

Une étude



pour

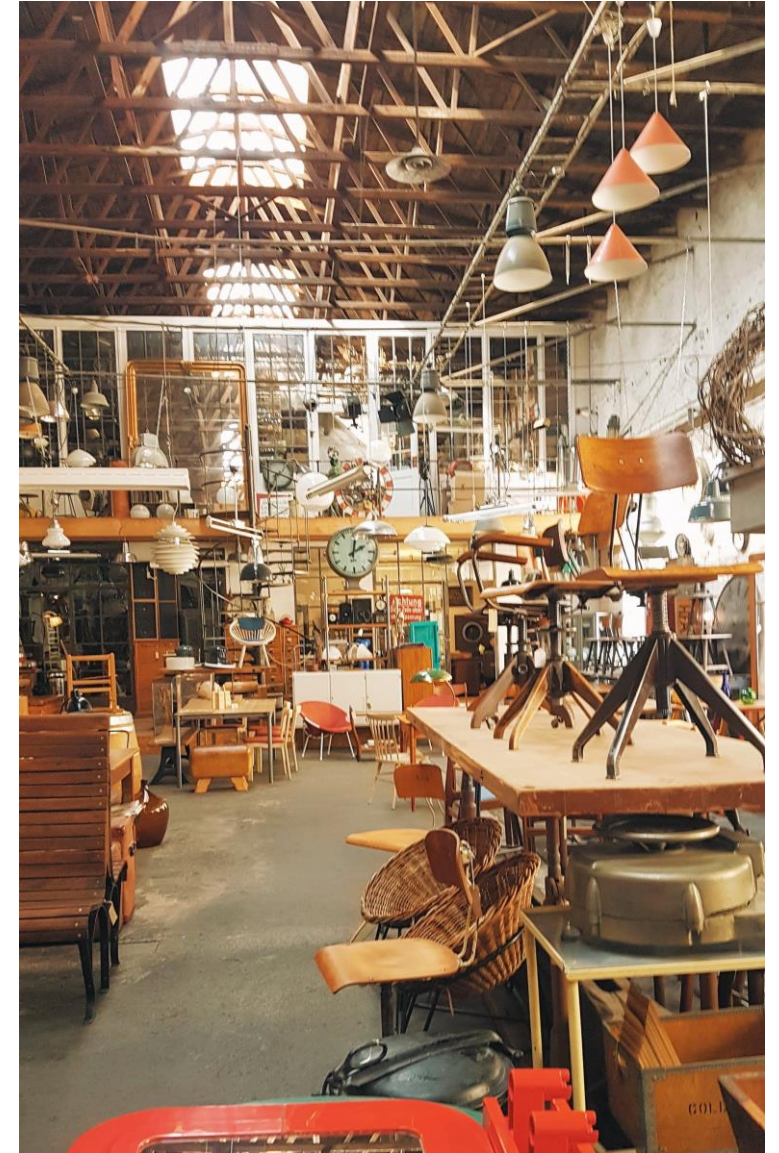
oney

Fêtes de fin d'année et achats de seconde main

*Les Français comptent-ils acheter des produits d'occasion ou reconditionnés pour les fêtes de fin d'année ?
Plus ou moins que l'an dernier à la même époque ? Pour quelles raisons ?*

Novembre 2020

Magalie Gérard, Directrice adjointe - Département Politique – Opinion
Gaspard Lancrey-Javal, Directeur d'études au Département Politique – Opinion
Anaïs Prunier, Chargée d'études au Département Politique – Opinion



Sommaire

Méthodologie d'enquête	P.3
Le volume d'achats envisagés par les Français pour les fêtes de fin d'année	P.5
L'intention de recourir à des produits d'occasion ou reconditionnés	P.10
Les motivations d'achat pour des produits d'occasion ou reconditionnés	P.18

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **24** au **26 novembre** 2020.



Échantillon de **1 006** personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle** et **région d'habitation** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

