

Une étude



pour

oney

# Achats de produits d'occasion, reconditionnés : perception et pratiques des Européens

**Juin 2022**

---

Jean-Daniel Lévy, Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

Rémy Broc, Chef de groupe au Département Politique - Opinion

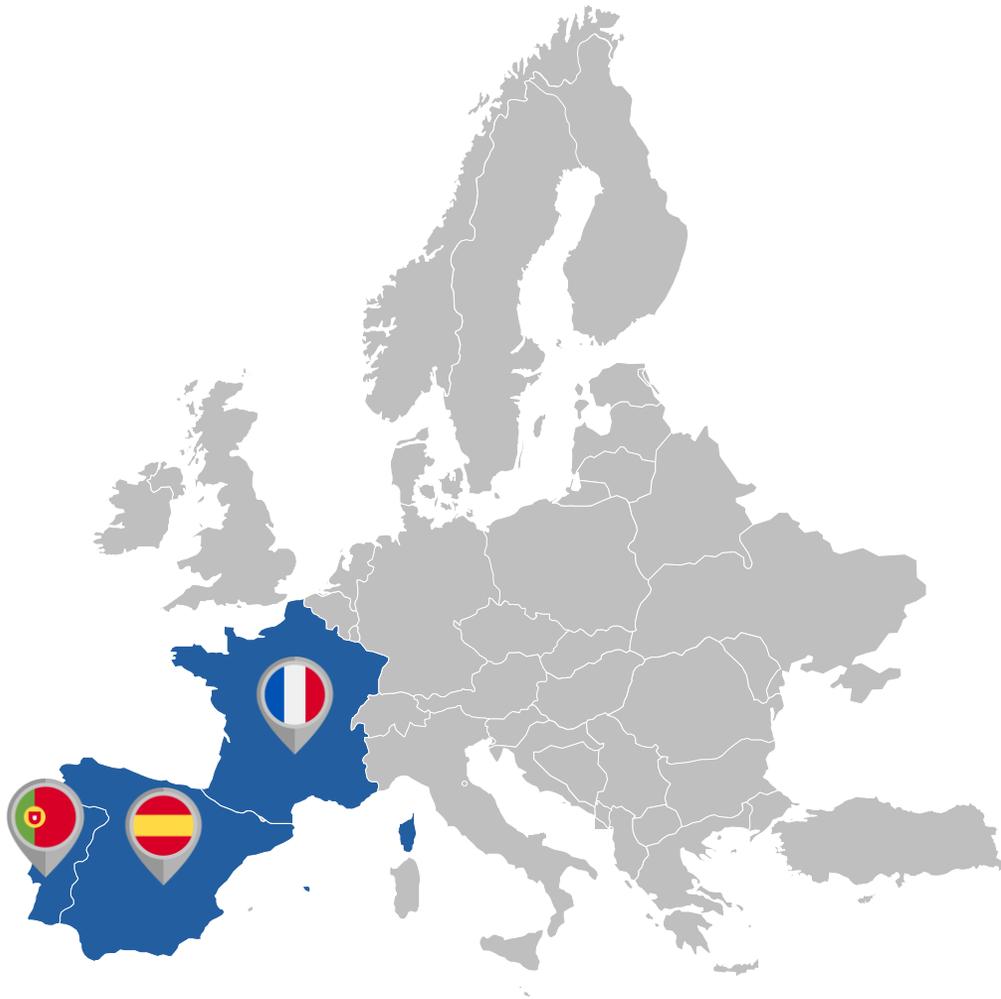
Anaïs Prunier, Chargée d'études au Département Politique – Opinion



# Sommaire

<b>Méthodologie d'enquête</b>	<b>P.3</b>
<b>Les déterminismes de la consommation responsable : éviter le gaspillage et prioriser la durabilité du produit</b>	<b>P.5</b>
<b>Le choix du reconditionné ou de l'occasion : un comportement ancré aujourd'hui auprès des Européens ?</b>	<b>P.10</b>
<b>Le choix du reconditionné ou de l'occasion à l'avenir</b>	<b>P.16</b>
<b>Les raisons du choix d'un produit reconditionné ou d'occasion</b>	<b>P.20</b>
<b>Le paiement fractionné dans le choix de produits d'occasion/reconditionnés</b>	<b>P.24</b>
<b>Banque et organisme de crédit : un accompagnement des clients vers une consommation plus responsable</b>	<b>P.26</b>

# Méthodologie d'enquête



- Enquêtes en ligne simultanées dans 3 pays européens.
- **3 échantillons représentatifs de la population nationale** de chaque pays âgée d'au moins 18 ans, interrogés du 3 au 10 juin 2022.
- **Au total, 3 092 personnes ont été interrogées, réparties entre les différents pays :**
  - France : 1 004 personnes
  - Espagne : 1 054 personnes
  - Portugal : 1 034 personnes
- **La représentativité est assurée par la méthode des quotas et un redressement appliqué aux variables suivantes : sexe, âge, région d'habitation et niveau de revenus des répondants dans chaque pays.**
- L'ensemble des personnes interrogées au sein des 3 pays France, Espagne, Portugal seront rassemblées et appelées dans ce rapport sous le terme "Les Européens"

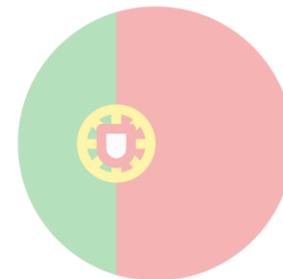
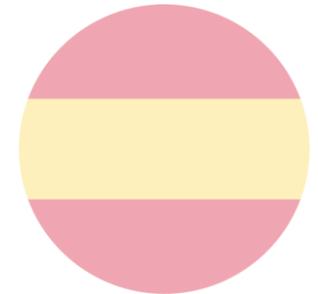
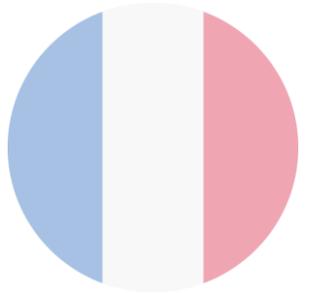
# Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4



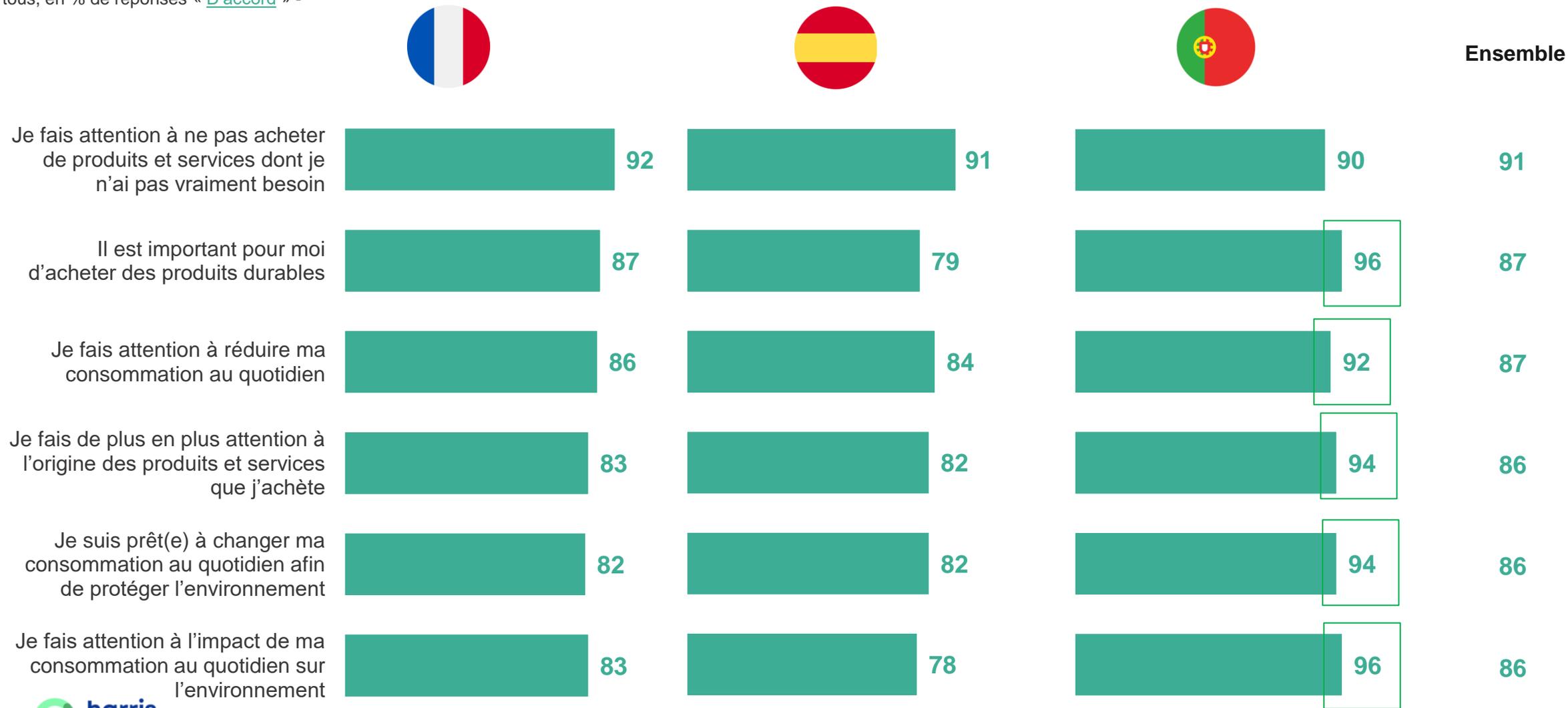
**Les déterminismes de la consommation responsable : éviter le gaspillage et prioriser la durabilité du produit**



D'une façon générale, les Européens déclarent faire attention à leur consommation, notamment en faisant attention à ne pas acheter des produits et services dont ils n'ont pas besoin, en achetant des produits durables et en réduisant leur consommation au quotidien. Davantage que la moyenne, les Portugais se démarquent pour chacun de ces comportements.

Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

- À tous, en % de réponses « [D'accord](#) » -



**Quand ils achètent un produit, les Européens déclarent faire attention à deux choses principalement : à éviter le gaspillage et avoir un produit qui dure, qu'ils peuvent utiliser longtemps. Les Espagnols et les Portugais se montrent plus attentifs que les Français à un produit qui améliore leur bien-être ou leur santé.**

Pour vous, parmi les critères de responsabilités suivants, quels sont les trois auxquels vous êtes le plus attentif, qui comptent le plus lorsque vous achetez un produit ?  
En premier, en deuxième, en troisième ?

- À tous, en % -

Le fait de :



Ensemble

- Total -

Eviter le gaspillage



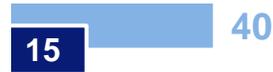
56

Avoir un produit qui dure, que vous pouvez utiliser longtemps



47

Améliorer votre bien-être ou votre santé



47

Payer moins cher votre produit



39

Soutenir l'économie locale, les circuits courts



32

Défendre les producteurs et les conditions de travail des ouvriers (produit équitable)



23

Réduire l'empreinte carbone, la pollution émise par le produit lors de son utilisation



21

Réduire l'empreinte carbone, la pollution émise par le produit lors de sa conception



20

Avoir un produit qui va montrer aux autres que vous consommez de façon « responsable »

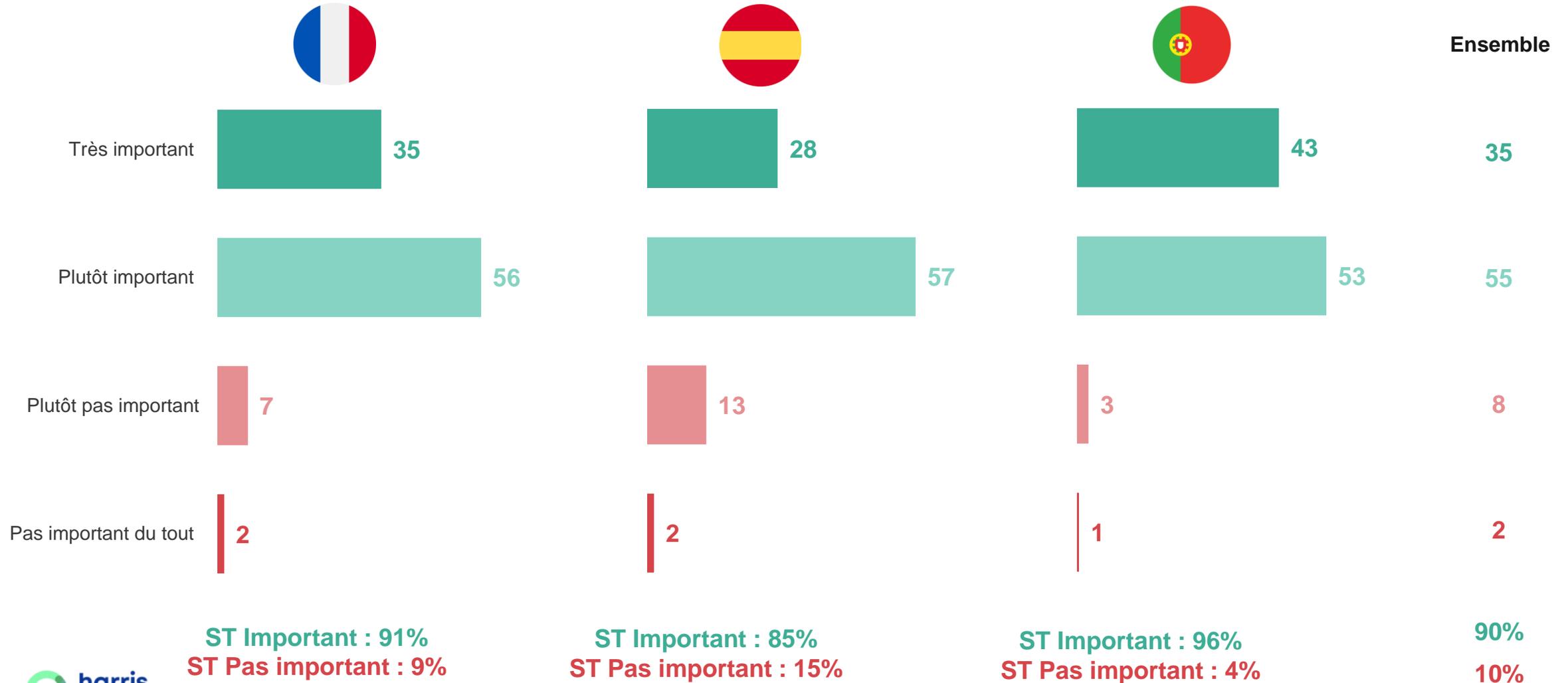


12

D'une manière générale, la durabilité des produits est un critère important pour 90% des Européens, avec près d'un tiers qui le considère comme « très important ».

D'une manière générale, diriez-vous que la durabilité des produits que vous achetez est un critère important ou non pour vous ?  
 Nous entendons par « durabilité », l'intégralité de la durée de vie des produits (conception, utilisation et destruction)

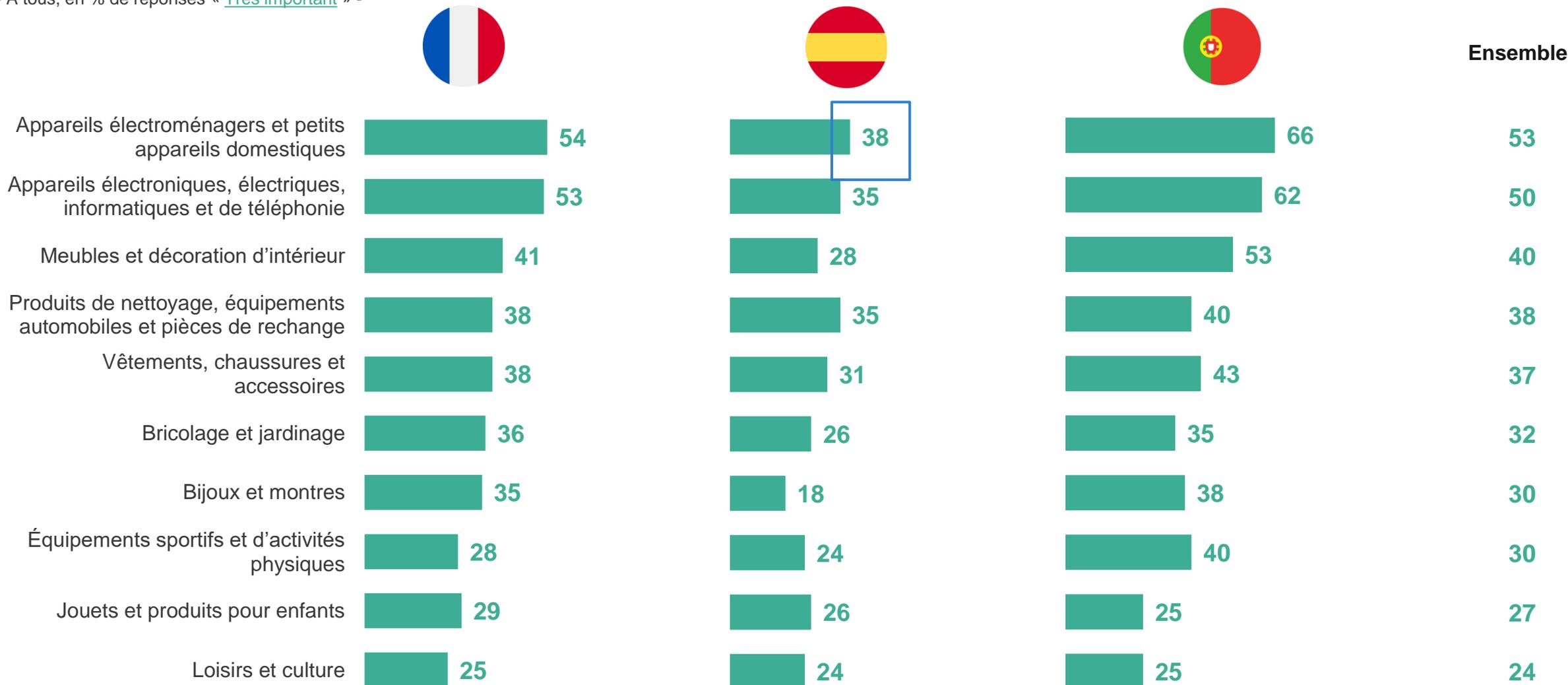
- À tous, en % -



Dans le détail, ce critère de la durabilité est très important concernant d'abord les appareils électroménagers et petits appareils domestiques (53%), les appareils électroniques, électriques, informatiques et de téléphonie (50%) puis pour les meubles et la décoration d'intérieur (40%).

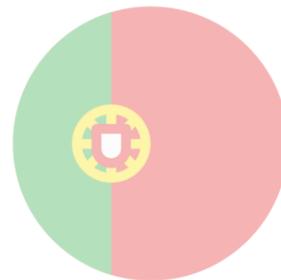
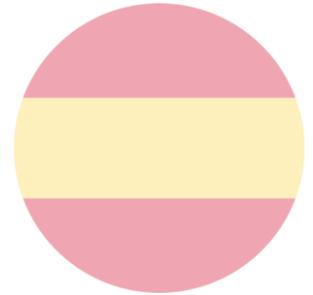
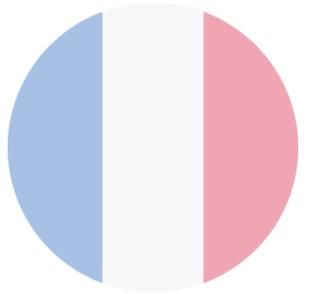
Et plus précisément, pour chacune des catégories suivantes, diriez-vous que la durabilité est un critère important ou non pour vous lorsque vous achetez ces produits ?

