



1 Français sur 2 a pris l'habitude d'acheter des produits d'occasion

L'essor du marché de la seconde main, estimé à 7 milliards d'euros en France*, est exponentiel depuis plusieurs années et près d'un Français sur deux a pris pour habitude d'acheter des produits d'occasion ou reconditionnés (46%, -8 pts vs 2022). Bien qu'un léger déclin soit constaté cette année, l'occasion apparaît comme le bon compromis pour continuer à consommer malgré l'inflation (76%) et avoir un réel impact sur l'environnement (75%).

CHIFFRES CLÉS

- **46% des Français considèrent qu'acheter des produits d'occasion fait partie de leurs habitudes**
- **Près de 7 Français sur 10 préfèrent acheter des produits d'occasion de qualité plutôt qu'un produit neuf premier prix**
- **Avant d'acheter, 61% des Français ont le réflexe de chercher si un produit neuf est proposé à un prix plus intéressant sur un canal d'achat de produit d'occasion**

L'achat d'occasion s'ancre dans les habitudes des Français

Près d'un Français sur deux (46%) déclare qu'acheter des produits d'occasion fait partie de ses habitudes. Au cours des douze derniers mois, 48% des personnes interrogées déclarent ainsi avoir acheté des produits d'occasion (-6pts vs septembre 2022), 29% avoir acheté des produits reconditionnés (-7pts vs septembre 2022) et 49% en avoir vendu (-6pts vs septembre 2022). Bien qu'en baisse, ces chiffres sont très supérieurs à ceux observés il y a dix ans. En effet, les Français étaient tout juste un tiers à acheter des produits d'occasion en 2013 (35%).

Les sites internet ou les applications de vente de produits d'occasion (Leboncoin, Vinted, Backmarket...) sont privilégiés par 50% des personnes sondées mais les lieux de vente physique ne sont pas en reste puisque 34% des personnes achetant de la seconde main privilégient aussi les brocantes et les friperies.

Les Français ont dépensé en moyenne 330 euros pour des produits d'occasion ou reconditionnés

Globalement stables, les montants qui sont dédiés à l'achat de seconde main illustrent l'ancrage de ce type d'achat dans les habitudes des Français. En moyenne, ils ont dépensé 330 euros pour l'achat de produits d'occasion ou de produits reconditionnés (-19 euros vs 2021). Les livres/jeux vidéo (41%), les

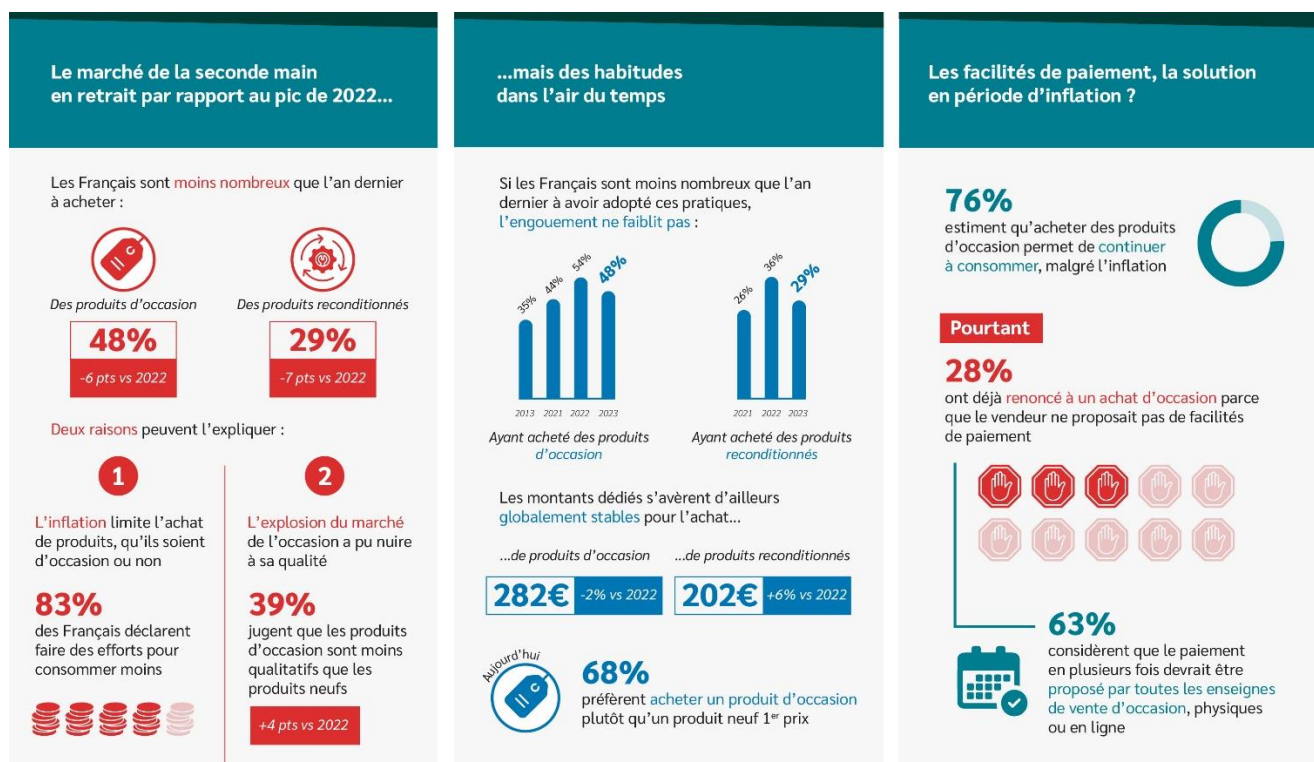
vêtements pour adultes (35%) et les biens pour enfants (jouets, 24% ; vêtements, 23%) sont les produits privilégiés.

Concernant les modalités de paiement, un peu moins de 5 sondés sur 10 indiquent qu'ils pourraient utiliser des facilités de paiement pour des achats de seconde main et 63% que le paiement en plusieurs fois devrait être proposé par toutes les enseignes de vente d'occasion tant physiques qu'en ligne.

Le marché de la seconde main répond aux aspirations des Français

Avec le contexte de forte inflation qui oblige 86% des Français à rechercher des économies et 83% à faire des efforts pour consommer moins, l'occasion apparaît comme un moyen de consommer mieux. Pour plus de 7 personnes interrogées sur 10, le marché de la seconde main permet de continuer à consommer malgré la hausse des prix en magasin (76%) tout en ayant un réel impact sur l'environnement (75%).

Cela se confirme au travers des habitudes d'achat adoptées par les Français : 68% préfèrent acheter un produit d'occasion de qualité plutôt qu'un produit neuf premier prix et 61% ont le réflexe de comparer le prix d'un produit neuf avec le même produit sur une plateforme d'achat d'occasion.



*Etude réalisée par l'entreprise Tripartie, 2022

Service presse de Sofinco : Claire Garcia - +33 (0)1 87 38 22 81 - +33 (0)6 80 41 17 77 - 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 1 006 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 7 au 8 juin 2023 par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Communiqué de presse : Sofinco

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 Consumer Finance, filiale de crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A., qui distribue depuis plus de 70 ans 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