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



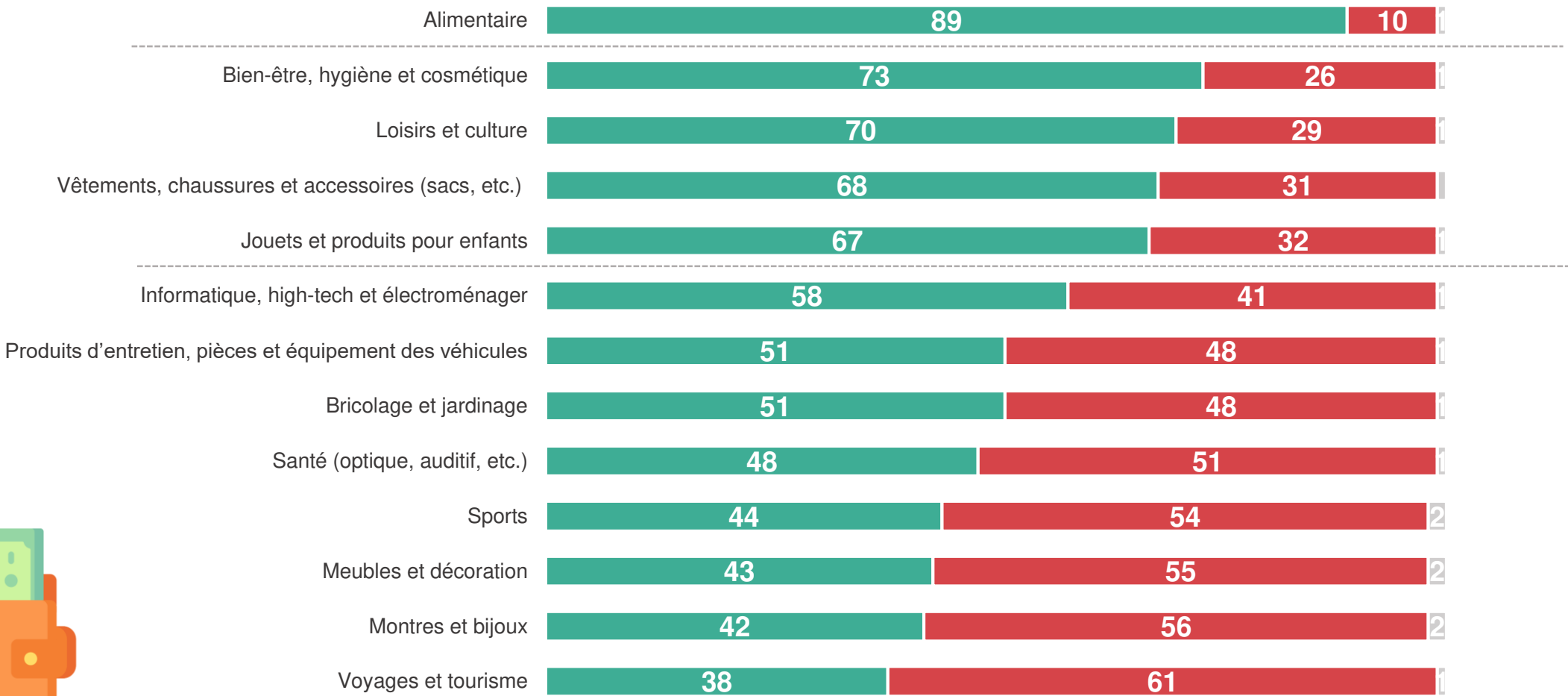
Le volume d'achats envisagés par les Français pour les fêtes de fin d'année



Dans le cadre des fêtes de fin d'année, la quasi-totalité des Français ont l'intention d'acheter des produits alimentaires, mais plus des 2/3 comptent également acheter des produits associés au secteur du bien-être et de l'hygiène, des loisirs et de la culture, des vêtements, ou encore des produits pour enfants

Dans le cadre des fêtes de fin d'année, avez-vous l'intention de réaliser des achats dans chacune des catégories suivantes ?

- À tous, en % -



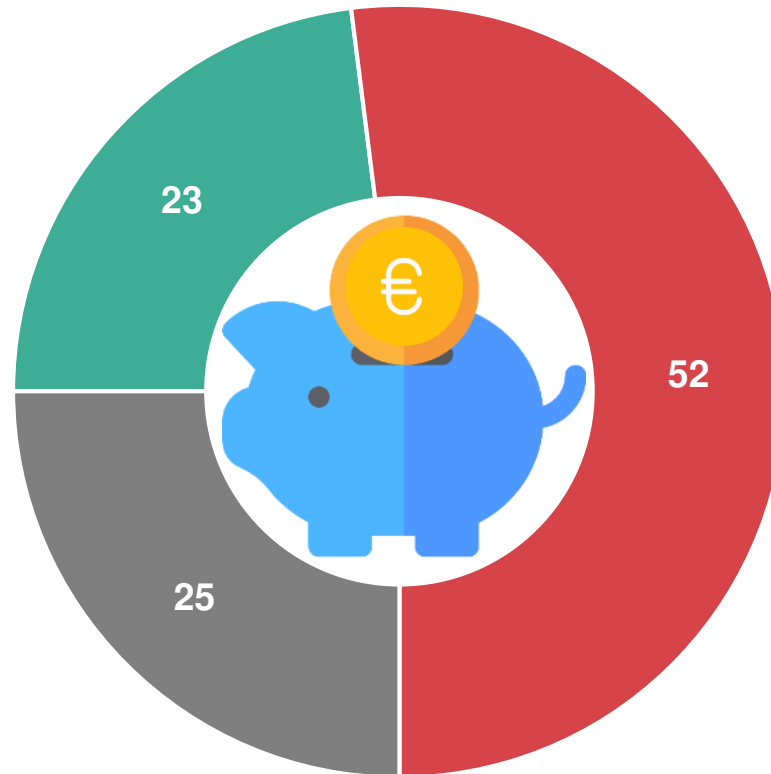
Pour ces fêtes de fin d'année, la moitié des Français déclarent qu'ils vont globalement plutôt réduire leurs dépenses dans différentes catégories d'achats, par rapport à l'an dernier. Cette baisse est particulièrement marquée auprès des femmes, des profils plutôt âgés et peu diplômés

Dans le cadre des fêtes de fin d'année, avez-vous l'intention de dépenser plus, autant ou moins que l'an dernier pour vos achats dans chacune des catégories suivantes ?