- À tous, en % de réponses « [Très important](#) » -





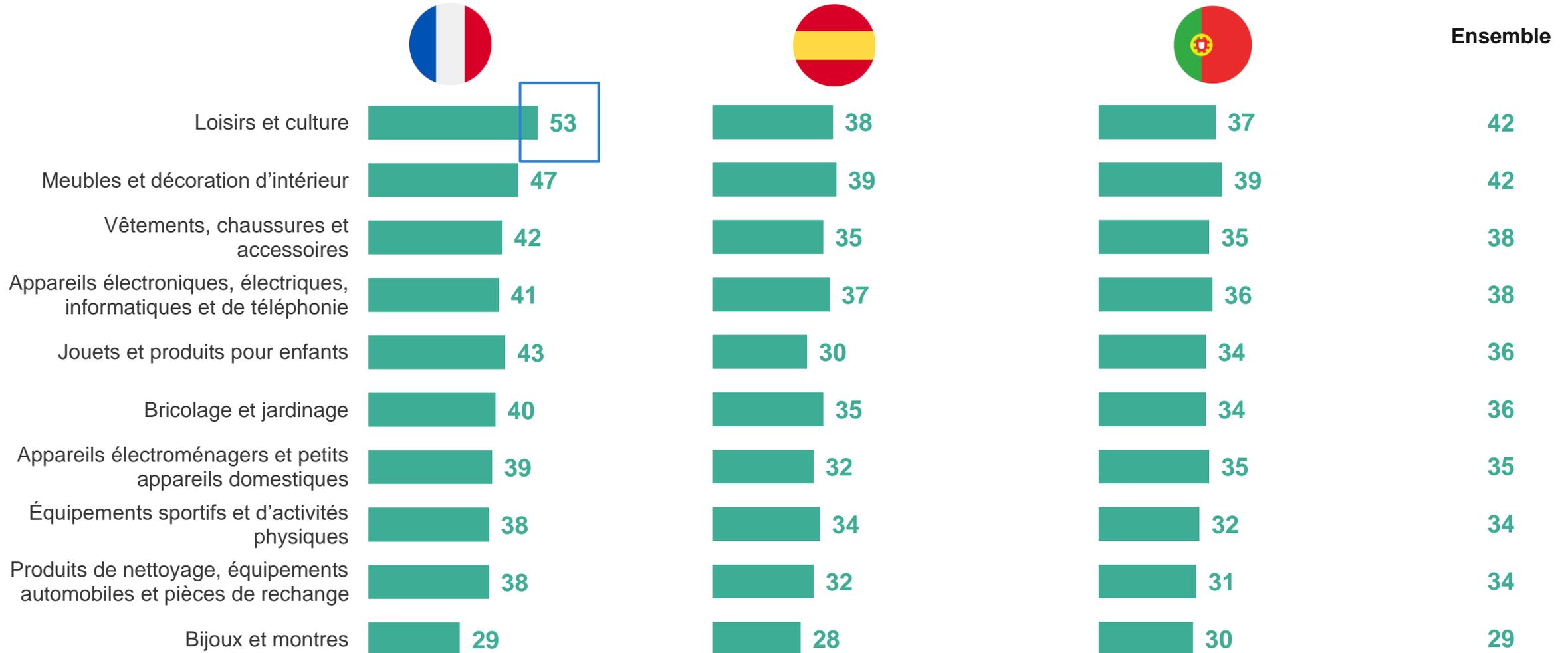
**Le choix du reconditionné ou de l'occasion : un comportement ancré aujourd'hui auprès des Européens ?**



**Plus des ¾ des Européens déclarent avoir déjà choisi des produits de seconde main plutôt que des produits neufs : d'abord pour l'achat de produits de loisirs et de culture, et d'ameublement. La pratique apparaît davantage ancrée en France qu'en Espagne ou au Portugal.**

Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous choisi des produits d'occasion ou reconditionnés plutôt que des produits neufs dans chacune des catégories suivantes ?

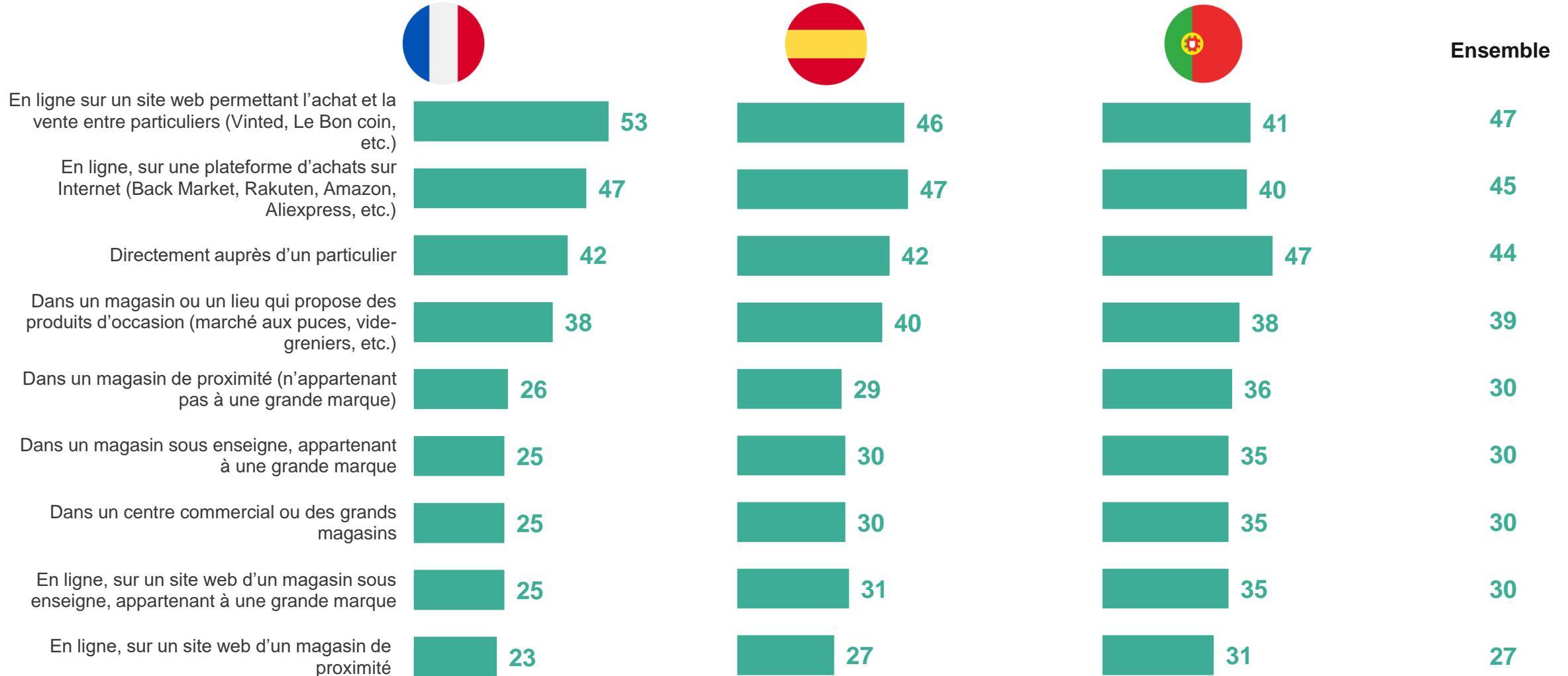
- À tous, en % de réponses « Vous choisissez systématiquement/Souvent/Parfois des produits d'occasion / reconditionnés plutôt que des produits neufs » -



**Des achats de produits d'occasion/reconditionnés réalisés principalement sur un site web permettant l'achat et la vente entre particuliers (47%), auprès d'une plateforme d'achats sur Internet (45%) ou encore directement auprès d'un particulier (44%).**

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté des produits d'occasion/reconditionnés dans chacun des lieux suivants ?

- À ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés au cours des 12 derniers mois, en % de réponses « Oui » -

