

VIAVOICE

ETUDE SUR LA SECONDE MAIN

Enquête auprès des Français

Viavoïce

9, rue Huysmans Paris 6^e

01 40 54 13 90

Clotilde Combe, Directrice conseil

Annaëlle Carré de Bonnechose, Chargée d'études

1. NOTE TECHNIQUE

3

2. RÉSULTATS DÉTAILLÉS

5

2.1 – Les habitudes de consommation des Français

6

2.2 – Les émotions à l'achat par typologie de produits

10

2.3 – La perception de la seconde main

19

2.4 – Les enjeux sociétaux

24

1.

NOTE TECHNIQUE



NOTE TECHNIQUE

BAROMÈTRE DE LA SECONDE MAIN

Étude d'opinion auprès des Français



ECHANTILLON

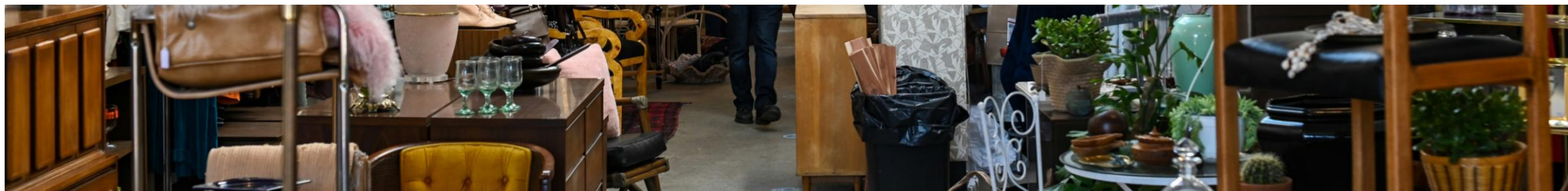
Enquête réalisée en ligne du 2 au 9 avril 2025 auprès **d'un échantillon représentatif de 1000 Français**, en France métropolitaine.

Représentativité des entreprises assurée par la **méthode des quotas** appliquée aux critères suivants :

- Genre, âge, région, catégorie d'agglomération, catégorie socioprofessionnelle

2.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS



2.1

HABITUDES DE CONSOMMATION DES FRANÇAIS

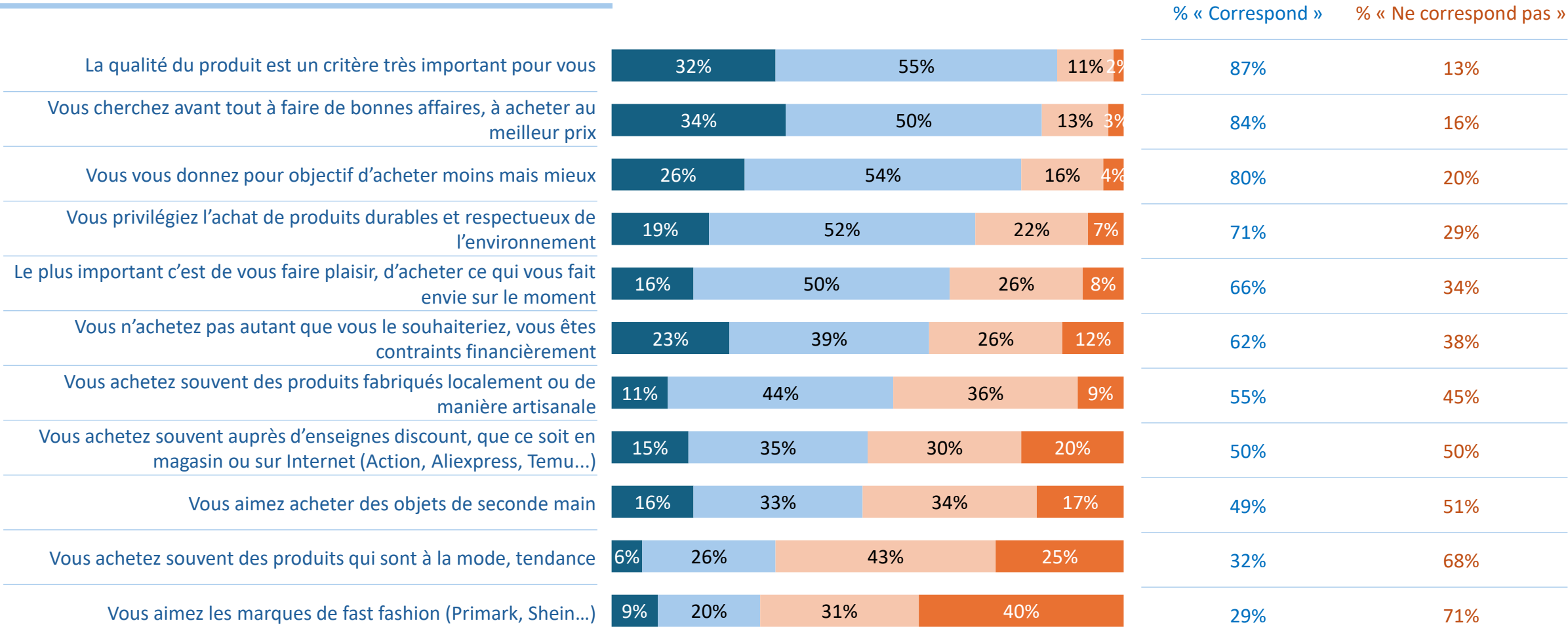


LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES FRANÇAIS

Des arbitrages multiples entre plaisir, responsabilité et contraintes budgétaires

Voici une série d’affirmations. Pour chacune d’elles, merci d’indiquer si elle correspond à votre manière de consommer, si elle reflète ce qui compte le plus pour vous quand vous faites un achat (hors alimentation) :

Base : ensemble (1000 personnes)



CORRESPOND TRÈS BIEN

CORRESPOND PLUTÔT BIEN

NE CORRESPOND PAS VRAIMENT

NE CORRESPOND PAS DU TOUT

LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES FRANÇAIS

Détail des profils de consommateurs



Profil des amateurs
de seconde main

Femmes : **58%** (52%)

Parents : **49%** (38%)

CSP+ : **35%** (29%) / CSP- : **33%** (28%)

Moins de 35 ans : **30%** (25%)

Achètent des produits durables et respectueux
de l'environnement : **79%** (71%)

Achètent des produits fabriqués localement :
64% (55%)



Profil des acheteurs
de marques discount

CSP- : **35%** (28%)

Parents : **46%** (38%)

Cherchent à faire de bonnes
affaires : **93%** (84%)

N'achètent pas autant qu'ils le
souhaiteraient : **70%** (62%)



Profil des acheteurs préférant
quasi-systématiquement les
produits neufs soldés

Hommes **57%** (vs 48%)

Hauts revenus **15%** (vs 8%)

Attentifs à la qualité du produit **94%**
(87%)

N'aiment pas acheter de la seconde
main **73%** (51%)

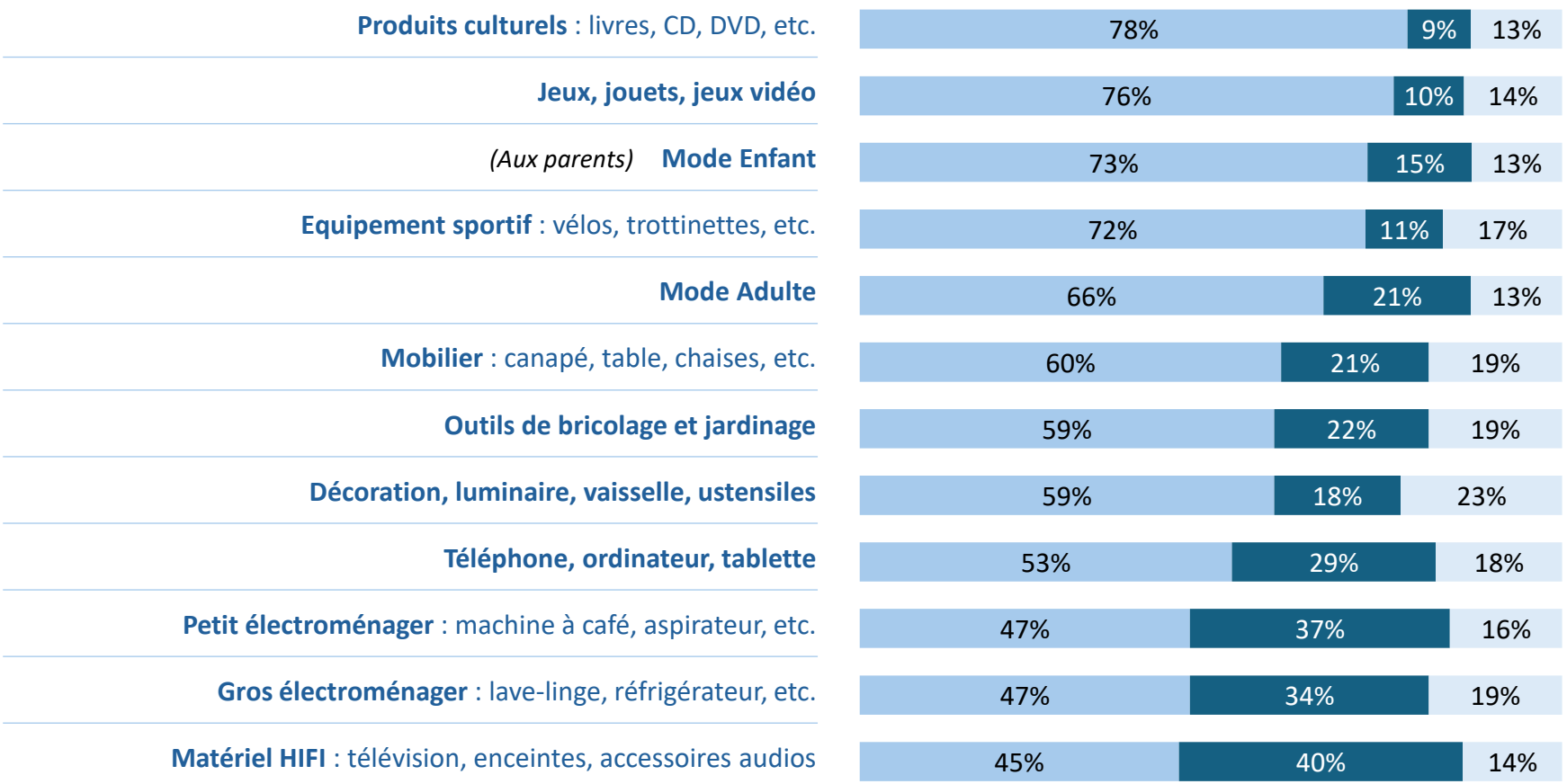
Les pratiques d'achat décrites dans les trois groupes ne sont pas exclusives les unes des autres.

LES HABITUDES DE CONSOMMATION

Une appétence majoritaire pour l’achat d’articles neufs en promotion sur de nombreuses catégories de produits, en particulier sur la téléphonie, la hifi et l’électroménager. La seconde main rivalise avec le neuf soldé sur les produits culturels et la mode enfant. Les marques discount sont plus en retrait au global, au coude à coude avec la seconde main sur la déco, les outils de bricolage, la téléphonie, et avec une légère avance sur l’électroménager.

Lors de vos achats, quand vous cherchez à limiter vos dépenses, quel type d’articles privilégiez-vous pour chacune des catégories suivantes ?

Bases : acheteurs de chaque catégorie



2.2

LES ÉMOTIONS À L'ACHAT PAR TYPOLOGIE DE PRODUITS

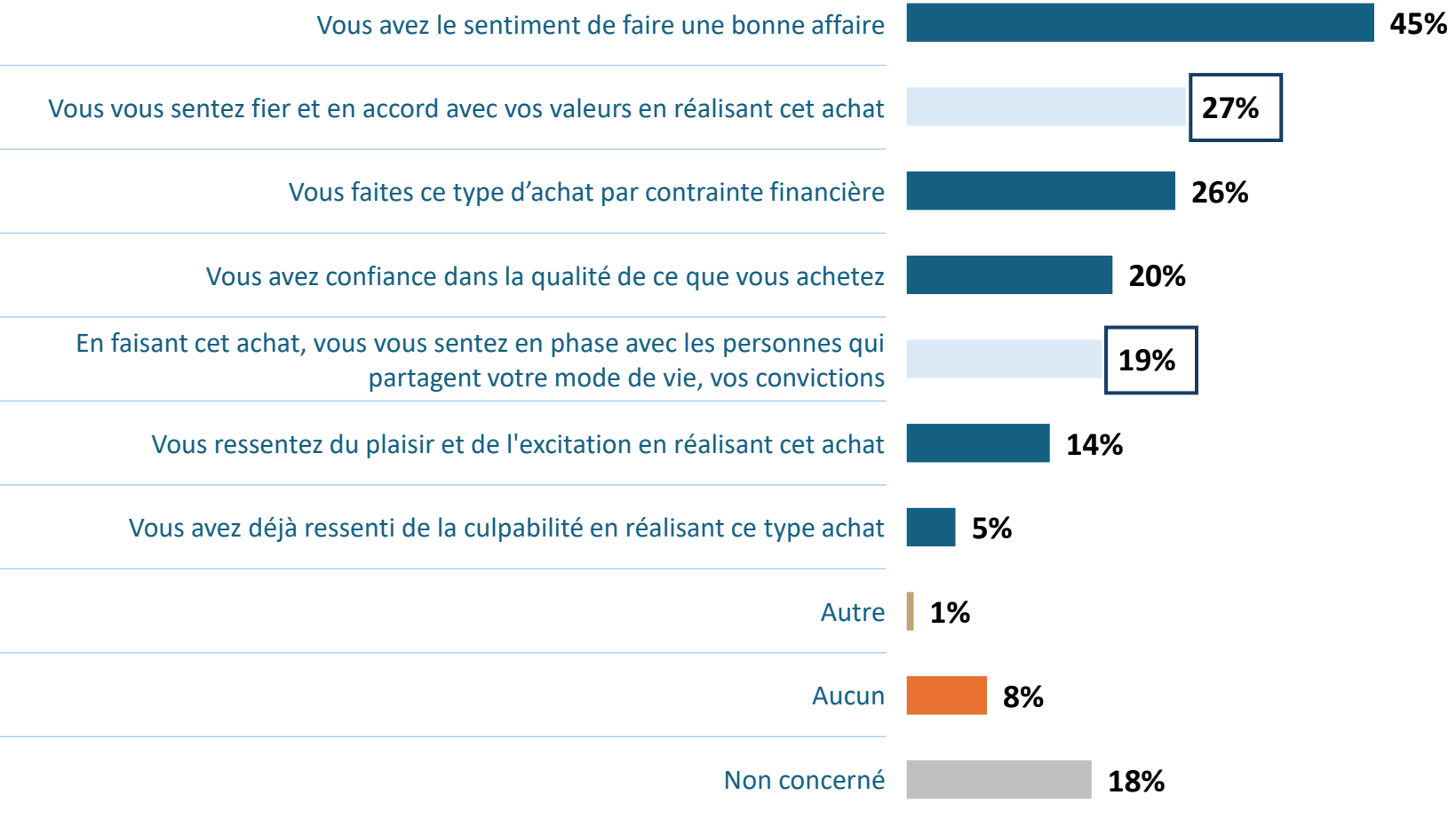


LES ÉMOTIONS AU MOMENT D'ACHETER DE LA SECONDE MAIN

L'achat de seconde main suscite des émotions équilibrées entre la satisfaction de faire une bonne affaire et la fierté de consommer de façon responsable, en accord avec ses valeurs. Ce sentiment d'alignement est particulièrement élevé auprès des moins de 35 ans.

Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui correspondent à votre ressenti lorsque vous achetez de la seconde main ?

Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



Citent au moins un élément associé aux valeurs : 37%

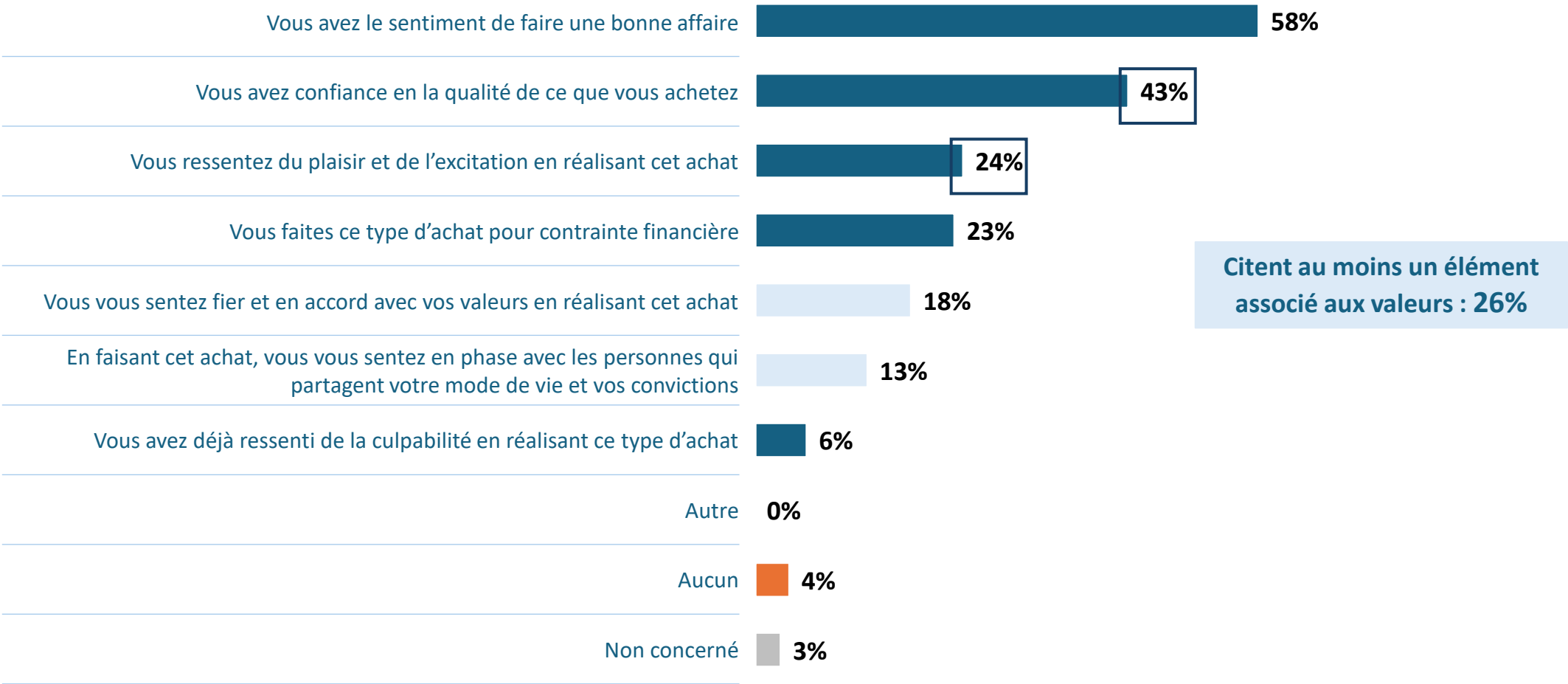
Moins de 35 ans : 49 %
Femmes : 42 %
Actifs : 42 %

