



Economique et éco-responsable, l'achat de produits d'occasion s'installe durablement dans les habitudes de consommation des Français

Les produits d'occasion ont conquis les Français et ce marché se développe toujours davantage. Dans un contexte de crise environnementale et économique, ces produits répondent à des préoccupations majeures. De plus, la qualité des biens d'occasion disponibles sur le marché vient renforcer l'intérêt des Français pour ce type de produits.

Les produits de seconde main prennent de plus en plus leur place dans la consommation quotidienne des Français...

54% des Français affirme qu'acheter des produits d'occasion fait désormais partie de leurs habitudes (+9 points par rapport à décembre 2021). Ils sont en effet plus d'un sur deux (54%) à déclarer avoir acheté des produits ou des biens d'occasion au cours des douze derniers mois (+10 points depuis 2021 et +19 points depuis 2013). D'autres pratiques connexes gagnent aussi du terrain : **l'achat de biens reconditionnés progresse de 10 points** par rapport à l'an dernier (36%).

Pour se procurer ces produits d'occasion, les Français se tournent autant vers les achats en ligne (68%) que vers les lieux physiques (68%). Dans le détail, les sites internet ou les applications de vente de produits d'occasion (Backmarket, Le Bon Coin, Vinted, Selency, Amazon Warehouse...) sont les premiers canaux utilisés par les Français (53%). Ces sites ou applications devançant largement les plateformes de vente d'articles d'occasion des enseignes (14%) ou encore les sites internet et applications mobiles de dons entre particuliers (13%).

...et aussi pour les grands moments de vie

Les anniversaires, naissances, emménagements, diplômes, obtention du permis de conduire et mariages sont autant d'événements pour lesquels **plus de six Français sur dix ont acheté des produits ou biens de seconde main (63%)**. Ils y ont avant tout recours pour meubler ou décorer un nouveau logement (52%).

Un peu moins d'1/3 des Français a déjà offert des cadeaux d'occasion pour récompenser ses enfants pour des succès marquants ou pour l'anniversaire d'un proche. Pour l'arrivée d'un nouveau-né, cette proportion chute à 20%. On observe la même tendance pour le mariage qui reste dominé par les

produits neufs. Seuls 11% des Français ont déjà acheté des produits d'occasion pour leur propre mariage.

Bien que la seconde main soit aujourd'hui plus acceptable socialement, les Français peinent à se détacher d'une certaine appréhension à l'idée d'offrir un cadeau d'occasion. Même si une partie d'entre eux a déjà sauté le pas, deux tiers des Français avouent appréhender la réaction de leurs proches s'ils le faisaient (66%). Pourtant, **un Français sur deux serait prêt à demander en cadeau un produit d'occasion à un de ses proches (51%)**. Notons toutefois que 20% des Français restent réfractaires à cette idée et déclarent qu'ils seraient choqués si un proche leur en offrait un.

L'achat de seconde main boosté par des motivations économiques et écologiques

Le recours à la seconde main progresse parce qu'il répond à deux préoccupations qui gagnent en importance pour les Français : l'écologie et leur budget. **81% des Français estiment que l'achat de produits et de biens d'occasion a un impact réel sur l'environnement et 83% admettent être toujours plus en recherche de moyens pour faire des économies** depuis la crise sanitaire. Une perception qui progresse de 19 points depuis décembre 2021.

Si les Français font état de contraintes budgétaires qui les poussent à consommer davantage de produits d'occasion, il ne s'agit pour autant pas d'un choix par défaut car ils mettent en avant l'argument qualitatif de l'occasion. **64% des Français considèrent que les produits d'occasion sont d'aussi bonne qualité que les produits neufs**. Ils soulignent à ce sujet deux atouts des produits d'occasion : leur rapport qualité-prix (83%) et leur durée de vie (78%).

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

Service presse de Sofinco : Claire Garcia - presse@ca-cf.fr - +33(0)1 87 38 22 81
- +33(0)6 80 41 17 77

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 1 020 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 du 31 août au 2 septembre 2022 par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Tous les résultats sont disponibles en ligne [sur le site Sofinco](#)

À 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 2022 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ».

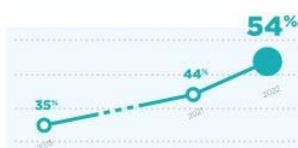
Pour en savoir plus : www.sofinco.fr

LES FRANÇAIS ET LES ACHATS DE SECONDE MAIN DANS LES GRANDS MOMENTS DE VIE

La seconde main, une pratique désormais démocratisée qui s'invite dans les grandes occasions

1 Français sur 2

a acheté **des produits d'occasion** au cours des 12 derniers mois



63%

ont acheté des produits/biens d'occasion dans **au moins un grand moment de vie**

52%

pour meubler un nouveau logement



31%

pour offrir un cadeau à leur enfant pour une occasion spéciale



31%

pour l'anniversaire d'un proche



MAIS AUSSI

20%

pour offrir un présent à un nouveau-né



CONTRE SEULEMENT

16%

pour la Saint Valentin



13%

pour offrir un cadeau de mariage



11%

pour leur propre mariage



53%

des Français privilégient **les sites Internet ou applications** de vente de produits d'occasion pour dénicher des produits et des biens de seconde main



Acheter des produits d'occasion, un moyen de s'offrir et d'offrir des produits de qualité en préservant son budget et l'environnement



83%

des Français sont satisfaits **du bon état** des produits de seconde main



78%

sont satisfaits **de leur durée de vie**



73%

trouvent **facile** d'offrir des produits de seconde main de qualité, y compris des produits de luxe/d'exception (**87%**)

Les Français privilégient des produits de seconde main pour faire des cadeaux, avant tout pour :

51%

Réaliser des économies



45%

Être plus respectueux de l'environnement



41%

Acheter des produits qu'ils ne pourraient pas trouver neufs



28%

Acheter des objets qui ont une histoire



Offrir un cadeau de seconde main, une pratique risquée ?

44%

des Français préfèrent offrir un objet neuf **par principe**

PEUT-ÊTRE

parce que **66%**

appréhendent **la réaction de leurs proches**



Le risque lié aux achats d'occasion reste un obstacle dans le choix d'un cadeau. Les Français s'inquiètent :

34%

De ne pas pouvoir retourner le produit s'il ne convient pas

31%

De la solidité et de la fiabilité des produits

30%

Des éventuelles arnaques

POURTANT

79%

des Français ne seraient **pas gênés** de recevoir un produit de seconde main en cadeau pour une grande occasion



Aussi bien les jeunes

89%

Que les 65 ans et +

70%



19%

en ont déjà demandé

