

Baromètre Européen du mieux consommer.

L'économie circulaire, alliée du pouvoir d'achat en 2023.



oney
YOUR MONEY YOUR WAY

L'économie circulaire confirme son essor.

66% des Européens déclarent avoir eu recours à l'achat de produits issus de l'économie circulaire au cours des 12 derniers mois.

47% déclarent y avoir eu recours à plusieurs reprises.



Au cours des 12 derniers mois, avez-vous eu recours à des produits issus de l'économie circulaire ?

Oui.
Oui, à plusieurs reprises.

Les motivations de l'achat responsable.



66%

+10 pts vs 2022
Eviter le gaspillage



51%

NEW
Eviter la surconsommation



49%

+2 pts vs 2022
Avoir un produit qui dure dans le temps

Les secteurs privilégiés.



Les vêtements et accessoires

66%



Les meubles et la décoration

55%



Les appareils informatiques, électroniques et électriques

53%

Reconditionner et réparer, les deux dimensions préférées par les Européens.



Une solution qui fait de nouveaux adeptes dans un contexte d'inflation.



84%

Une solution d'avenir...
A l'avenir, 84% des Européens déclarent avoir l'intention de recourir à des produits d'occasion ou reconditionnés si leur budget venait à diminuer.

Si votre budget venait à diminuer, pensez-vous que vous auriez plus souvent recours à des produits d'occasion ou reconditionnés ?

Oui.
Oui, certainement.



+1/3 envisagent de recourir plus fréquemment à l'économie circulaire dans les 12 prochains mois, en priorité dans les secteurs de l'habillement (43%), de la tech (42%) et de l'ameublement/décoration (40%).

Payer moins cher, critère numéro 1 de l'achat responsable.

Quand vous avez recours à un produit issu de l'économie circulaire plutôt qu'un produit neuf, quels critères sont les plus importants dans votre choix ?



3 leviers essentiels pour développer ce marché demain.

Le prix, premier critère d'attention à l'achat circulaire...

Les freins à l'achat de produits issus de l'économie circulaire.



Payer plus cher pour un produit plus durable ?

Ne se disent pas prêts à payer plus cher pour un produit plus durable. **38%**

Se disent prêts à payer 5% de + **22%**

Se disent prêts à payer 10% de + **25%**

...avec de fortes attentes envers les marques



40% des Européens estiment très insuffisant le degré d'implication des marques dans le développement de l'économie circulaire

Informez pour rassurer

Les informations que les Européens souhaiteraient avoir en priorité de la part des commerçants.

49% Une meilleure mise en avant des produits connus de l'économie circulaire.

46% Davantage d'informations sur les garanties proposées

40% Davantage d'informations sur la traçabilité des produits

Une confiance ciblée vers les grandes enseignes.

Les Européens déclarent accorder leur confiance avant tout aux...

75% Sites web d'enseignes connues.

78% Centres commerciaux/grands magasins.

83% Magasins sous enseigne.

3x le paiement fractionné, levier de la consommation durable

79% des Européens estiment que le paiement fractionné est une incitation efficace à l'achat de produits issus de l'économie circulaire.

oney
YOUR MONEY YOUR WAY

Methodologie : Enquête CSA pour Oney, réalisée en ligne auprès de trois échantillons représentatifs de chaque pays (1005 en France, 1001 en Espagne, 1006 au Portugal). Âgés de 18 ans et plus, interrogés du 17 au 28 juillet. Méthode des quotas basée sur les variables de sexe, âge, profession de la personne interrogée, stratification par région et catégorie d'agglomération (France uniquement).