LES ÉMOTIONS AU MOMENT D'ACHETER DES PRODUITS NEUFS SOLDÉS / EN PROMOTION

L'achat de produits neufs en solde ou en promotion suscite surtout le sentiment de faire une bonne affaire et la satisfaction d'acheter un article de qualité. Le sentiment d'être en accord avec ses valeurs est moins important.

Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui correspondent le mieux à votre ressenti lorsque vous achetez des produits neufs soldés/en promotion ?

Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

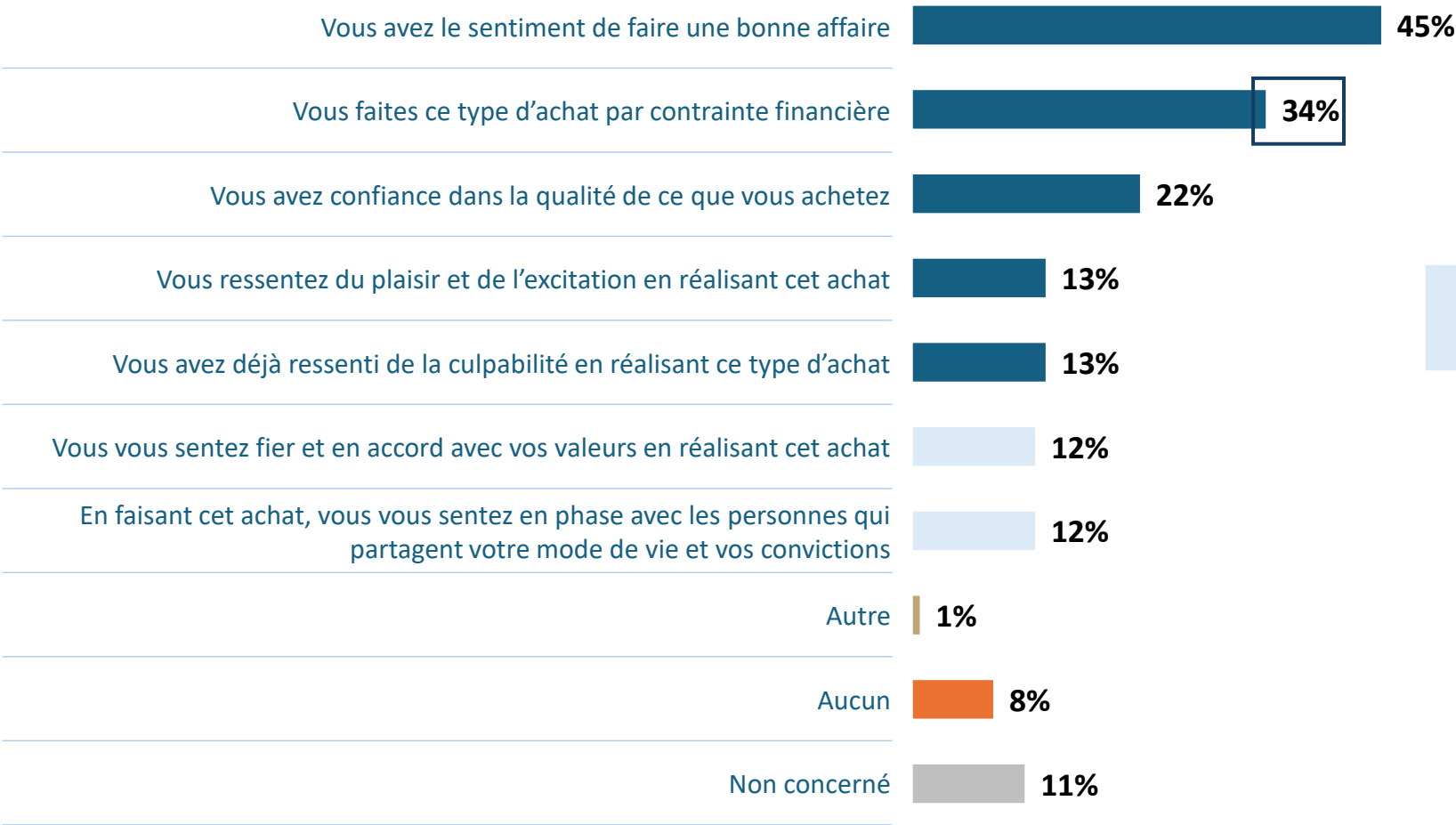


LES ÉMOTIONS AU MOMENT D'ACHETER DES MARQUES PAS CHÈRES / DISCOUNT

Les marques discount suscitent la satisfaction de faire une bonne affaire, mais sont aussi associées plus fortement à des sentiments négatifs (sentiment de contrainte financière et de culpabilité).

Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui correspondent le mieux à votre ressenti lorsque vous achetez des marques pas chères / discount ?

Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



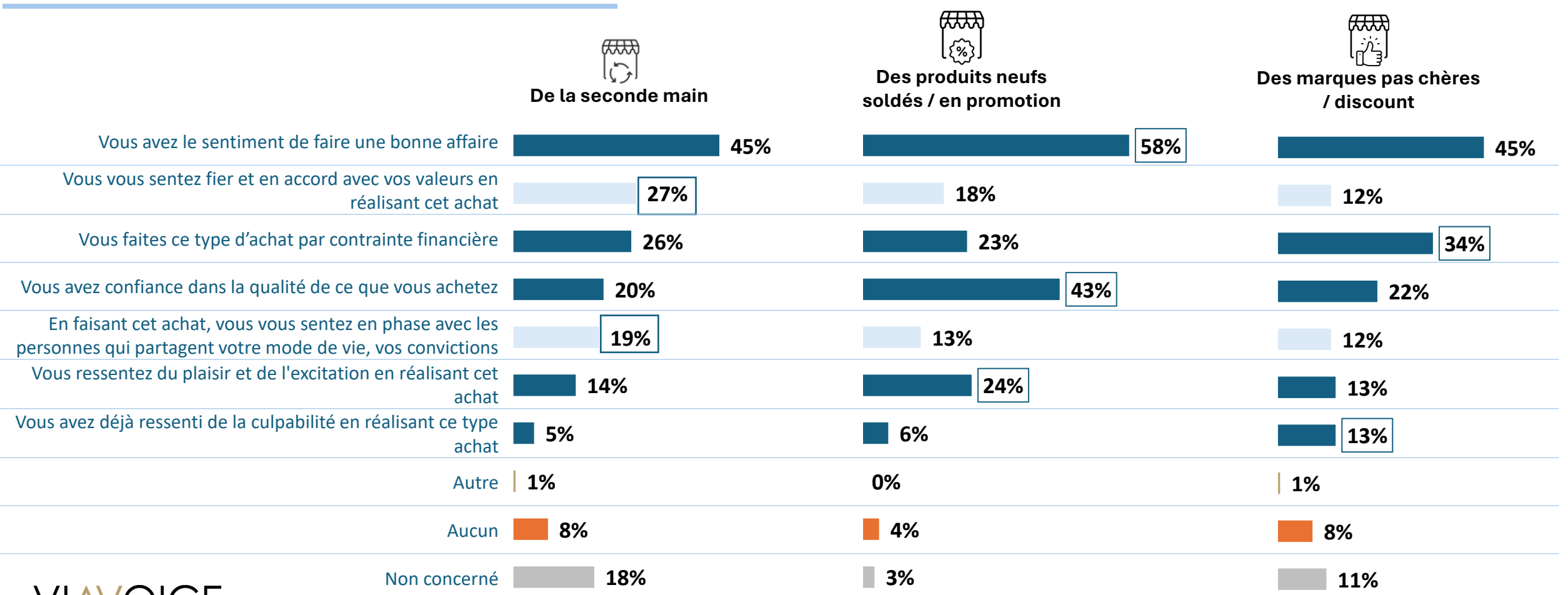
Citent au moins un élément
associé aux valeurs : 21%

LES ÉMOTIONS SELON LES TYPES D'ACHAT - RÉCAPITULATIF

Si le sentiment de faire une bonne affaire est le plus ressenti quel que soit le type d'achat, les autres émotions varient selon la catégorie de produits : la seconde main se démarque sur la fierté d'être en accord avec ses valeurs, le neuf soldé suscite le plus le sentiment de confiance sur la qualité, tandis que les marques discount sont plus souvent associées à des sentiments négatifs (contrainte financière et culpabilité d'acheter).

Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui correspondent à votre ressenti lorsque vous achetez ...

Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



LES ÉMOTIONS SELON LES TYPES D'ACHAT – RÉCAPITULATIF SELON LE PROFIL

Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui correspondent à votre ressenti lorsque vous achetez **de la seconde main**

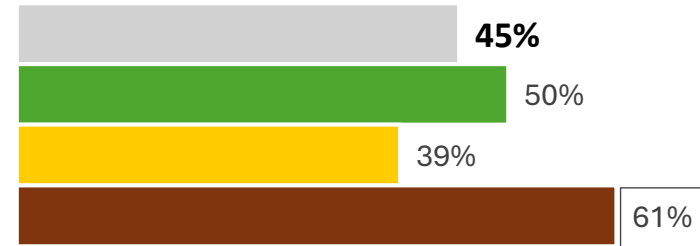
Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

- Ensemble des répondants
- Amateurs de seconde main
- Acheteurs préférant quasi-systématiquement les produits neufs soldés
- Acheteurs de marques discount

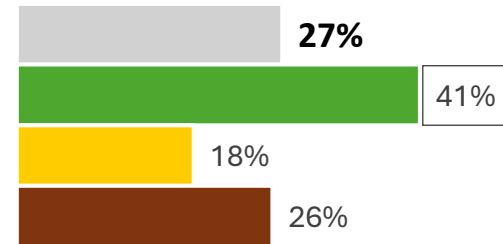


De la seconde main

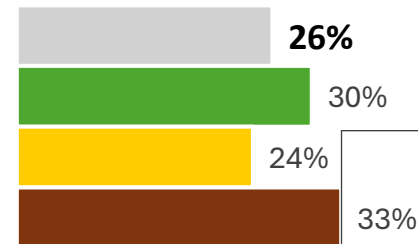
Vous avez le sentiment de faire une bonne affaire



Vous vous sentez fier et en accord avec vos valeurs en réalisant cet achat



Vous faites ce type d'achat par contrainte financière



LES ÉMOTIONS SELON LES TYPES D'ACHAT – RÉCAPITULATIF SELON LE PROFIL

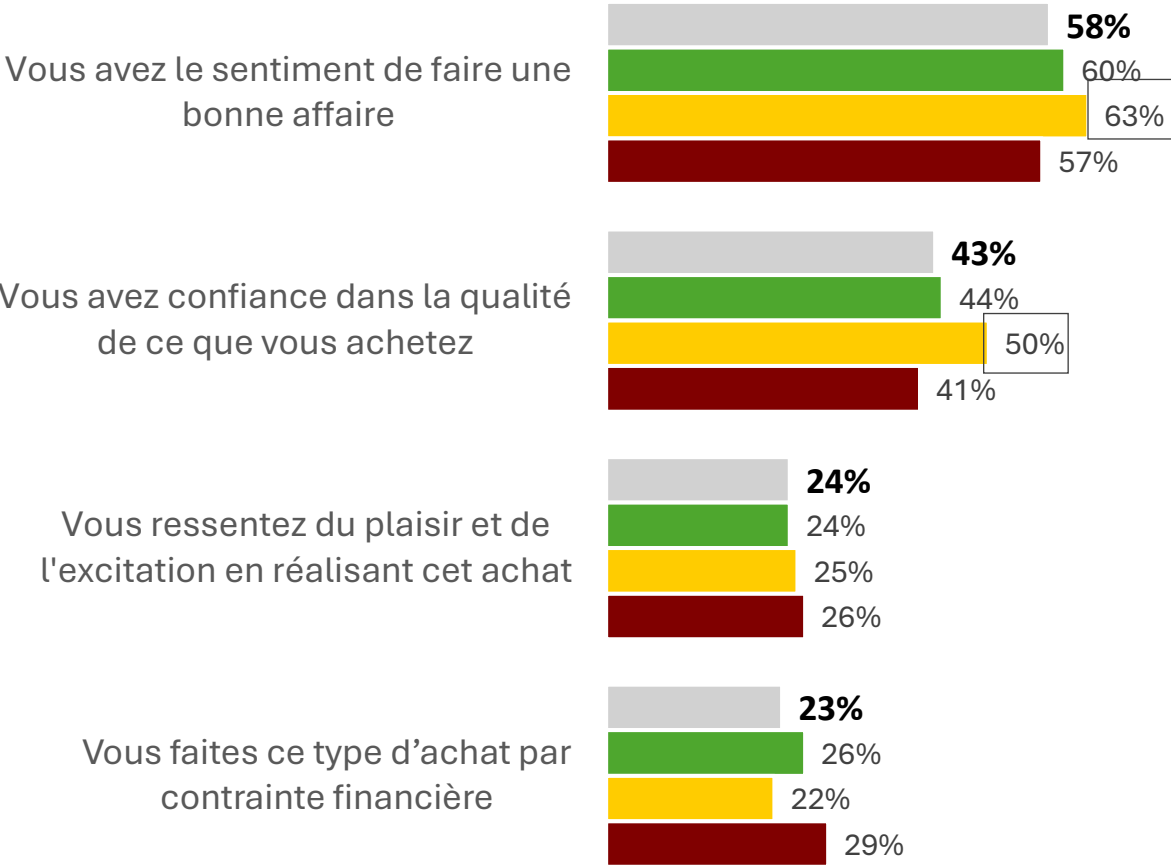
Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui correspondent à votre ressenti lorsque vous achetez des produits neufs soldés / en promotion

Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

- Ensemble des répondants
- Amateurs de seconde main
- Acheteurs préférant quasi-systématiquement les produits neufs soldés
- Acheteurs de marques discount



Des produits neufs soldés / en promotion



LES ÉMOTIONS SELON LES TYPES D'ACHAT – RÉCAPITULATIF SELON LE PROFIL

Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui correspondent à votre ressenti lorsque vous achetez **des marques pas chères / discount**

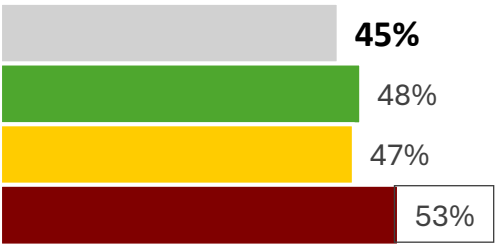
Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

- Ensemble des répondants
- Amateurs de seconde main
- Acheteurs préférant quasi-systématiquement les produits neufs soldés
- Acheteurs de marques discount

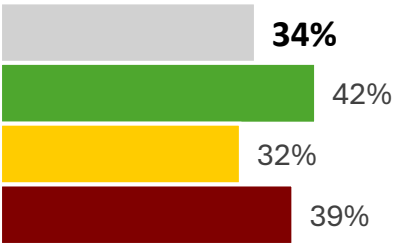


Des marques pas chères / discount

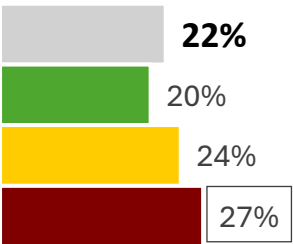
Vous avez le sentiment de faire une bonne affaire