- À tous, en % -

Ceux qui ont plus tendance à augmenter leurs dépenses :

Hommes : 28%
Moins de 35 ans : 45%
Franciliens : 33%
Les plus diplômés (>Bac+2) : 29%



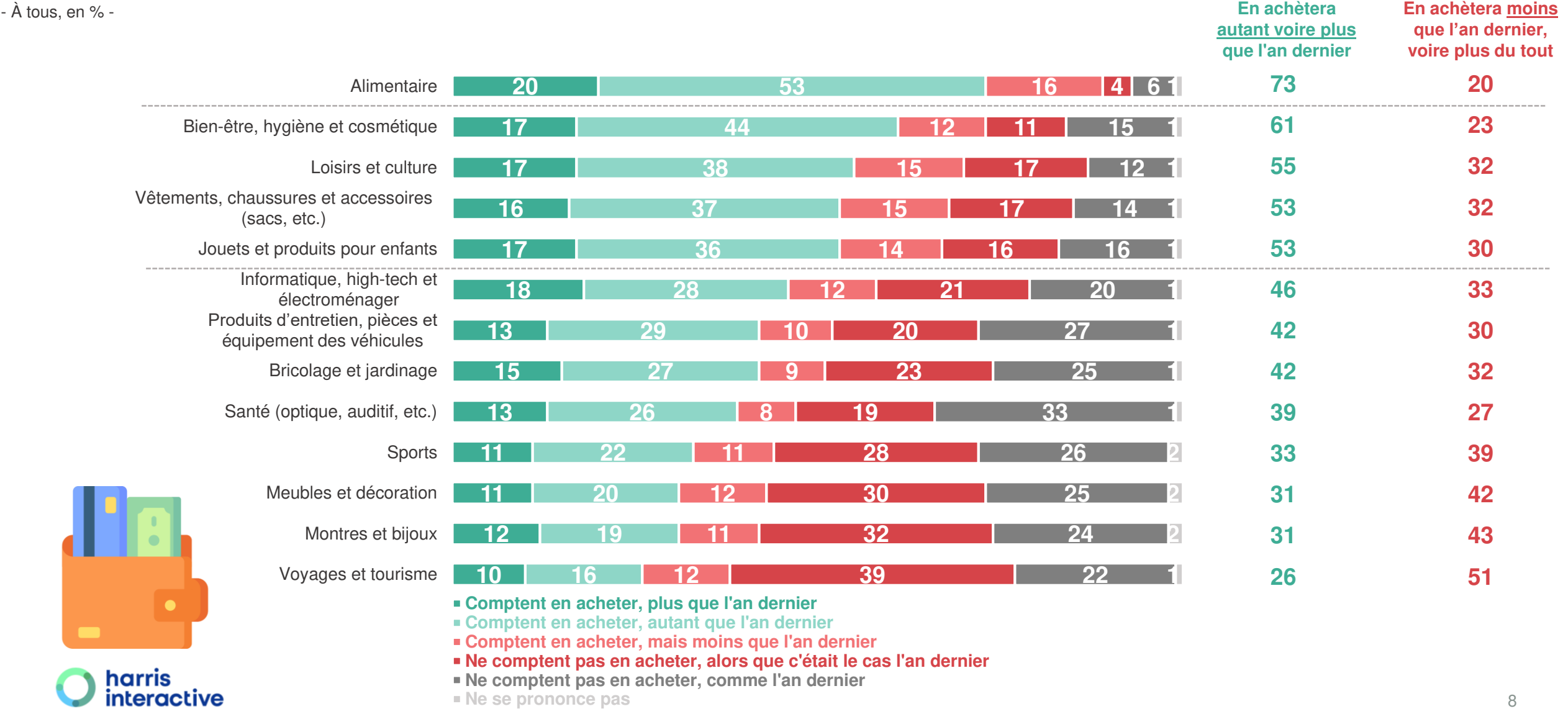
Ceux qui ont plus tendance à réduire leurs dépenses :

Femmes : 57%
50 ans et plus : 65%
Les moins diplômés (< Bac) : 59%

■ Va plutôt augmenter ■ Va plutôt réduire ■ Ni l'un, ni l'autre

Dans la plupart des catégories, les Français sont plus nombreux à déclarer qu'ils comptent réduire leurs achats pour ces fêtes par rapport à l'an dernier : la baisse est particulièrement marquée concernant les secteurs du voyage et du tourisme (12% comptent acheter moins et 39% s'en détourner) et des montres ou bijoux (11% moins, 32% plus du tout)

Dans le cadre des fêtes de fin d'année, avez-vous l'intention de réaliser des achats dans chacune des catégories suivantes ? / Dans le cadre des fêtes de fin d'année, avez-vous l'intention de dépenser plus, autant ou moins que l'an dernier pour vos achats dans chacune des catégories suivantes ?