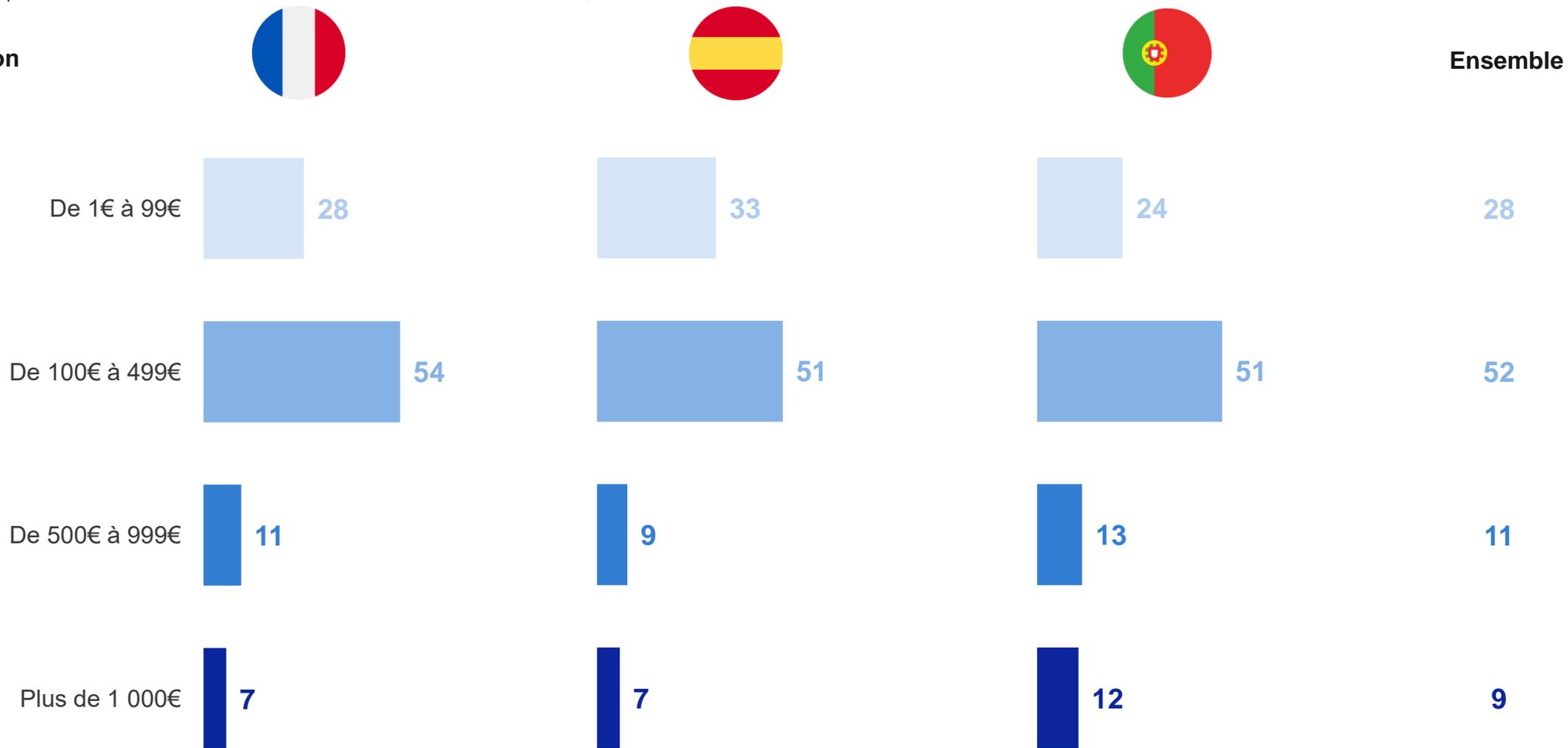


## En moyenne, sur une année, les Européens estiment qu'ils dépensent 301€ en produits d'occasion...

Selon vous, sur une année, quel est le montant total que vous dépensez en produits d'occasion et produits reconditionnés ?

- À ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés au cours des 12 derniers mois, en % -

**Produits d'occasion  
(hors véhicules) :**

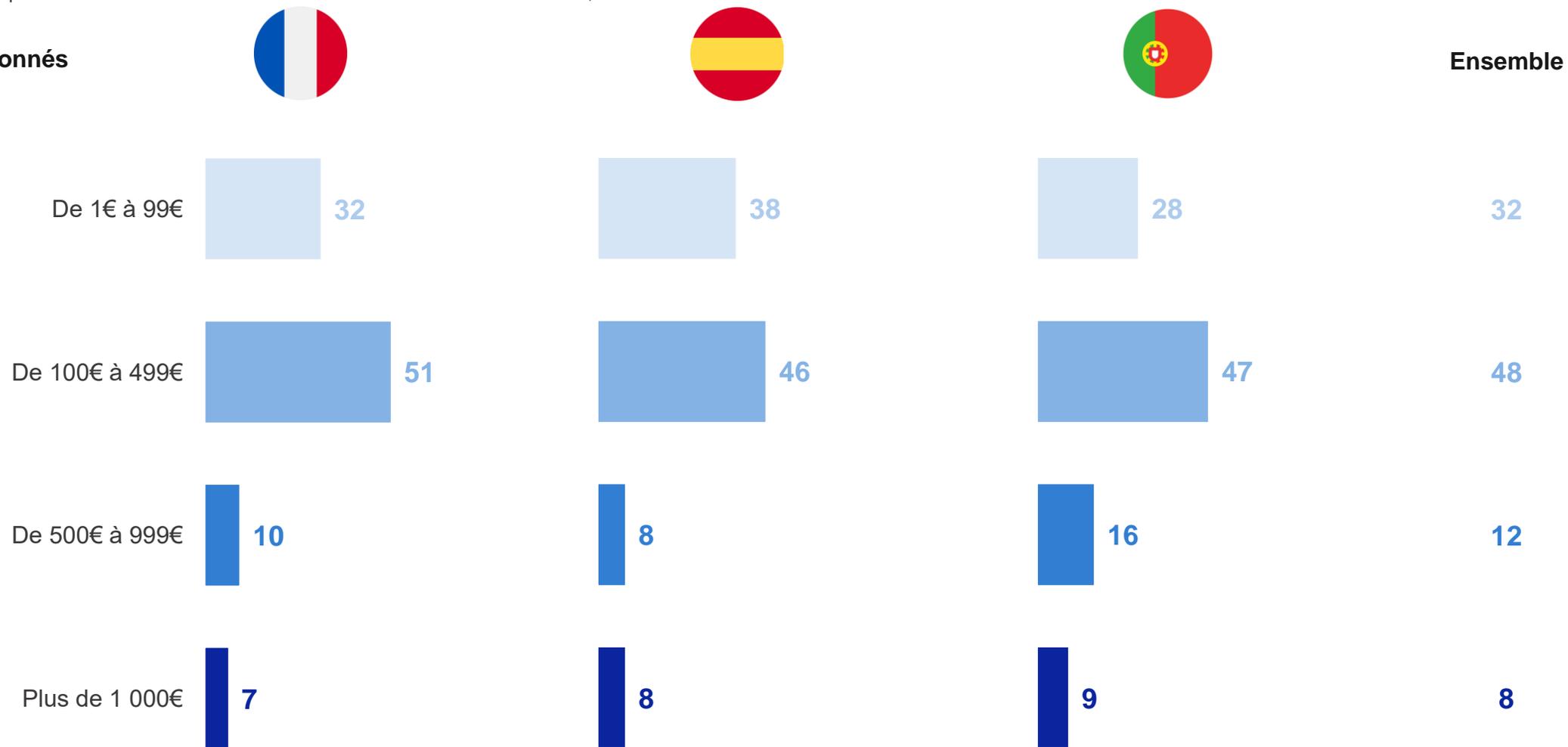


## ... Et estiment réaliser des dépenses similaires pour des produits reconditionnés avec un montant moyen de 297€.

Selon vous, sur une année, quel est le montant total que vous dépensez en produits d'occasion et produits reconditionnés ?

- À ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés au cours des 12 derniers mois, en % -

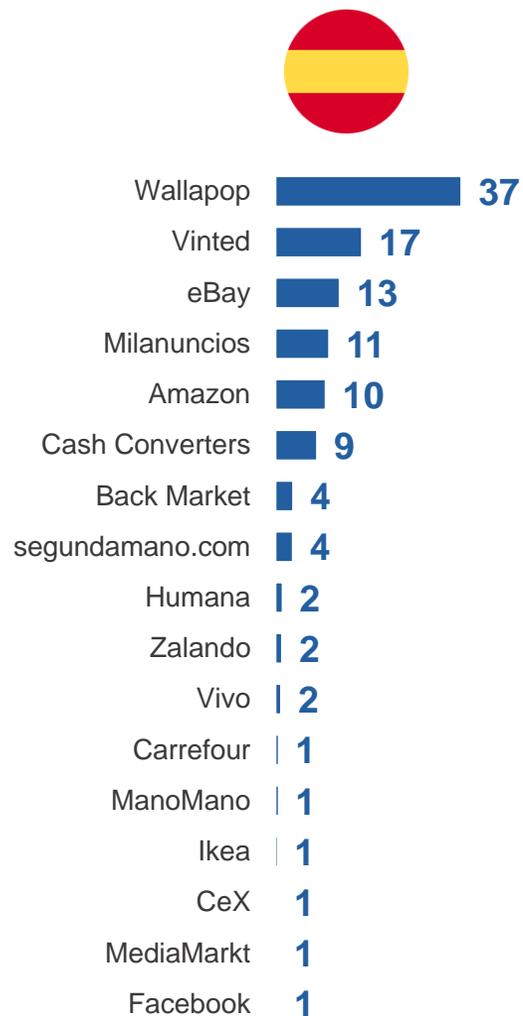
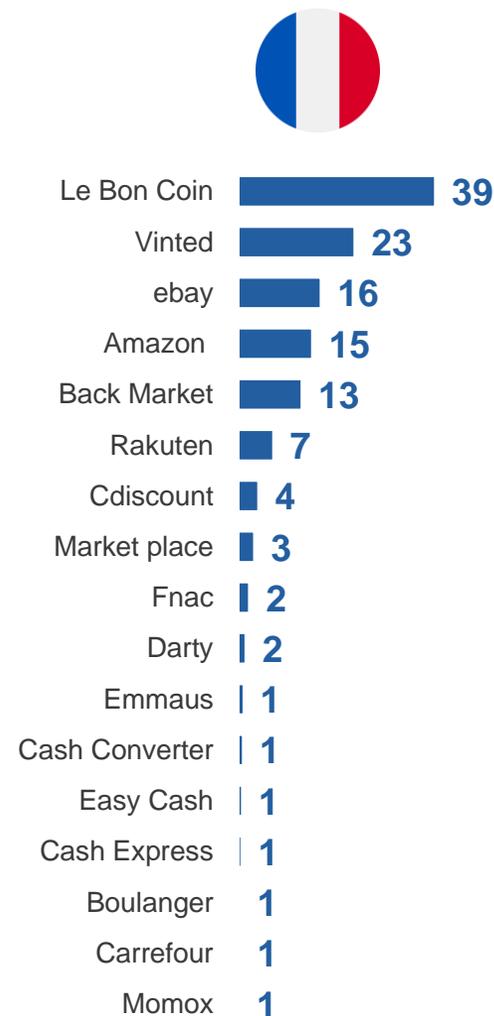
### Produits reconditionnés (hors véhicules) :