Vous faites ce type d'achat par contrainte financière



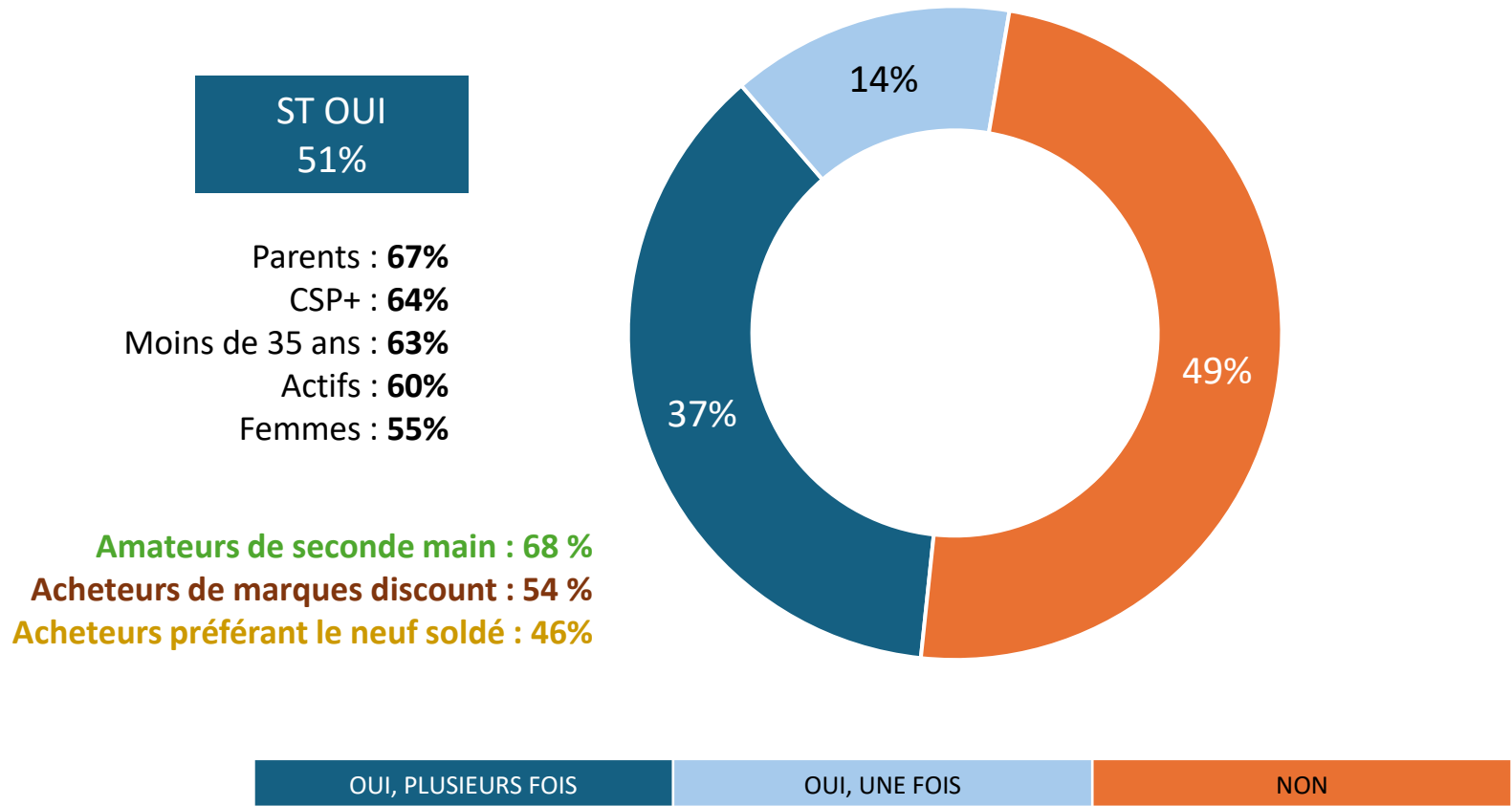
Vous avez confiance dans la qualité de ce que vous achetez



Un Français sur deux a déjà revendu des objets, dont plus du tiers à plusieurs reprises.

Dans les 12 derniers mois, avez-vous revendu des objets vous appartenant sur Internet (vêtements, mobilier, électroménager, livres...) ?

Base : ensemble (1000 personnes)



2.3

LA PERCEPTION DE LA SECONDE MAIN

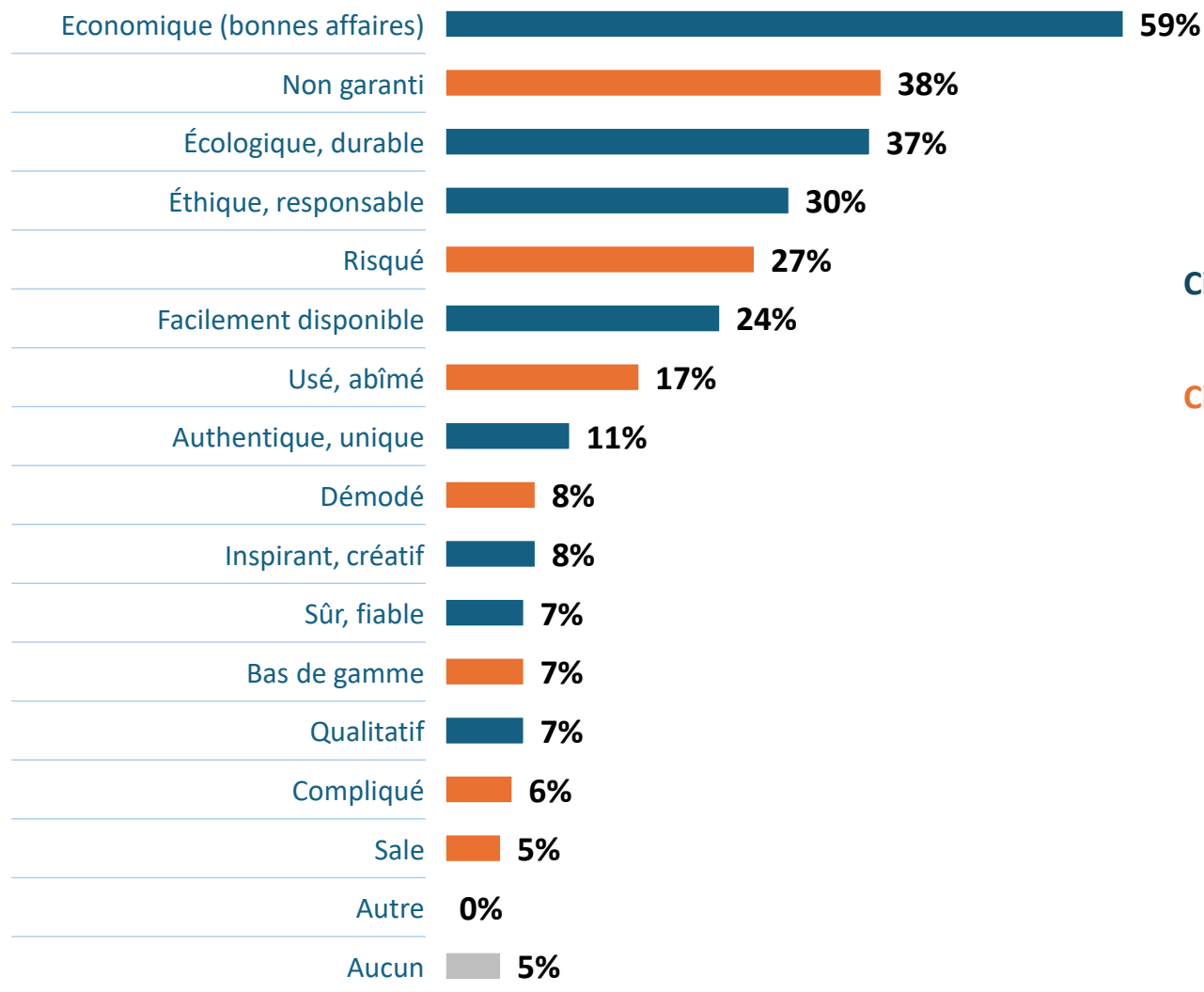


PRINCIPAUX MOTS ASSOCIÉS À LA SECONDE MAIN

La seconde main est associée à une large majorité de mots positifs, à la fois sur la dimension économique et écologique. Les mots négatifs concernent surtout les perceptions de non-garantie des produits.

Parmi la liste suivante, quels sont les mots qui reflètent le mieux ce que vous pensez de la seconde main ?

Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



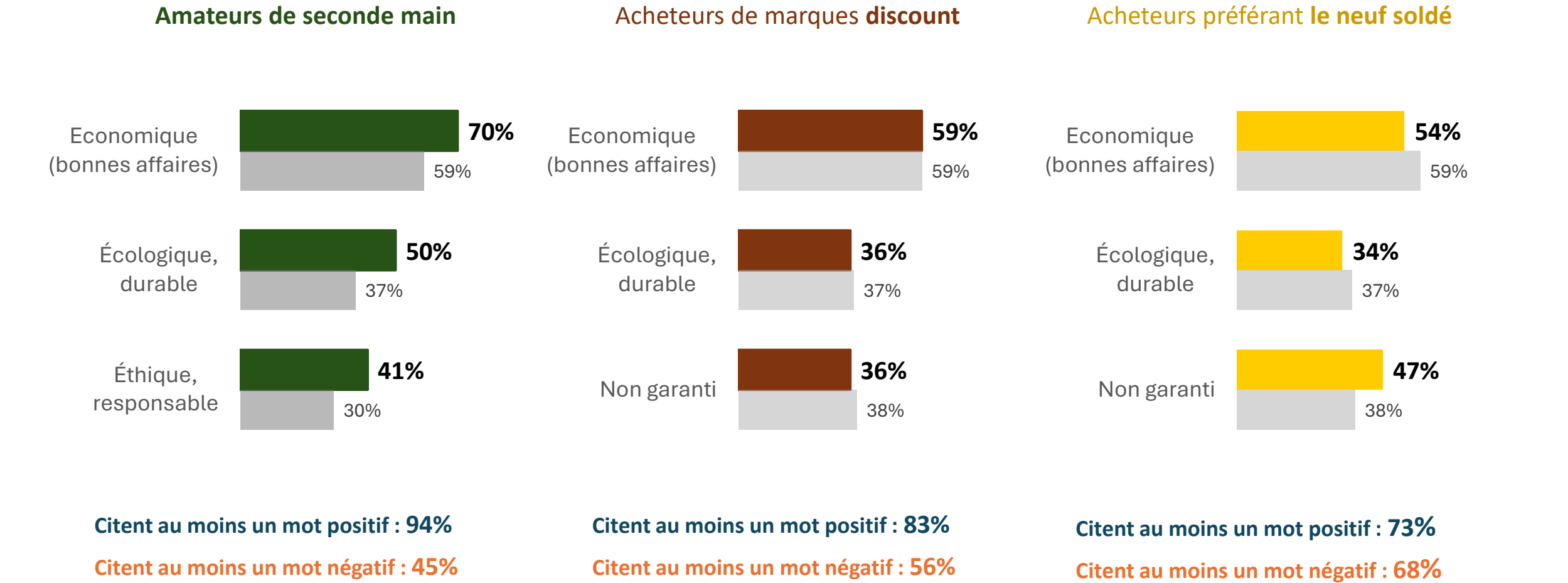
Citent au moins un mot positif : 79%

Citent au moins un mot négatif : 58%

TOP des réponses en fonction du profil des consommateurs

Parmi la liste suivante, quels sont les mots qui reflètent le mieux ce que vous pensez de la seconde main ?

Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100%, car plusieurs réponses possibles

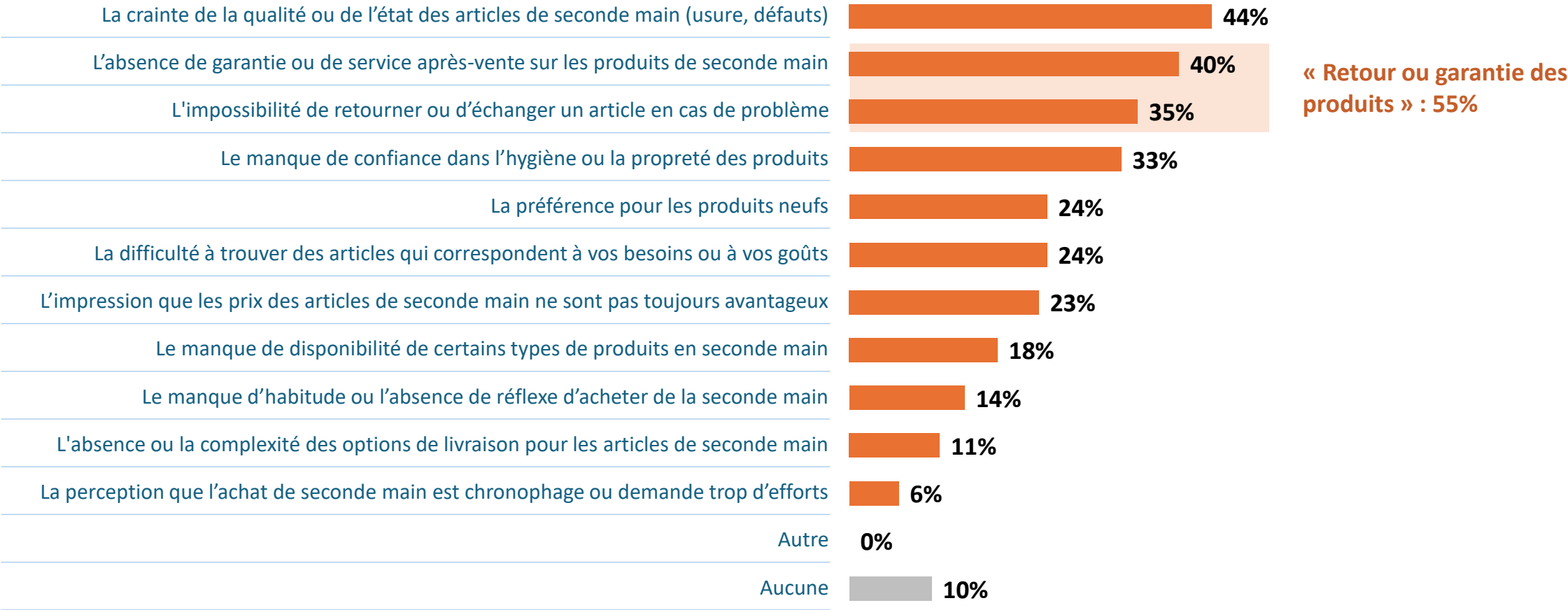


FREINS À L'ACHAT DE PRODUITS DE SECONDE MAIN

Les freins à l'achat d'articles de seconde main concernent surtout l'absence de garantie/service après-vente, ainsi que des réticences vis-à-vis de l'état des articles (usure, défauts).

Dans la liste suivante, quelles sont les raisons qui vous incitent, ou vous inciteraient, à ne pas acheter d'articles de seconde main ?

Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

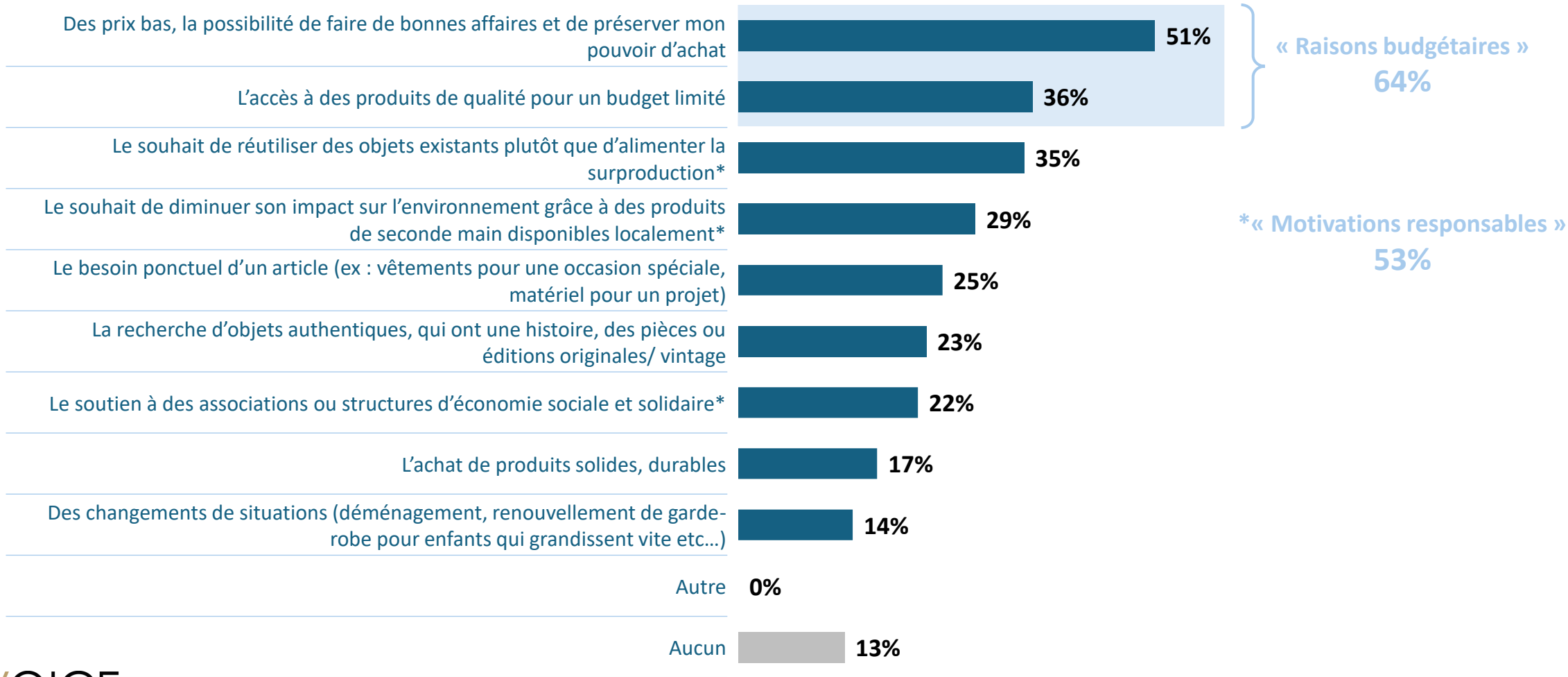


LEVIERS À L'ACHAT D'ARTICLES DE SECONDE MAIN

Les leviers d'incitation à l'achat de seconde main sont majoritairement liés à des raisons économiques, mais les motivations d'ordre éthique/responsable représentent également une part importante

Dans la liste suivante, quelles sont les raisons qui vous incitent, ou vous inciteraient, à acheter des articles de seconde main ?

