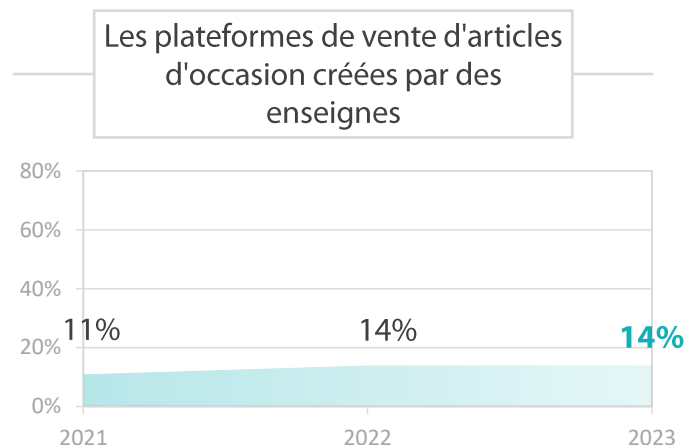
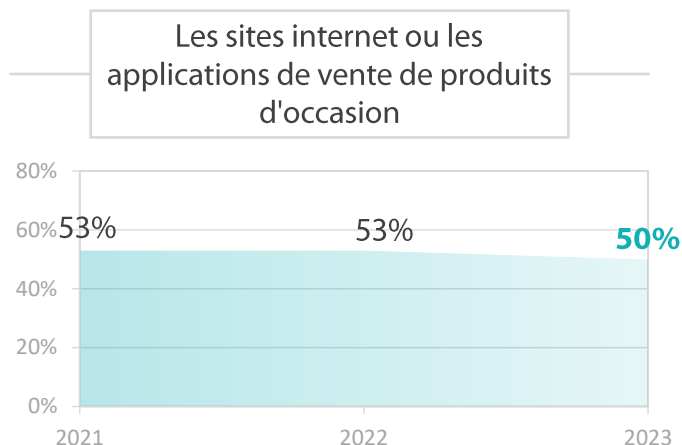


“ Les moyens privilégiés pour acquérir un bien d'occasion



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

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



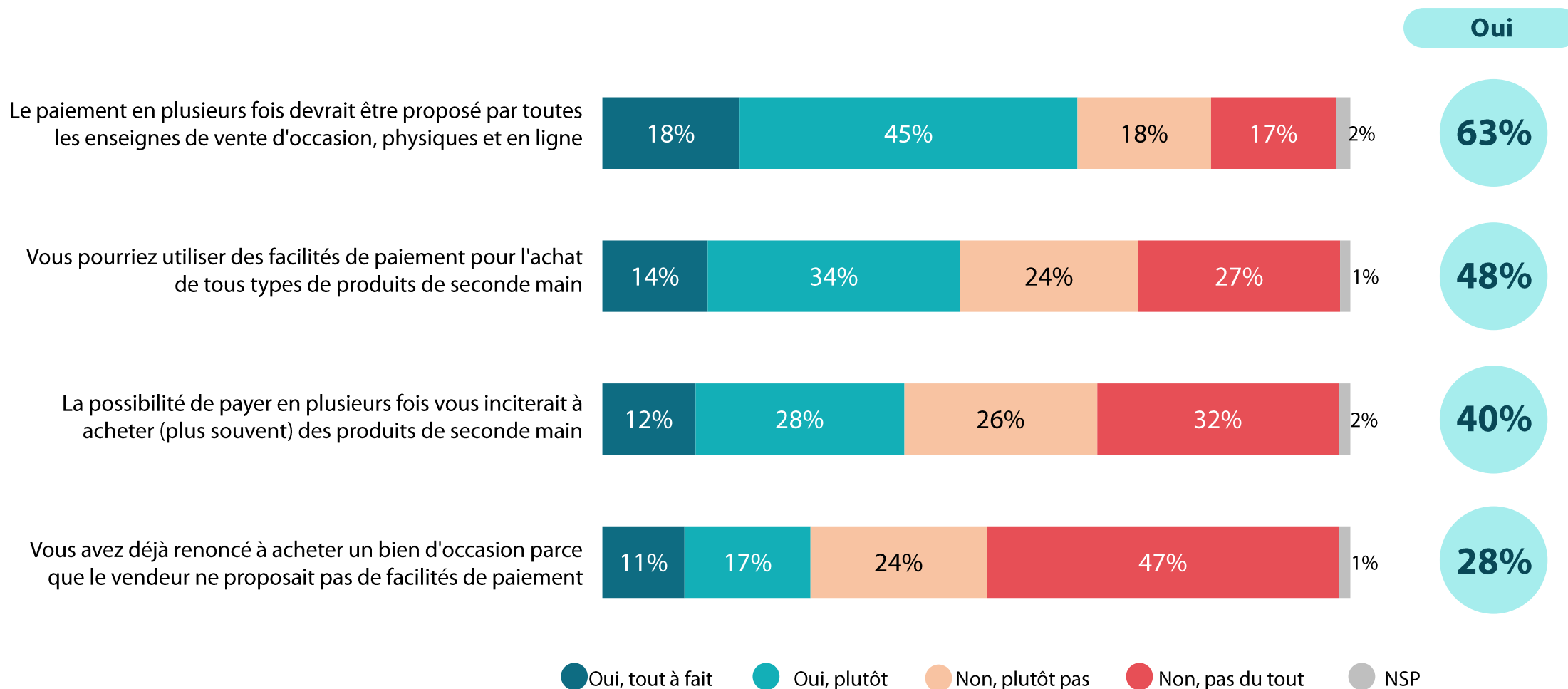


Les attitudes à l'égard des facilités de paiement



Q. Chacune des affirmations suivantes correspond-elle ou non à votre opinion ?

Nouvelle question



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.





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 !](#)

“*opinion*way

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Directrice conseil
Pôle Opinion

equarre@opinion-way.com

Jessie Marius

Cheffe de projet
Pôle Opinion

jmarius@opinion-way.com