oney

BAROMÈTRE EUROPÉEN DU MIEUX CONSOMMER

ACHATS DE SECONDE MAIN

Année 2 - 2022

FRANCE | ESPAGNE | PORTUGAL

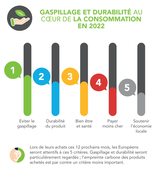
C'est une certitude : les Européens sont devenus attentifs à la consommation responsable. Dans ce mouvement de fond, la durabilité des produits devient en 2022 un critère essentiel tout comme le prix, porté par le contexte économique. Le marché de la seconde main gagne 50% d'adeptes en un an et 1 Européen sur 2 souhaite en acheter encore plus cette année. Pour accélérer cette dynamique : prix, confiance et services associés, notamment en termes de paiement, sont les leviers clés.

1 LA CONSOMMATION RESPONSABLE GAGNE DU TERRAIN

9/10

SONT PRÊTS À **CHANGER LEUR CONSOMMATION AU QUOTIDIEN**

82% 82% 94%



GASPILLAGE ET DURABILITÉ AU CŒUR DE LA CONSOMMATION EN 2022

Lors de leurs achats ces 12 prochains mois, les Européens seront attentifs à ces 5 critères. Gaspillage et durabilité seront particulièrement regardés ; l'empreinte carbone des produits achetés est par contre un critère moins important.

90% DES CONSOMMATEURS SONT ATTENTIFS À LA DURABILITÉ DES PRODUITS

91% 85% 94%

particulièrement pour :

2 SECONDE MAIN : UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR

3/4

EUROPÉENS

ONT OPTÉ POUR UN PRODUIT DE SECONDE MAIN PLUTÔT QUE NEUF CES 12 DERNIERS MOIS **+50% EN UN AN**

Une habitude de consommation en développement dans tous les pays mais davantage ancrée en France (85%) qu'au Portugal (78%) ou qu'en Espagne (73%)

UN EUROPÉEN DÉPENSE EN MOYENNE 300 € / AN

Les Portugais dépensent 10 à 15% de plus en produits de seconde main que les Français ou les Espagnols.

+1/2

DE SOUHAITE EN ACHETER **DAVANTAGE DANS LES 12 PROCHAINS MOIS**

53% 52% 57%

HABITAT ET LOISIRS SERONT PRIVILÉGIÉS EN 2022

3 SECONDE MAIN : LES EUROPÉENS FONT LEUR CHOIX

DES ACHATS PLUTÔT EN LIGNE MAIS UNE ATTENTE FORTE AUPRÈS DES MAGASINS

LORS DES 12 DERNIERS MOIS

À L'AVENIR

LE PRIX RESTE LE CRITÈRE DE CHOIX PRINCIPAL

Prix	89%	87%	93%
Produits durables	89%	84%	87%
Impact environnemental	86%	83%	87%

LES MARQUES GAGNENT EN NOTORIÉTÉ SUR LA SECONDE MAIN

Pour acheter des produits de seconde main, les Européens pensent spontanément à :

4 LES LEVIERS POUR DÉVELOPPER LE MARCHÉ DE LA SECONDE MAIN

LE PRIX, TOUJOURS LE PRIX

50% Proposer des prix plus doux du neuf

LA CONFIANCE ...

46% Rassurer sur le durée de vie des produits

44% Rassurer sur l'état et la qualité

27% Rassurer sur la sécurité de la transaction

... ET LA QUALITÉ DE SERVICE AU CŒUR DE L'ACHAT

31% Proposer des services annexes (garantie, ...)

29% Améliorer la qualité des échanges durant l'achat

25% Proposer une offre plus large de produits

3x 4x LE PAIEMENT FRACTIONNÉ : levier essentiel pour développer les ventes

76% achèteraient plus de produits d'occasion/ reconditionnés s'ils pouvaient les payer en plusieurs fois.

Baromètre réalisé par Harris Interactive pour Oney. Enquête en ligne du 2 au 10 juin 2022, en France, en Espagne et au Portugal auprès d'un échantillon de 3 092 personnes, âgées de plus de 18 ans, représentatif de chaque pays. Représentativité assurée par la méthode des quotas et du redressement appliqué aux variables suivantes : sexe, âge, région l'habitation et niveau de revenu des répondants dans chaque pays.

oney

harris interactive