Au total, par rapport à l’an dernier, 73% des Français déclarent avoir « beaucoup réduit » leurs dépenses dans au moins une catégorie, que ce soit en réduisant le montant d’au moins 10%, voire en arrêtant complètement d’en acheter

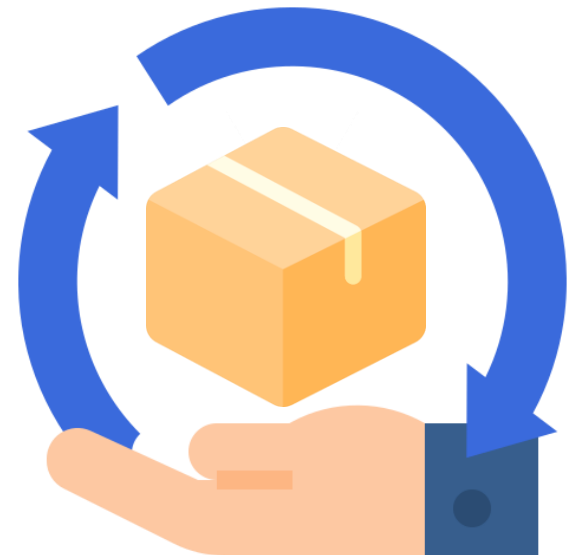
Dans le cadre des fêtes de fin d’année, avez-vous l’intention de réaliser des achats dans chacune des catégories suivantes ? / Dans le cadre des fêtes de fin d’année, avez-vous l’intention de dépenser plus, autant ou moins que l’an dernier pour vos achats dans chacune des catégories suivantes ?

- À tous, en % -

	ST En achètera autant voire plus que l'an dernier	ST Compte en acheter plus	Dont : Compte en acheter beaucoup plus (+ de 10%)	Dont : Compte en acheter un peu plus (1% à 10%)	Compte en acheter autant	ST En achètera moins que l'an dernier, voire plus du tout	ST Compte en acheter, mais moins	Dont : Compte en acheter, mais un peu moins (1% à 10%)	Dont : Compte en acheter, mais beaucoup moins (+ de 10%)	Ne compte pas en acheter, alors que c'était le cas l'an dernier	Ne compte pas en acheter comme l'an dernier
Alimentaire	73	20	5	15	53	20	16	10	6	4	6
Bien-être, hygiène et cosmétique	61	17	5	12	44	23	12	8	4	11	15
Loisirs et culture	55	17	5	12	38	32	15	9	6	17	12
Vêtements, chaussures et accessoires (sacs, etc.)	53	16	5	11	37	32	15	10	5	17	14
Jouets et produits pour enfants	53	17	5	12	36	30	14	9	5	16	16
Informatique, high-tech et électroménager	46	18	6	12	28	33	12	7	5	21	20
Produits d'entretien, pièces et équipement des véhicules	42	13	5	8	29	30	10	6	4	20	27
Bricolage et jardinage	42	15	5	10	27	32	9	6	3	23	25
Santé (optique, auditif, etc.)	39	13	4	9	26	27	8	4	4	19	33
Sports	33	11	4	7	22	39	11	7	4	28	26
Meubles et décoration	31	11	3	8	20	42	12	7	5	30	25
Montres et bijoux	31	12	4	8	19	43	11	7	4	32	24
Voyages et tourisme	26	10	4	6	16	51	12	6	6	39	22



L'intention de recourir à des produits d'occasion ou reconditionnés



Le plus souvent, les Français ayant l'intention d'acheter chacun de ces produits ou services comptent le faire auprès de grandes enseignes et réseaux de magasins, ou auprès de commerces de proximité (même si plus d'un acheteur sur cinq envisage des sites entre particuliers pour l'ameublement et les voyages)

Et pour chacune de ces catégories d'achats, comptez-vous les faire principalement... ?

- À ceux qui comptent acheter chacun de ces produits, en % -

	 Auprès de commerces de proximité (que ce soit physiquement dans un magasin, ou en commande sur Internet à emporter / à livrer)	 Auprès de grandes enseignes et réseaux de magasins (que ce soit physiquement dans un magasin, ou en commande sur Internet à emporter / à livrer)	 Sur des sites internet de vente entre particuliers	 Sur des plateformes Internet vendant les produits et services issus de multiples marques
Alimentaire	47	40	8	5
Bien-être, hygiène et cosmétique	36	39	14	11
Loisirs et culture	36	33	16	15
Vêtements, chaussures et accessoires (sacs, etc.)	35	35	17	13
Jouets et produits pour enfants	31	39	16	14
Informatique, high-tech et électroménager	22	40	20	18
Produits d'entretien, pièces et équipement des véhicules	35	38	18	9
Bricolage et jardinage	34	39	17	10
Santé (optique, auditif, etc.)	42	31	17	10
Meubles et décoration	27	39	22	12
Sports	29	42	17	12
Montres et bijoux	35	31	19	15
Voyages et tourisme	24	33	25	18

Au total, 62% des Français ont l'intention de réaliser au moins un type d'achat dans un commerce de proximité



Par rapport aux fêtes de fin d'année 2019, les Français ont l'intention cette année de davantage mettre en pratique des comportements économes : de façon générale, 60% comptent privilégier au moins autant de promotions, 26% ont l'intention de privilégier au moins autant les produits d'occasion ou reconditionnés

Et cette année, par rapport à l'année dernière, pensez-vous que vous allez... ?

