

Consommation : les Français entendent intensifier leurs achats de seconde main

tousentrepreneurs.com/article/consommation-les-francais-entendent-intensifier-leurs-achats-de-seconde-main.893

19 juin 2023



Dans un contexte conjoncturel marqué par les questions de pouvoir d'achat, les Français sont de plus en plus nombreux à miser sur les achats de seconde main. Selon une étude réalisée par Vertone et l'Ifop, plus de 6 consommateurs sur 10 affirment avoir été séduits par ce nouveau mode d'achat sur les 12 derniers mois.

Les produits d'occasion séduisent de plus en plus de Français. Alors que les questions liées à l'inflation et au pouvoir d'achat sont dans tous esprits, les consommateurs se tournent en effet de plus en plus vers la seconde main. Ce constat, déjà bien établi depuis plusieurs mois, Vertone, entreprise spécialisée dans le marketing, et l'Ifop, le font à nouveau dans une étude dont les résultats viennent d'être dévoilés. "Nous avons interrogé 3 000 Français pour analyser leur manière de consommer les produits de seconde main, que cela soit en tant qu'acheteur ou vendeur", indique Mathilde Jardin, senior manager retail chez Vertone. Et cette dernière constate :

76 % des Français ont acheté ou vendu des produits sur le marché de la seconde main sur les 12 derniers mois.

L'étude pointe également un niveau de fréquence d'achats ou de ventes, avec 9 actes au total. Le budget annuel moyen accordé par les consommateurs aux achats atteint 280 euros, contre 240 pour la vente. Surtout, les Français entendent intensifier le recours à ce

mode d'achat. Ainsi, 70 % des interrogés affirment vouloir acheter des produits de seconde main dans les prochains mois et 67 % entendent en vendre. *"On voit également que la seconde main va rebattre les cartes en matière de consommation puisque 32 % des Français déclarent vouloir acheter davantage de produits d'occasion que de neuf (contre 23 % actuellement)"*, insiste Mathilde Jardin.

Différents canaux d'achats

Parmi les canaux d'achats plébiscités, plus de 6 Français sur 10 (65 %) se tournent en majorité vers les sites des petites annonces. Si de plus en plus d'enseignes s'orientent vers la seconde main, la consommation en retail reste encore anecdotique, avec 17 % des répondants affirmant passer par ce canal pour acheter ou vendre des articles d'occasion. *"On pense que cela s'intensifiera, les enseignes testant beaucoup de choses"*, assure Mathilde Jardin, avant de souligner :

┆ Mais les acteurs du retail doivent trouver le bon modèle. Ce qui n'est pas évident.

Certaines enseignes ont notamment fait le choix d'intégrer la gestion de ce nouveau canal de distribution quand d'autres préfèrent miser sur des prestataires. *"Aujourd'hui, la question n'est pas encore d'être rentable via ce canal mais c'est davantage une question d'image, de fidélisation mais aussi une promesse d'une offre client plus large"*, estime Mathilde Jardin.

Tendance pérenne

Du côté des catégories de produits achetés en priorité, 33 % concernent la mode adulte, 33 % la culture & et les loisirs, 22 % la décoration et l'ameublement et 20 % les produits électroniques. Logiquement, le prix ressort en tête des raisons citées par les consommateurs (65 %). Suivent le rapport qualité/prix (47 %) et le fait qu'il s'agit d'un choix écologique (42 %). Selon Mathilde Jardin :

┆ Quand on voit ces chiffres, on se rend compte que la tendance va se pérenniser. C'est dans cette optique que nous avons pensé à cette étude, afin de voir l'évolution sur la durée de la consommation liée à la seconde main.

Pour autant, Vertone note encore quelques freins. Sur l'achat, les consommateurs sont par exemples réticents à payer des frais de port additionnels et sont vigilants à la sécurité mais aussi la qualité du produit. *"Le fait de passer par un acteur reconnu (retailer ou pureplayer) est alors rassurant pour le consommateur"*, insiste Mathilde Jardin. Sur la vente, les freins résident davantage dans le temps que cela prend au consommateur. Quoiqu'il en soit, en tant qu'entrepreneur, enseigne ou marque, de se poser la question de la seconde main et de l'intégrer à ses réflexions stratégiques. *"C'est un passage obligé de repenser son modèle dans une économie qui se veut plus circulaire"*, assure-t-elle, avant de conclure : *"Même si la mise en œuvre dépend de son cœur de métier, il faut s'interroger car cela fera partie des aspects incontournables aux yeux des consommateurs."*