Base : ensemble (1000 personnes) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



2.4

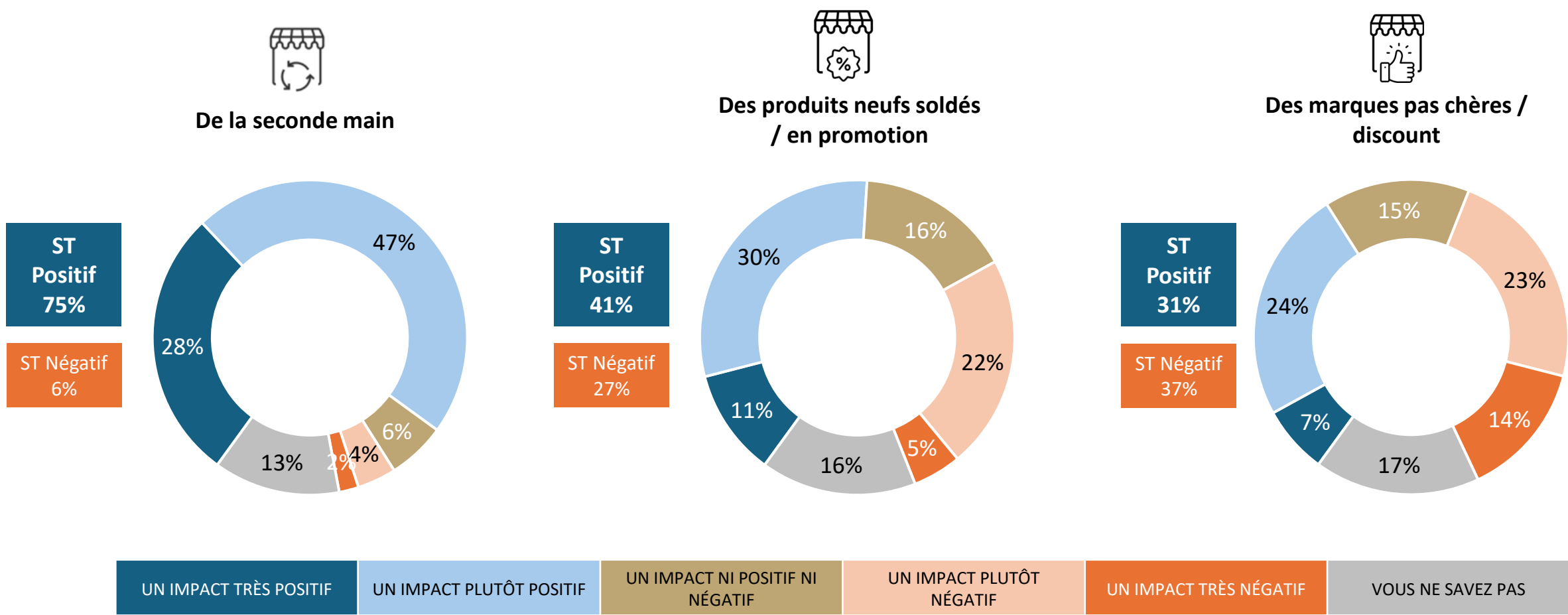
LES ENJEUX SOCIÉTAUX



La seconde main se distingue nettement des autres types d'achat sur l'impact environnemental, jugé positif par les 3/4 des Français

Veuillez indiquer si selon vous, le fait d'acheter [...] , a un impact positif ou négatif sur l'environnement ?

Base : ensemble (1000 personnes)



La seconde main se distingue nettement des autres types d'achat sur l'impact environnemental, jugé positif par les 3/4 des Français

Veuillez indiquer si selon vous, le fait d'acheter [...] , a un impact positif ou négatif sur l'environnement ?

Base : ensemble (1000 personnes)



De la seconde main

Impact positif



Amateurs de seconde main : 87 %
Acheteurs de neuf soldé : 71%
Acheteurs de marques discount : 79 %



Des produits neufs soldés / en promotion

Impact positif



Amateurs de seconde main : 44 %
Acheteurs de neuf soldé : 47%
Acheteurs de marques discount : 47 %



Des marques pas chères / discount

Impact positif

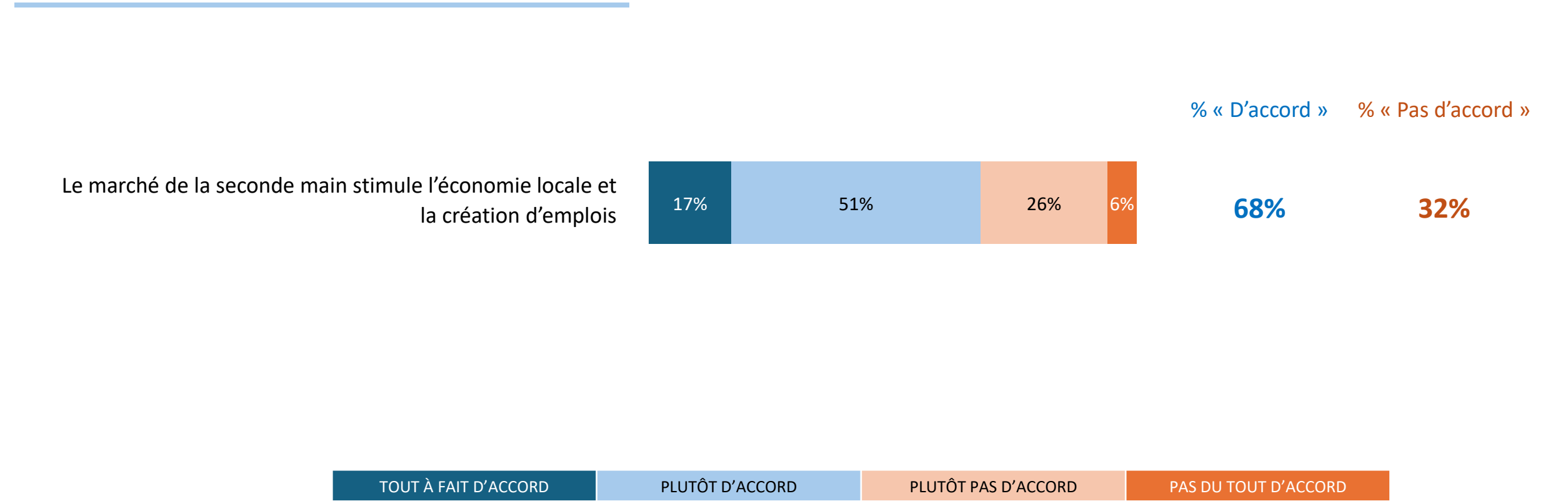


Amateurs de seconde main : 35 %
Acheteurs de neuf soldé : 32%
Acheteurs de marques discount : 42 %

Près de 7 Français sur 10 considèrent que le marché de la seconde main stimule l'économie locale et la création d'emplois

Etes-vous d'accord ou non avec l'affirmation suivante : « le marché de la seconde main stimule l'économie locale et la création d'emplois » ?

Base : ensemble (1000 personnes)

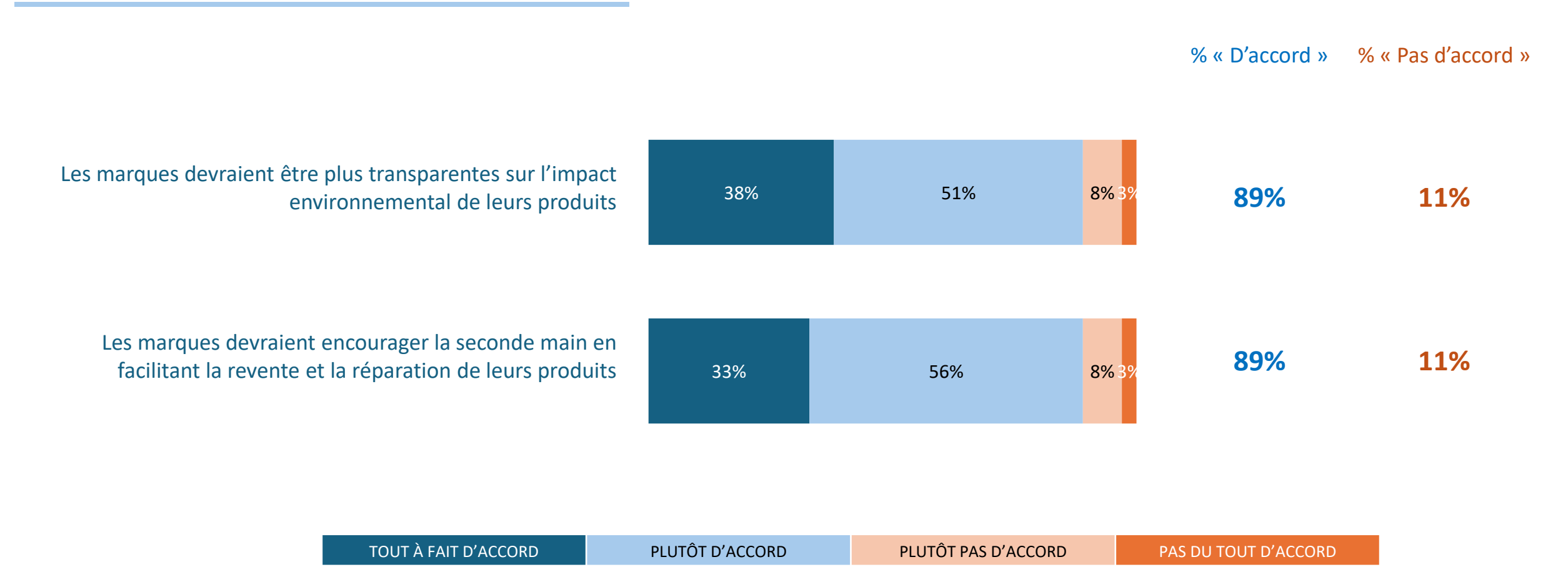


OPINION DES FRANÇAIS A L'ÉGARD DES MARQUES

L'attente des Français vis-à-vis des marques est élevé : près de 9 Français sur 10 considèrent qu'elles devraient être plus transparentes sur l'impact environnemental de leurs produits et qu'elles devraient encourager la seconde main