- À tous, en % -

Comptent le faire au moins autant
que l'an dernier, voire commencer
à le faire



Acheter / privilégier des produits ou services
en promotion



60

Vous fixer un budget à l'avance et vous y
tenir



52

Mutualiser vos achats de cadeaux avec
d'autres personnes



36

Acheter / privilégier des produits d'occasion
ou reconditionnés



26

Fabriquer vous-mêmes certains produits



28

Avoir recours à des solutions de
financements pour ces achats : paiement en
plusieurs échéances, etc.



19

- L'avait fait l'an dernier, compte le faire encore plus cette année
- L'avait fait l'an dernier, compte le faire autant cette année
- Ne l'avait pas fait l'an dernier, mais compte le faire cette année
- L'avait fait l'an dernier, mais compte le faire moins cette année
- Ne l'avait pas fait l'an dernier, ne le fera pas non plus cette année
- Ne se prononce pas

14% des Français déclarent non seulement qu'ils avaient privilégié des promotions l'an dernier, mais aussi qu'ils comptent y recourir encore « beaucoup plus » cette année

Et cette année, par rapport à l'année dernière, pensez-vous que vous allez... ?

- À tous, en % -

	ST Comptent le faire autant au moins autant que l'an dernier	ST L'avait fait l'an dernier, compte le faire encore plus	Dont : Compte le faire encore beaucoup plus	Dont : Compte le faire encore un peu plus	L'avait fait l'an dernier, compte le faire autant	ST Ne l'avait pas fait l'an dernier, mais compte le faire cette année	Dont : Ne l'avait pas fait l'an dernier, mais compte le faire beaucoup plus	Dont : Ne l'avait pas fait l'an dernier, mais compte le faire un peu plus	ST L'avait fait l'an dernier, mais compte le faire moins	Dont : Compte le faire, mais un peu moins	Dont : Compte le faire, mais beaucoup moins	N'en avait pas fait l'an dernier, n'en fera pas non plus
Acheter / privilégier des produits ou services en promotion	60	25	14	11	29	6	1	5	5	2	3	33
Vous fixer un budget à l'avance et vous y tenir	52	17	9	8	27	8	2	6	6	3	3	40
Mutualiser vos achats de cadeaux avec d'autres personnes	36	11	4	7	19	6	2	4	4	2	2	57
Acheter / privilégier des produits d'occasion ou reconditionnés	26	8	5	3	9	9	2	7	2	1	1	69
Fabriquer vous-mêmes certains produits	28	11	5	6	12	5	1	4	3	2	1	66
Avoir recours à des solutions de financements pour ces achats : paiements en plusieurs échéances etc.	19	7	4	3	5	7	2	5	2	1	1	76



De façon générale, 57% des Français ont l'intention d'acheter des produits d'occasion ou reconditionnés sur cette année 2020 : pour 16% d'entre eux, il s'agira même d'une première

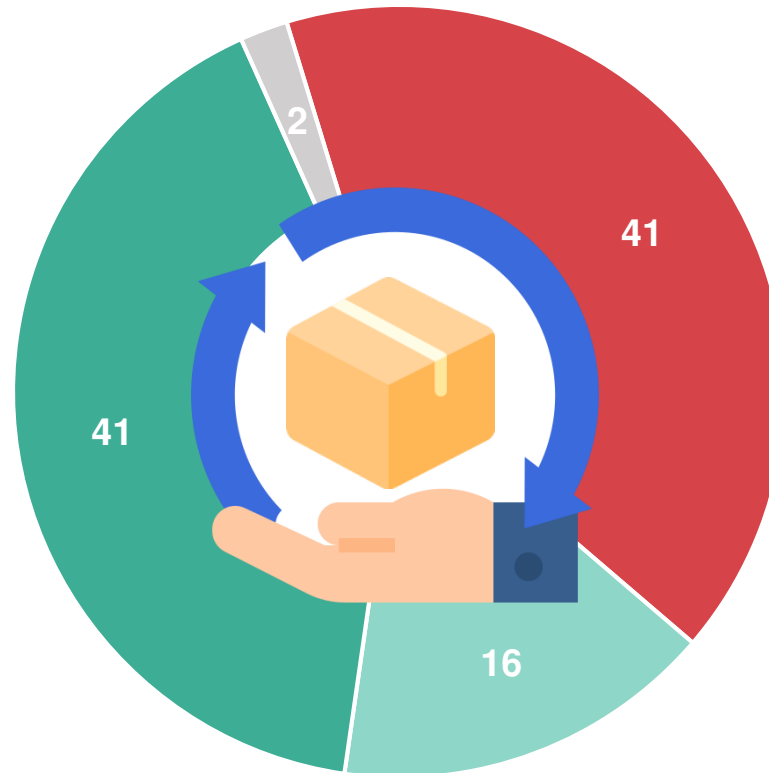
Concernant les produits d'occasion ou reconditionnés... ?

- À tous, en % -

Ont déjà acheté / comptent en acheter pour la première fois cette année : 57%

Ceux qui ont le plus tendance à acheter d'occasion de façon générale :

*Moins de 35 ans : 66%
Habitant en Province : 58%
Les plus diplômés (>Bac+2) : 63%
Avec des enfants au foyer : 68%*



Ceux qui ont le moins tendance à acheter d'occasion de façon générale :

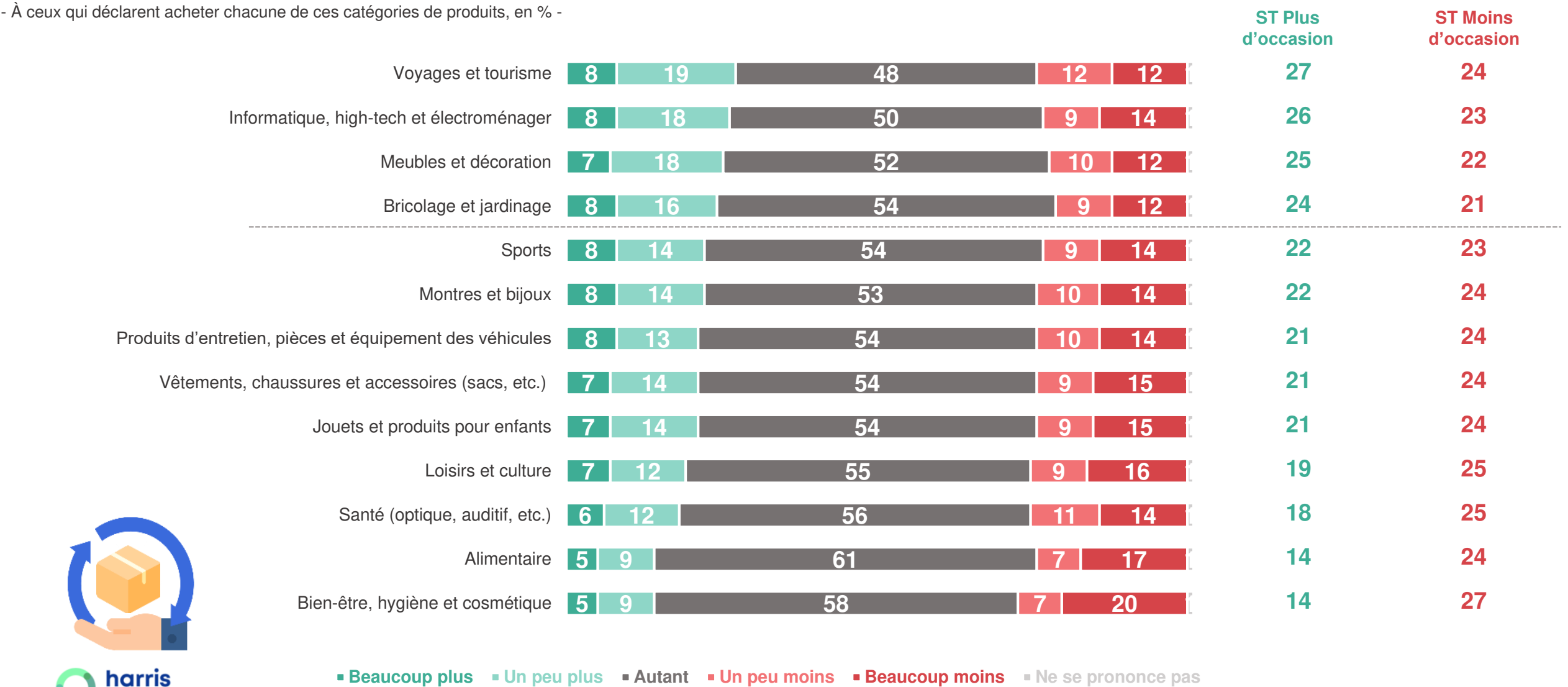
*65 ans et plus : 59%
Habitant en Île-de-France : 48%
Les moins diplômés (< Bac) : 50%
Sans enfant au foyer : 47%*

- Vous n'en avez jamais acheté et vous ne comptez pas le faire cette année
- Vous en avez acheté ou vous comptez en acheter pour la première fois cette année
- Vous en avez déjà acheté lors des années précédentes
- Ne se prononce pas

Parmi les personnes comptant acheter chaque catégorie cette année, un recours accru aux produits reconditionnés ou d'occasion est un peu plus visible dans les secteurs du voyage/tourisme, de l'informatique/high-tech et du bricolage/jardinage

Et dans chacune des catégories suivantes, diriez-vous que vous allez acheter plus, autant ou moins de produits reconditionnés ou d'occasion par rapport à l'an dernier ?

- À ceux qui déclarent acheter chacune de ces catégories de produits, en % -



Sur l'année 2020, la moitié des Français environ a l'intention d'être active sur le marché de l'occasion. Que ce soit comme acheteur (montant moyen : 255€) ou comme vendeur (montant moyen : 206€)

Sur l'année 2020, quel sera selon vous le montant total que vous allez... ?

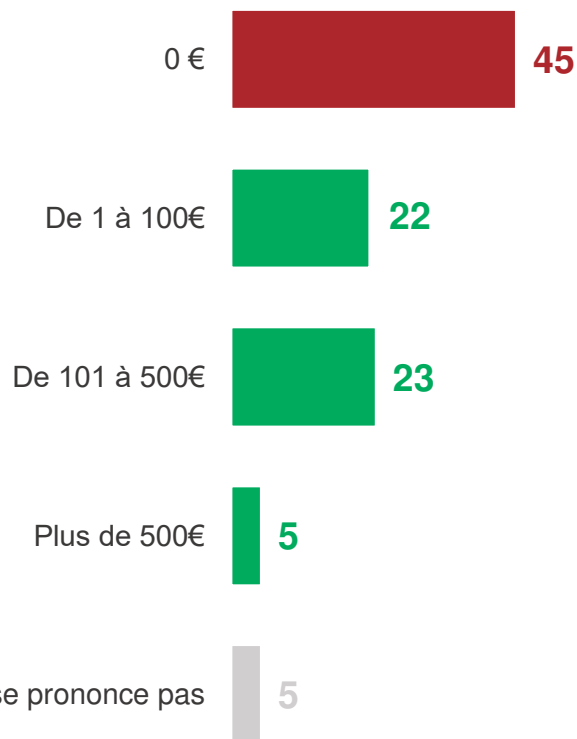
- À tous, en % -



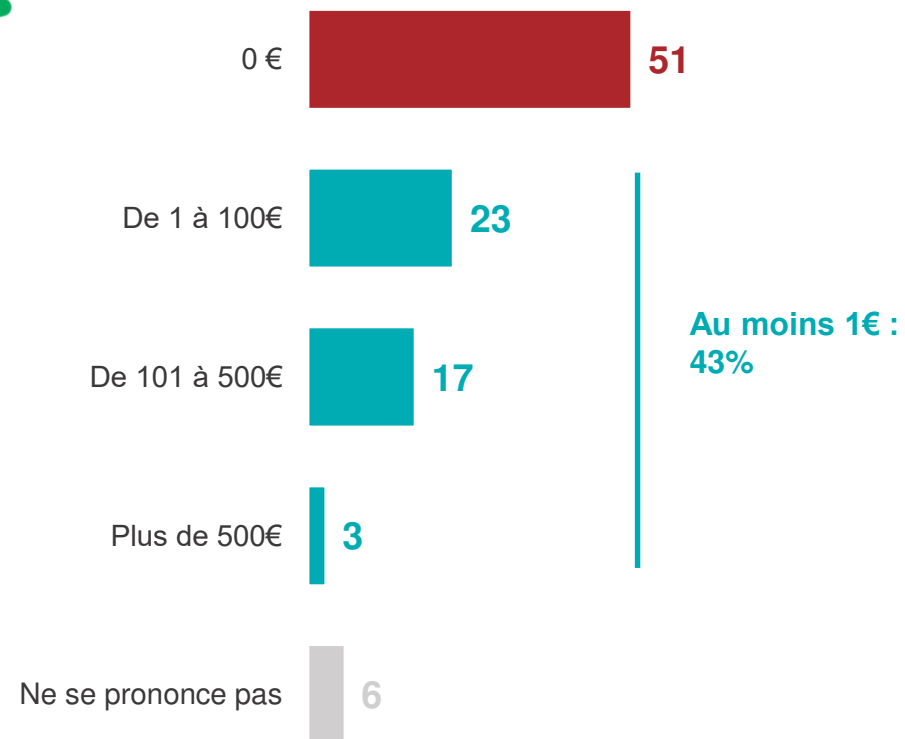
En moyenne, chaque acheteur actif sur ce marché déclare qu'il va dépenser **255€** pour des produits d'occasion.

Et chaque vendeur actif sur ce marché déclare qu'il va recevoir **206€** en vendant des produits du même type.

Dépenser en achetant des produits d'occasion (hors véhicules)



Recevoir en vendant des produits d'occasion (hors véhicules)



Au moins 1€ :
50%

Au moins 1€ :
43%

Plus précisément, les profils masculins, jeunes et aisés sont à la fois plus enclins à dépenser pour des produits d'occasion et davantage susceptibles de recevoir de l'argent en vendant des produits d'occasion

Sur l'année 2020, quel sera selon vous le montant total que vous allez... ?

- À tous, en % -



En moyenne, chaque acheteur actif sur ce marché déclare qu'il va dépenser **255€** pour des produits d'occasion.

Et chaque vendeur actif sur ce marché déclare qu'il va recevoir **206€** en vendant des produits du même type.