## Principaux acteurs cités dans le cadre de l'achat de produits d'occasion/reconditionnés.

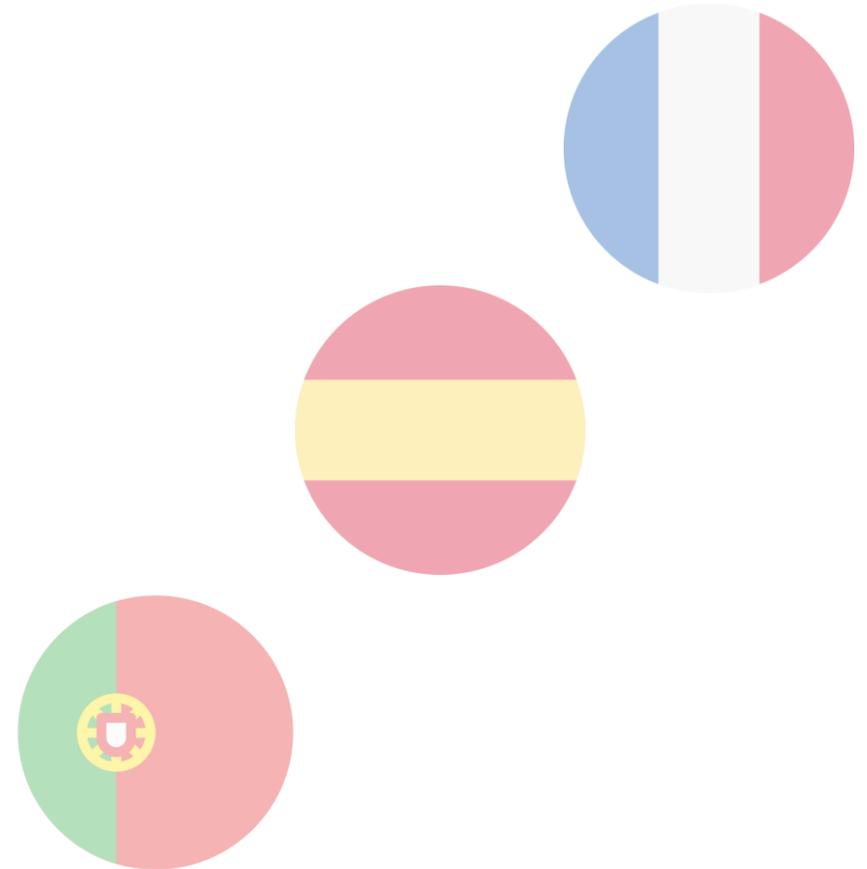
Quels sont tous les acteurs (commerces physiques ou en ligne) qui vous viennent à l'esprit lorsqu'on vous évoque la possibilité d'acheter des produits d'occasion/reconditionnés ?  
Question ouverte, réponses spontanées

- À tous, en % -





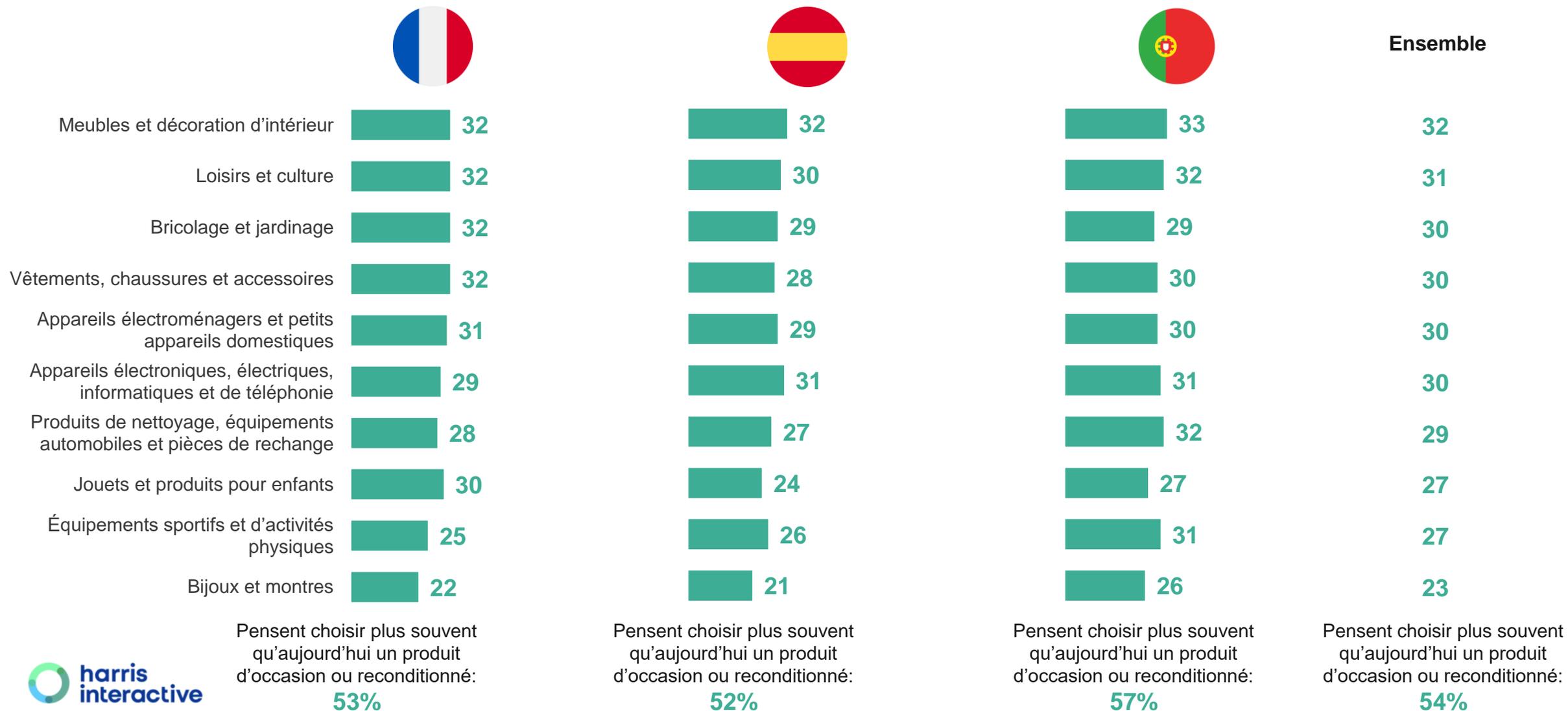
# Le choix du reconditionné ou de l'occasion à l'avenir



## Dans les 12 prochains mois, la moitié des Européens pensent acheter plus souvent des produits d'occasion ou reconditionnés.

Au cours des 12 prochains mois, à quelle fréquence pensez-vous que vous choisirez des produits d'occasion / reconditionnés plutôt que des produits neufs pour chacune des catégories suivantes ?

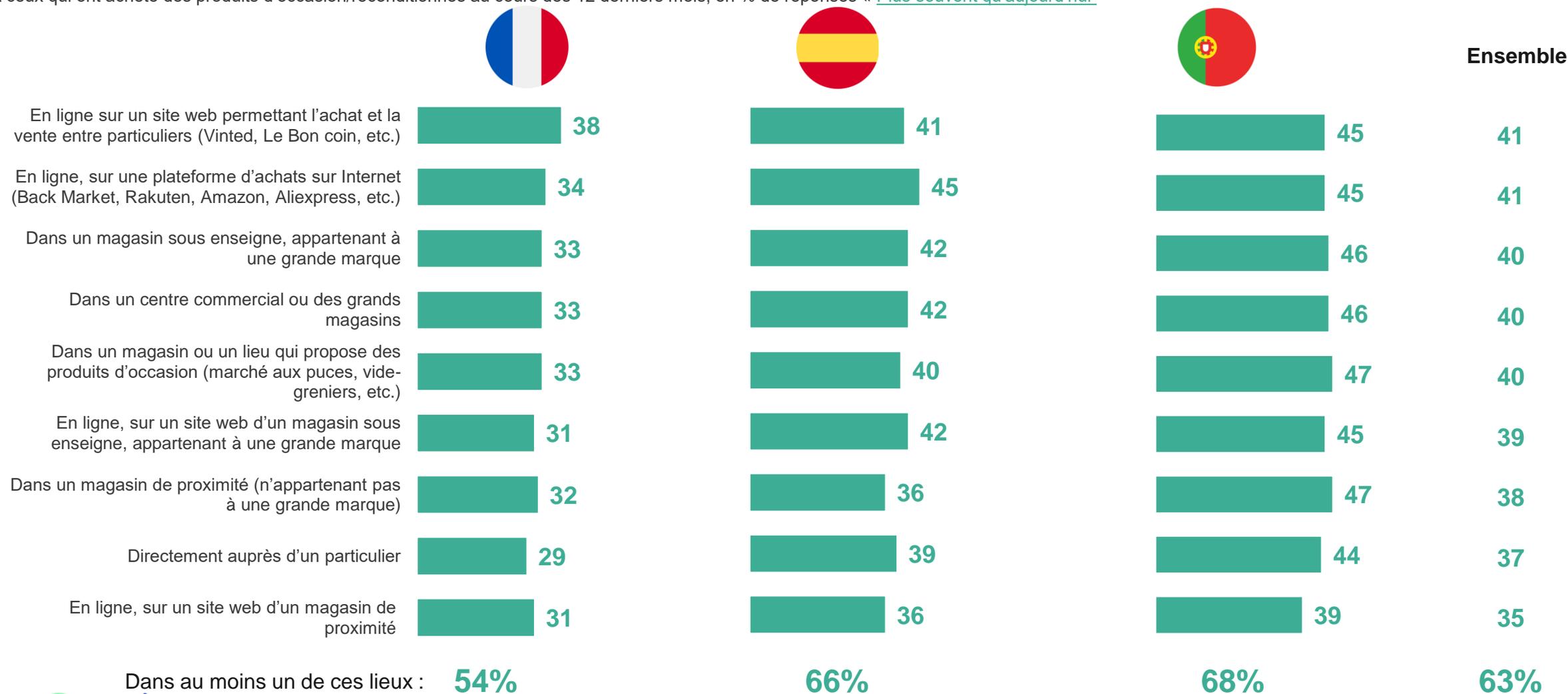
- À tous, en % de réponses « Plus souvent qu'aujourd'hui » -



Parmi ceux qui ont acheté des produits d'occasion ou reconditionné au cours des 12 derniers mois, plus de 6 sur 10 déclarent qu'ils en rachèteront dans l'année qui arrive, notamment en ligne, que de soit via un site web permettant l'achat et la vente entre particuliers (41%) ou une plateforme d'achat (41%).

Dans les 12 prochains mois, à quelle fréquence pensez-vous que vous allez acheter des produits d'occasion/reconditionnés dans chacun des lieux suivants ?

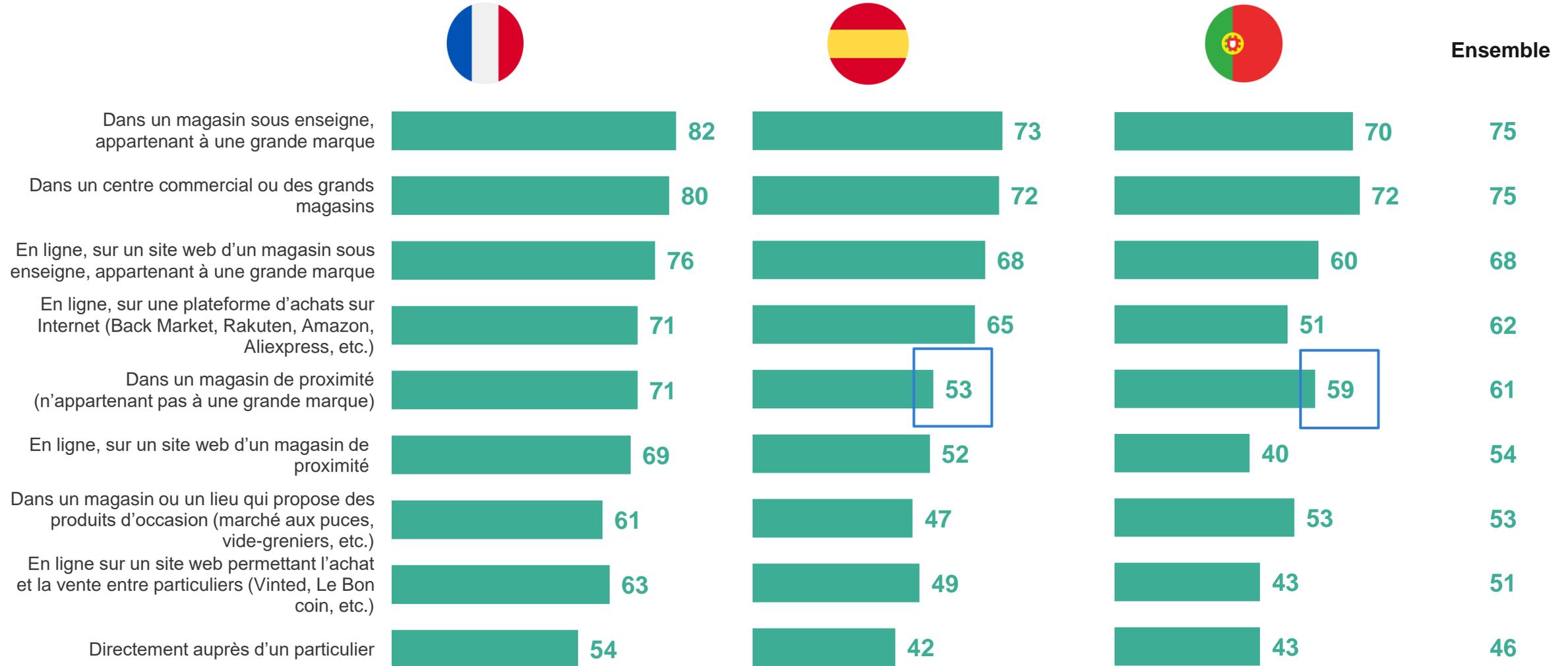
- À ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés au cours des 12 derniers mois, en % de réponses « Plus souvent qu'aujourd'hui » -



**Pour acheter des produits reconditionnés ou d'occasion, les Européens, notamment ceux qui ne réalisent pas d'achat de ce type, accorderaient avant tout leur confiance aux enseignes physiques : une enseigne appartenant à une grande marque et dans un centre commercial ou des grands magasins (75%).**

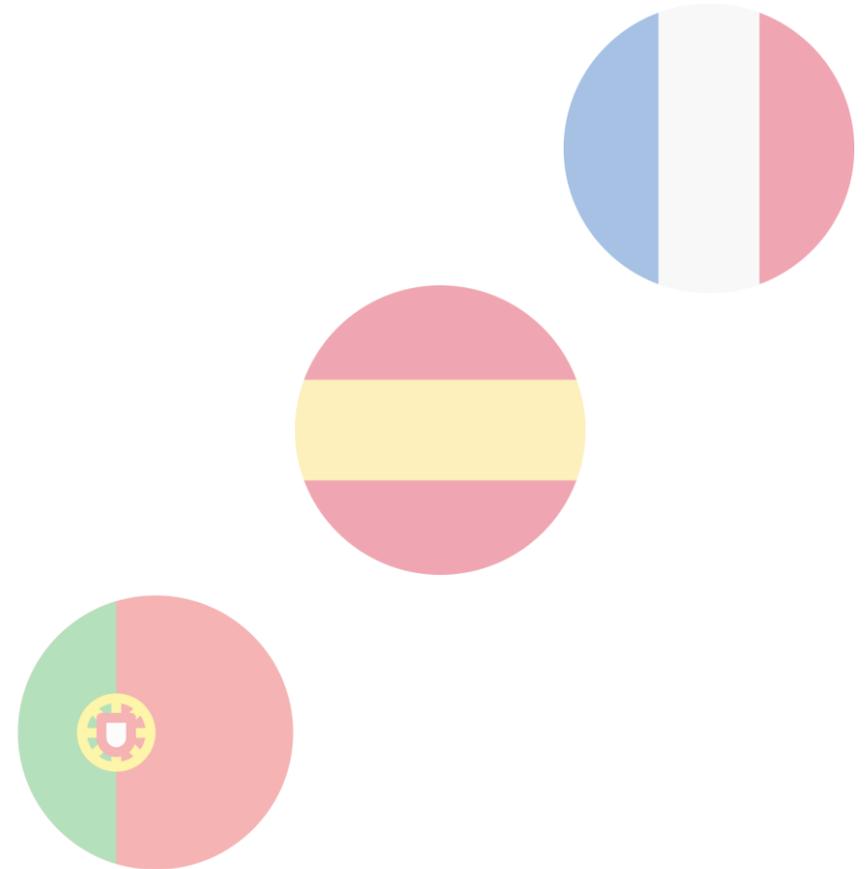
Imaginons que chacun des acteurs suivants propose des produits reconditionnés ou d'occasion, leur feriez-vous confiance ou non pour vous proposer un produit qui répondrait à vos attentes ?

- À tous, en % de réponses « [Confiance](#) » -





# Les raisons du choix d'un produit reconditionné ou d'occasion

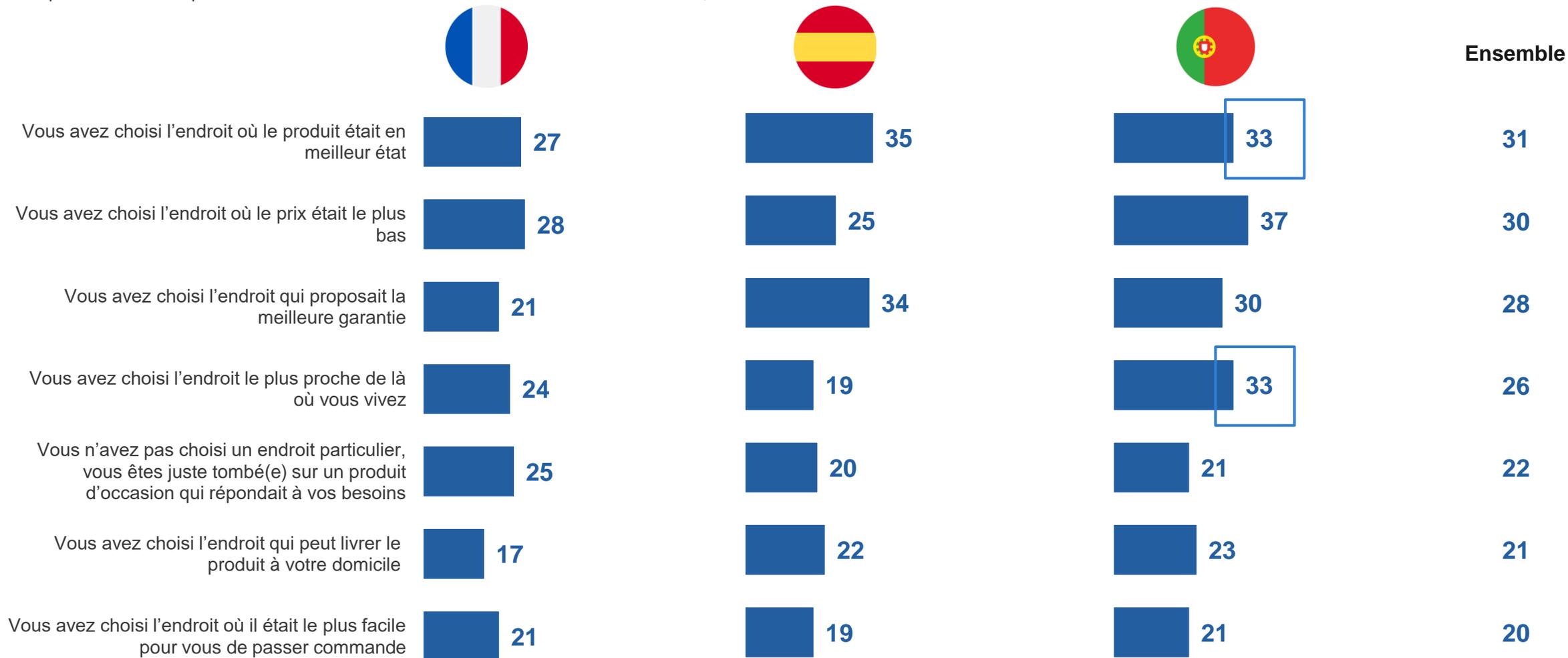


Pour choisir le lieu d'achat de produits de seconde main, les Européens ayant déjà acheté ces produits mettent principalement en avant le rapport qualité/ prix du produit. Les garanties constituent également un aspect important.