Voici une série d'affirmations. Pour chacune d'elles, merci d'indiquer si elle correspond à votre manière de consommer, si elle reflète ce qui compte le plus pour vous quand vous faites un achat (hors alimentation) :

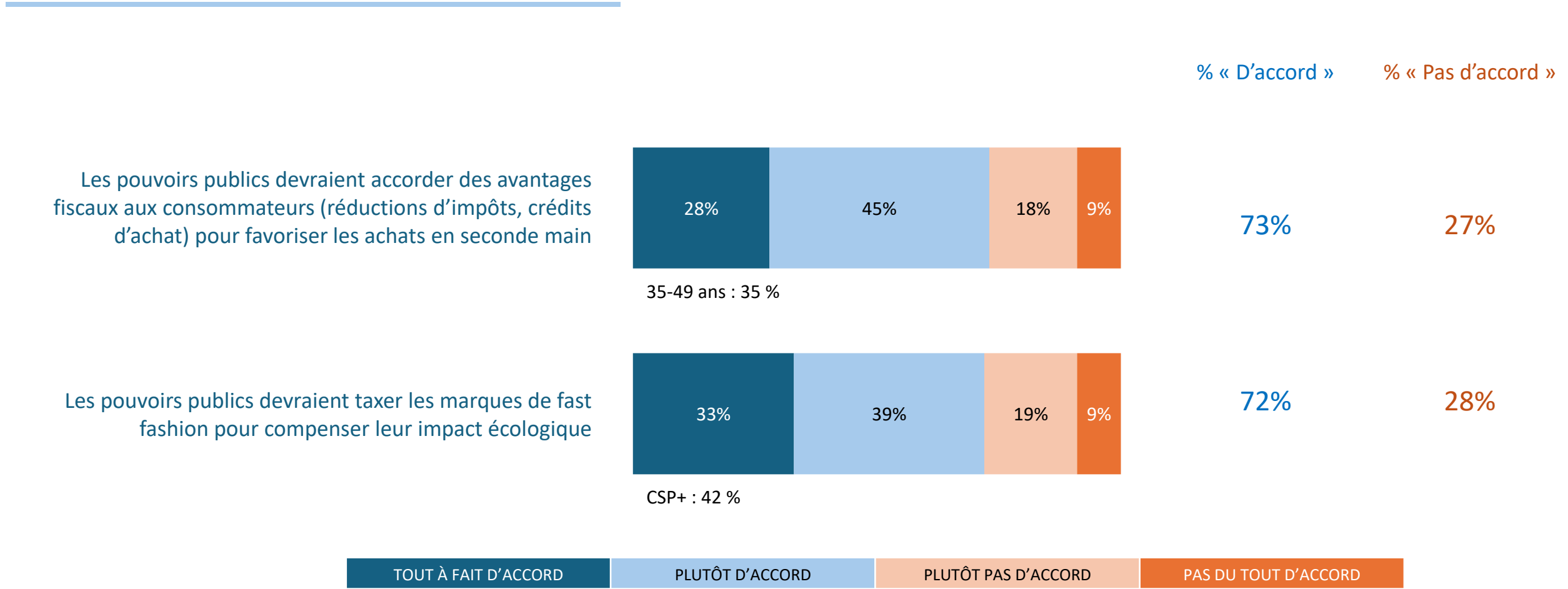
Base : ensemble (1000 personnes)



Une large majorité des Français souhaiterait que les pouvoirs publics s’engagent dans des actions concrètes pour favoriser la seconde main, y compris sous forme de taxes à l’égard des marques de fast fashion pour compenser leur impact écologique.

Voici une série d’affirmations. Pour chacune d’elles, merci d’indiquer si elle correspond à votre manière de consommer, si elle reflète ce qui compte le plus pour vous quand vous faites un achat (hors alimentation) :

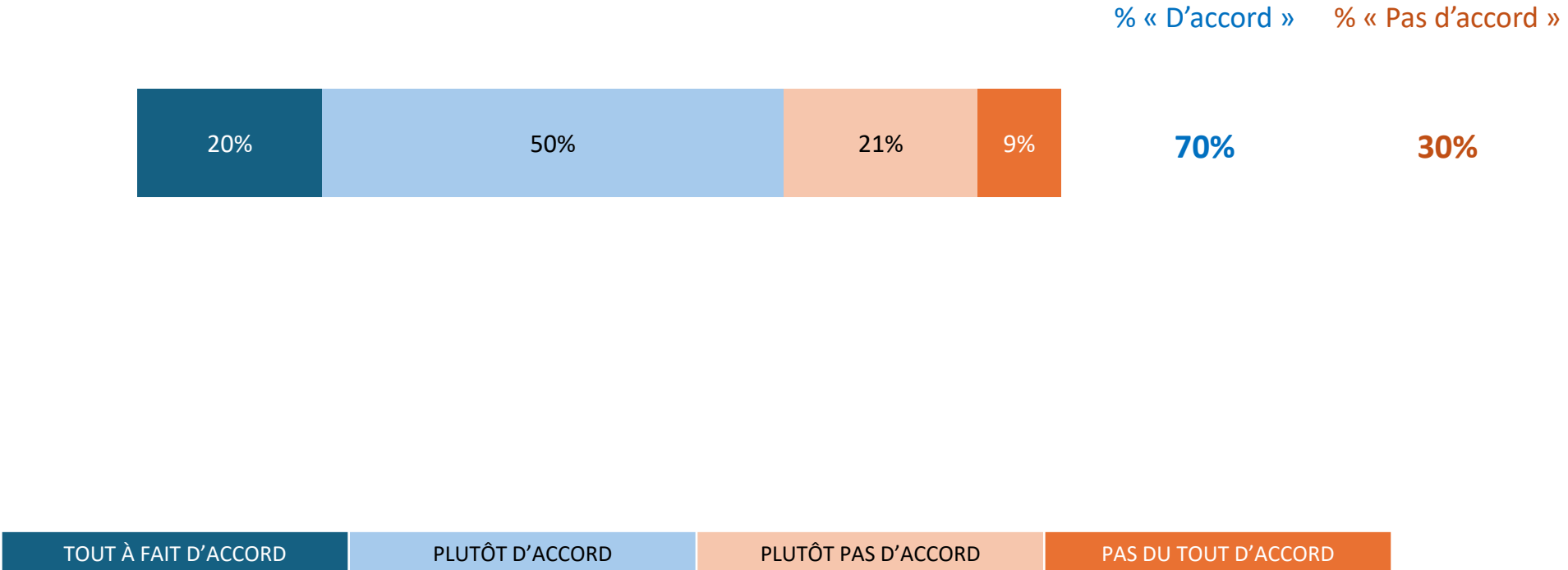
Base : ensemble (1000 personnes)



7 Français sur 10 pensent que la part de leurs achats de seconde main aura augmenté dans 5 ans

Etes-vous d'accord ou non avec l'affirmation suivante : « Vous-mêmes, vous pensez que la part de vos achats de seconde main augmentera dans les 5 prochaines années » ?

Base : ensemble (1000 personnes)



LES ENJEUX SOCIÉTAUX SELON LES PROFILS DE CONSOMMATEURS

Sous-total D'accord	Ensemble	Les amateurs de seconde main	Les acheteurs de neuf soldé	Les acheteurs de marque discount
Le marché de la seconde main stimule l'économie locale et la création d'emplois	68 %	81%	64%	74%
Les marques devraient être plus transparentes sur l'impact environnemental de leurs produits	89%	93%	88%	89%
Les marques devraient encourager la seconde main en facilitant la revente et la réparation de leurs produits	89 %	95%	89%	91%
Les pouvoirs publics devraient taxer les marques de fast fashion pour compenser leur impact écologique	72 %	79%	71%	66%
La part de vos achats de seconde main augmentera dans les 5 prochaines années	70%	90%	62%	76%

VI^{VO}ICE

**Études conseil stratégie
pour l'avenir des entreprises et des institutions**

Viavoice

www.institut-viavoice.com

9, rue Huysmans, 75 006 Paris.

+ 33 (0)1 40 54 13 90.

Viavoice est une SAS indépendante.

Retrouvez toutes nos actualités :