Les catégories d'acheteurs qui déclarent dépenser davantage que la moyenne :

*Hommes : 303€
Moins de 35 ans : 310€
Les plus diplômés (>Bac+2) : 309€
Revenus les plus élevés : 396€*

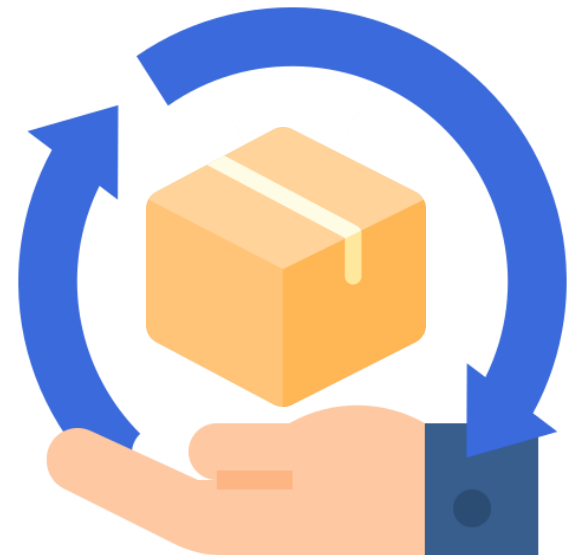


Les catégories de vendeurs qui déclarent recevoir davantage que la moyenne :

*Hommes : 238€
Moins de 35 ans : 236€
Revenus les plus élevés : 295€*



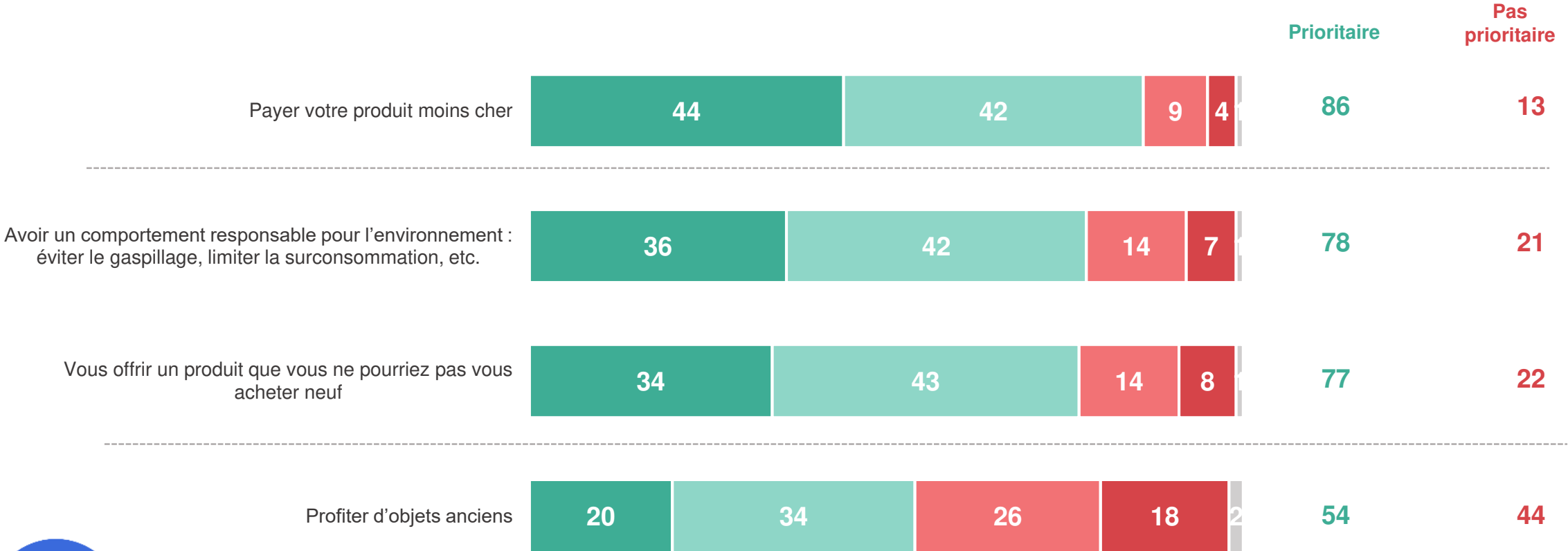
Les motivations d'achat pour des produits d'occasion ou reconditionnés



Parmi les personnes qui achètent des produits d'occasion ou reconditionnés, le prix réduit reste nettement la principale motivation ; néanmoins, plus de 3 Français sur 4 déclarent également que le sentiment de responsabilité écologique ou l'opportunité de monter en gamme constituent des variables importantes dans leur choix

Lorsque vous choisissez d'acheter un produit d'occasion ou reconditionné, chacune des motivations suivantes est-elle prioritaire pour vous ?

- À ceux qui ont déjà acheter des produits d'occasion ou reconditionné cette année ou ayant l'intention de le faire cette année, en % -



■ Tout à fait prioritaire ■ Plutôt prioritaire ■ Plutôt pas prioritaire ■ Pas du tout prioritaire ■ Ne se prononce pas



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



[Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive)



[Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive)



[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive)

Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur du département Politique & Opinion – 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr
- Laurence Lavernhe – Directrice Marketing & Communication – 01 44 87 60 94 – llavernhe@harrisinteractive.fr