Comment avez-vous choisi le lieu où vous achetez le plus souvent des produits d'occasion/ reconditionnés ?

3 réponses possibles

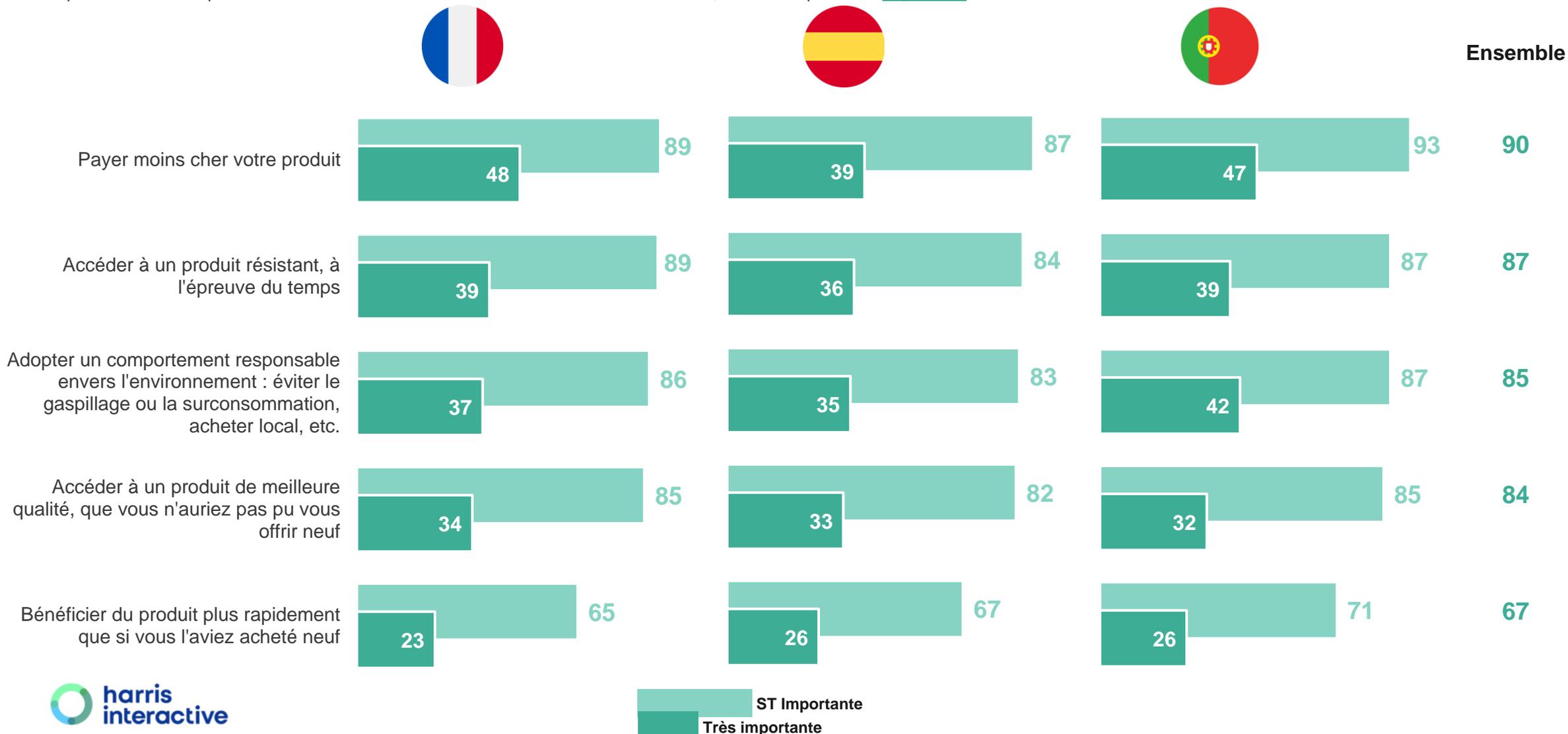
- À ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés au cours des 12 derniers mois, en % -



Comme pour le choix du lieu d'achat, le prix constitue l'élément le plus décisif dans le choix du produit d'occasion/reconditionné. Dans une moindre mesure, la durabilité (renvoyant à la qualité du produit) est également mentionnée

Quand vous choisissez un produit d'occasion/reconditionné plutôt qu'un produit neuf, chacune des raisons suivantes est-elle importante ou non dans votre choix ?

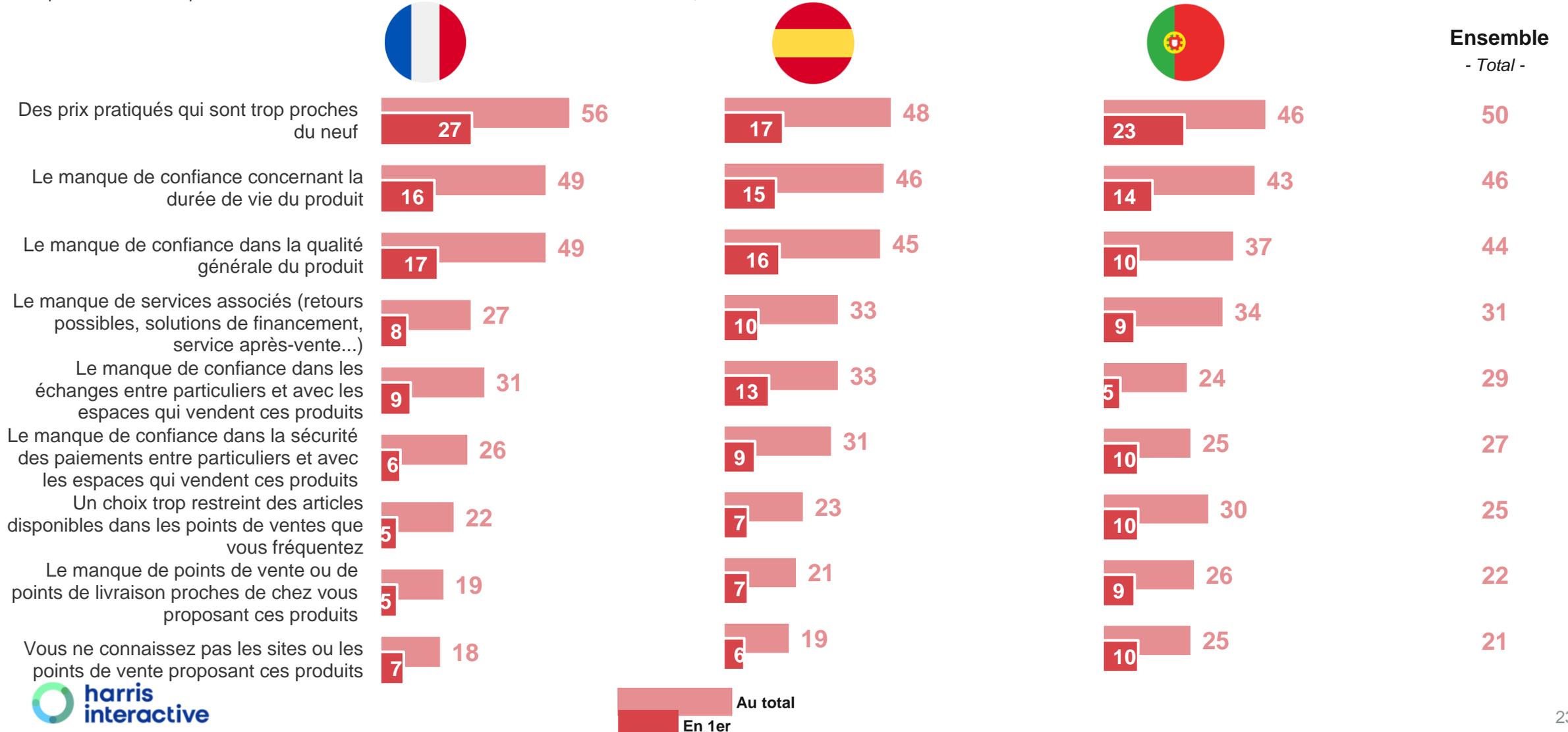
- À ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés au cours des 12 derniers mois, en % de réponses « Importante » -



**A l'inverse, des prix pratiqués qui sont trop proches du neuf (50%), le manque de confiance que ce soit concernant la durée de vie du produit (46%) ou même la qualité générale du produit (44%) constituent les principales raisons qui feraient renoncer ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés à en acheter de nouveau.**

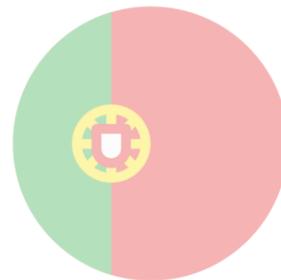
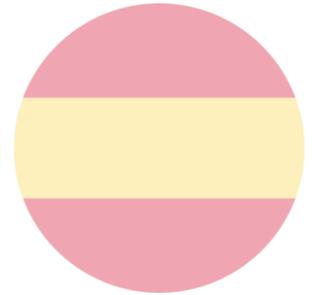
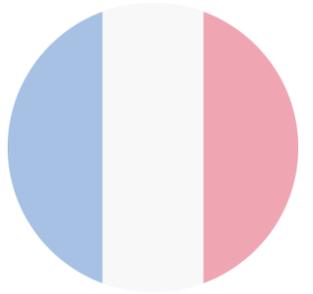
Quelles raisons principales vous feraient renoncer à acheter un produit d'occasion/reconditionné plutôt qu'un produit neuf ?  
En premier ? En second ? En troisième ?

- À ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés au cours des 12 derniers mois, en % -





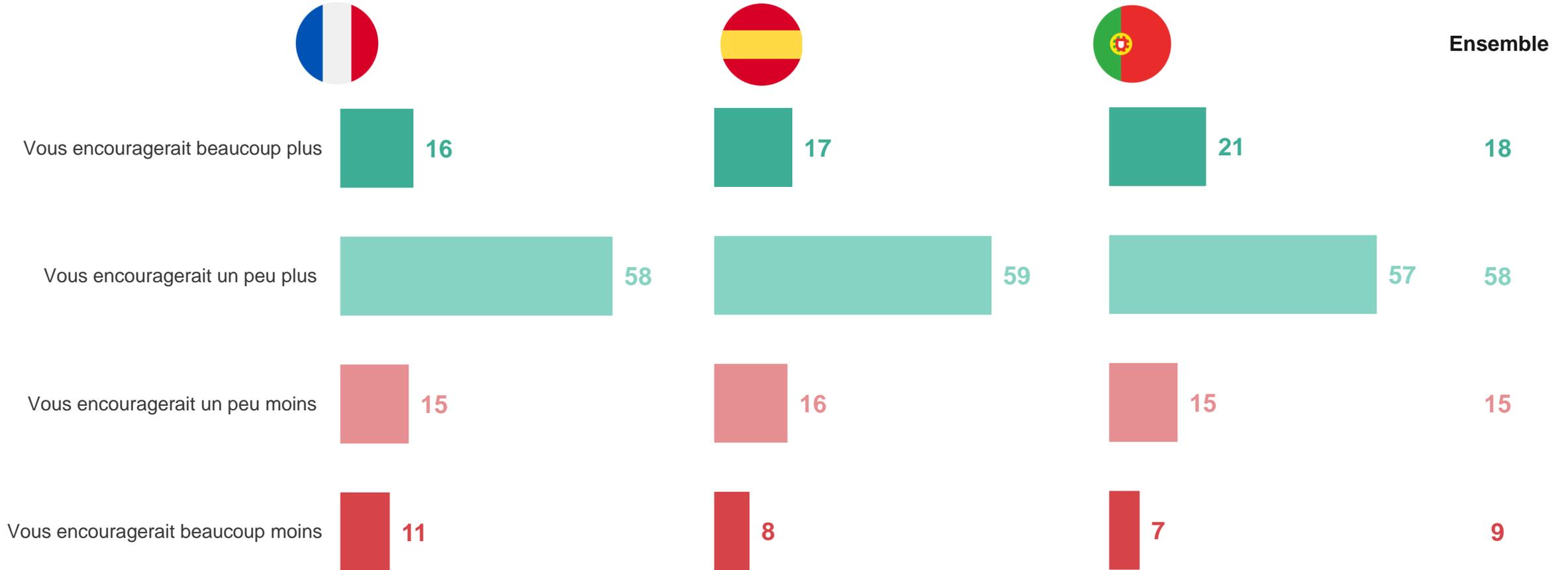
# Le paiement fractionné dans le choix de produits d'occasion/reconditionnés



Interrogés sur la possibilité d'utiliser le mode de paiement en plusieurs fois, plus des ¾ de ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés estiment que cela les encouragerait à en acheter davantage pour l'avenir, un encouragement qui semble néanmoins de principe, puisque seuls 18% déclarent que le paiement fractionné les encouragerait « beaucoup plus » à réaliser ce type d'achat

Si le paiement en plusieurs fois par carte bancaire était proposé pour l'achat de produits d'occasion / reconditionnés, diriez-vous que cela vous encouragerait ou non à en acheter plus ?

- À ceux qui ont acheté des produits d'occasion/reconditionnés au cours des 12 derniers mois, en % -



ST Vous encouragerait plus : 74%  
ST Vous encouragerait moins : 26%

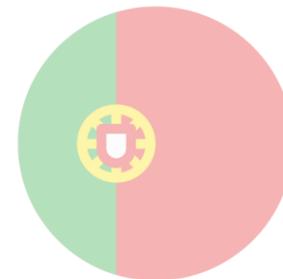
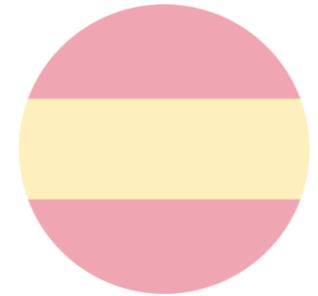
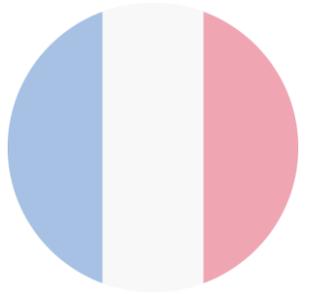
ST Vous encouragerait plus : 76%  
ST Vous encouragerait moins : 24%

ST Vous encouragerait plus : 78%  
ST Vous encouragerait moins : 22%

76%  
24%



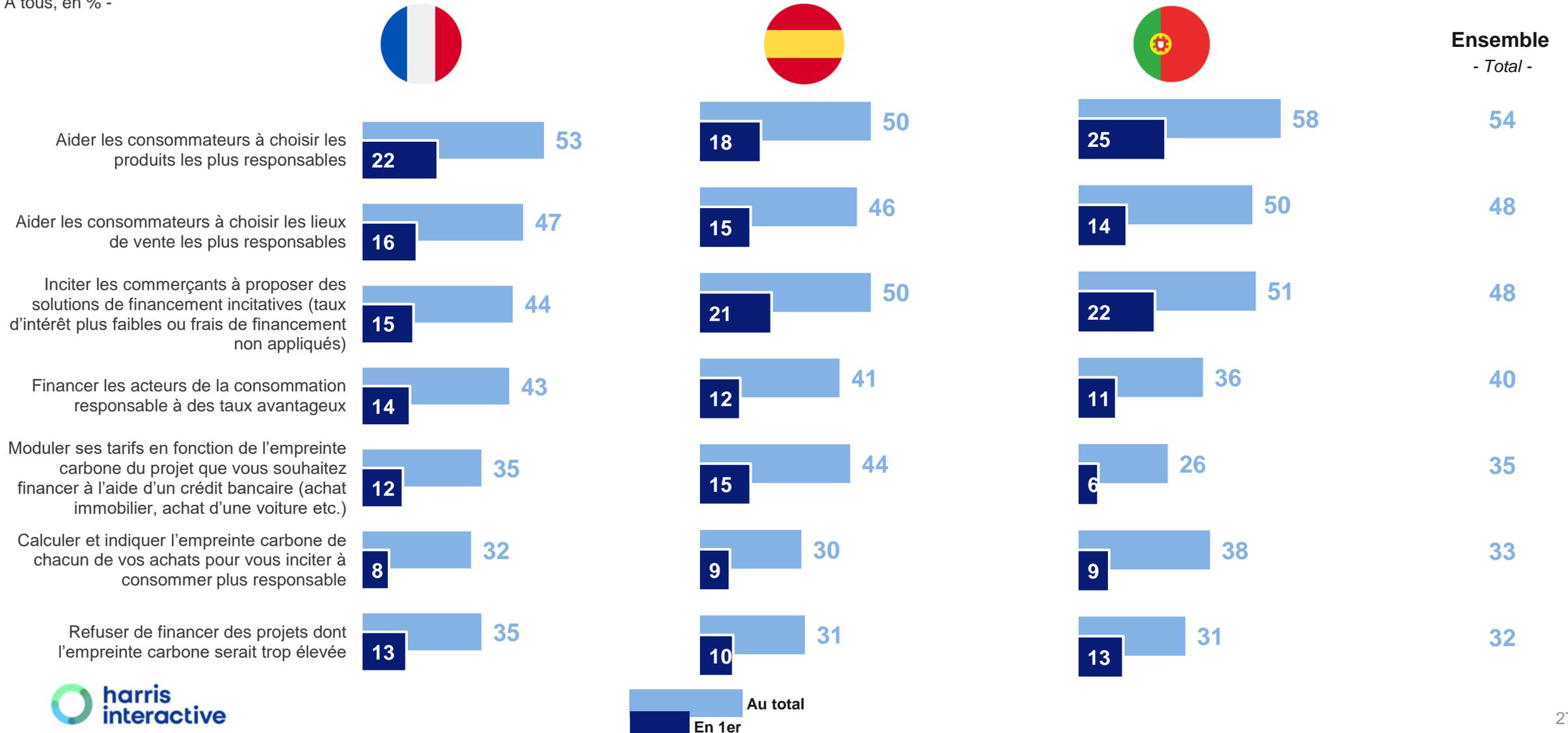
# **Banque et organisme de crédit : un accompagnement des clients vers une consommation plus responsable**



# Enfin, pour accompagner les clients vers une consommation plus responsable, les Européens jugent comme important qu'une banque ou un organisme de crédit propose un service afin d'aider les consommateurs à choisir les produits les plus responsables (54%), de les aider aussi à choisir les lieux de vente les plus responsables Une incitation des acteurs de la consommation responsable à proposer des solutions de financement attractives est également attendue

Enfin, si une banque ou un organisme de crédit proposait les services suivants, quels sont ceux qui vous semblent les plus importants pour accompagner ses clients vers une consommation plus responsable ? En premier, en deuxième, en troisième

- À tous, en % -



# Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

---

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



[www.harris-interactive.com](http://www.harris-interactive.com)



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

---

## Contact Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 66 – [jdlevy@harrisinteractive.fr](mailto:jdlevy@harrisinteractive.fr)