

Massy, le 26 mars 2024.



Seconde main : 61% des Français ont acheté au moins un bien d'occasion ou reconditionné en 2023

Estimé à 7 milliards d'euros en France*, le marché de l'occasion concerne aujourd'hui tous les secteurs - le textile, la téléphonie, l'électroménager, etc. – et s'ancre dans les habitudes des Français toutes générations confondues. Plus de 6 Français sur 10 ont ainsi acheté au moins un bien d'occasion ou reconditionné ces 12 derniers mois. Une tendance en progression de 3 points depuis juillet 2023 (date du dernier Sofinscope sur la seconde main) et qui devrait se renforcer avec l'essor des plateformes de vente d'occasion, la recherche d'économies et la prise de conscience environnementale.

CHIFFRES CLÉS

- **1 Français sur 2** considère l'achat de produits d'occasion comme une habitude.
- **65%** des sondés préfèrent acheter un produit d'occasion de qualité plutôt qu'un produit neuf premier prix.
- Sur les 12 derniers mois, les Français ont vendu en moyenne **13 produits d'occasion**.

La seconde main désormais ancrée dans les habitudes de consommation de la moitié des Français

Au cours de l'année passée, près d'un Français sur deux a acheté des produits d'occasion (49%) et 39% ont acheté un produit reconditionné, un marché en forte progression (+10 pts vs 2023).

Bien que l'inflation ralentisse, les Français veillent à limiter leurs dépenses. La seconde main constitue une alternative de consommation : 70% des Français déclarent qu'ils achètent d'occasion pour des raisons économiques (+3 pts) et l'argument écologique est également mis en avant par un peu plus de la moitié des sondés (56%).

Les Français vendent en moyenne 13 produits par an

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 52% des Français (+3 pts vs 2023 et +22 pts vs 2013). En moyenne sur les 12 derniers mois, les Français ont vendu 13 produits et près d'un Français sur 5 (19%) déclare vendre plus de 20 produits par an. Les bénéfices diminuent

cependant avec environ 183 euros générés, soit une baisse de 39 euros par rapport à l'année précédente.

61% des Français comparent les prix du neuf avec l'occasion lorsqu'ils souhaitent acheter un produit

L'attrait pour la seconde main concurrence fortement le marché du neuf. Ainsi, 43% des Français envisagent de ne consommer que des produits de seconde main et renoncer aux produits neufs. Ce chiffre est encore plus probant chez les moins de 35 ans puisqu'il concerne 63% d'entre eux (contre 37% chez les plus de 35 ans). Aujourd'hui, 65% 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. Cela concerne même les trois quarts des jeunes de moins de 35 ans.

Les achats de seconde main se font majoritairement en ligne

L'ancrage de la seconde main a permis l'essor de multiples plateformes en ligne. Aujourd'hui, 68% des Français privilégient les solutions digitales (+6 pts) et 61% s'orientent vers les brocantes, friperies et autres dépôts-ventes physiques, ce qui représente une baisse de 9 points par rapport au précédent Sofinscope.

Les sites internet et applications de vente de produits d'occasion entre particuliers sont cités par près d'1 Français sur 2. Cela s'explique certainement par la diversité des produits et des marques qu'ils proposent. Les plateformes d'occasion mono-marque lancées par des enseignes restent fortement en marge. 13% des Français déclarent les visiter.

Finalement, les Français se prêtent au jeu de la recherche de la bonne affaire puisque la moitié d'entre eux a pris l'habitude de consulter régulièrement ces applications sans avoir de réel besoin (48%).

Les facilités de paiement favoriseraient le développement de la seconde main

Aujourd'hui, 29% des sondés disent avoir renoncé à l'achat d'un bien d'occasion, faute de facilités de paiement proposées par le vendeur. Aussi, 2 Français sur 5 déclarent qu'ils achèteraient plus fréquemment de la seconde main s'ils avaient cette option, une proportion qui atteint 59% chez les moins de 35 ans. Finalement, 58% des Français considèrent que les facilités de paiement devraient toujours être disponibles sur le marché de la seconde main et que cela permettrait qu'il soit encore plus accessible, notamment en cas de panier élevé.

« Si la seconde main est clairement entrée dans les habitudes de consommation, il subsiste encore des freins à l'achat notamment le manque d'accès à des facilités de paiement. La mise en place de solutions tel le paiement fractionné par les plateformes spécialisées dans la seconde main sera un booster pour le marché de l'occasion. » **Franck Oniga, Directeur général de Sofinco**

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



**Etude réalisée par l'entreprise Tripartie, 2022*

Service presse de Sofinco :

Claire Garcia - presse@ca-cf.fr / +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 1 029 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 21 au 22 février 2024 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 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 2023 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ».

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr