

BackMarket, Vinted, CertiDeal... Les possibles grands gagnants de Noël

Le marché de l'occasion fait petit à petit son nid en France. La crise économique engendrée par le confinement et le Covid-19 accélère la tendance. Cette année, presque la moitié des Français·e·s envisagent d'offrir un cadeau de seconde main.

Temps de lecture : minute

8 décembre 2020

Crise oblige, les Français·es ont décidé de faire attention à leur finance cette année et de confiner leurs économies sur leurs comptes d'épargne. Ce souci d'économie se traduit aussi dans leur mode de consommation. Ils sont, en effet, de plus en plus nombreux à se tourner vers le marché de l'occasion comme en témoigne l'étude réalisée par l'agence de marketing digital Diffusis France auprès de 1588 personnes. Une bonne nouvelle pour Back Market, Vinted, Leboncoin ou CertiDeal qui n'ont pas hésité à miser sur la publicité pour faire parler d'eux cette année.

L'occasion fait recette

Si l'étude ne donne pas le chiffre d'affaires des géants de l'occasion qui sévissent en France, elle confirme néanmoins l'attrait des consommateur·rice·s pour ce mode de consommation. Plus de 85,9% des répondants reconnaissent acheter des produits d'occasion et 60% naviguer sur des sites de petites annonces.

Les achats de seconde main ne pas une exception mais deviennent une véritable habitude puisque que 64,5% des personnes interrogées révèlent y recourir régulièrement ou très souvent. Seuls 14,5% des Français·es se

disent totalement réfractaires à l'occasion.

Les raisons évoquées pour acheter en seconde main sont d'abord financières (72,9%) mais la protection de la planète (39%) et la lutte contre la surconsommation (32%) sont également cités. Dans un quart des cas, l'occasion est le seul moyen de trouver un produit ancien qui n'est plus commercialisé aujourd'hui. La prise de conscience écologique se cristallise donc dans les habitudes de consommateurs qui se montrent ainsi désireux de reprendre le pouvoir sur leurs achats.



À lire aussi

Back Market lève 110 millions d'euros pour (enfin) s'imposer aux États-Unis

La période de Noël devrait aussi bénéficier à ce secteur. Davantage de Français·es se déclarent prêt·e·s à offrir un bien déjà utilisé auparavant, 48,7% aujourd'hui contre 33,8% l'an passé, soit une hausse de 14,9 points. Et rassurez-vous, ce choix a peu de chance d'être mal pris par le destinataire du cadeau. En effet, 78,6% des interrogés indiquent qu'ils ne se sentiraient pas offusqués.

Des freins à lever

Le secteur n'est finalement boudé que par peu de Français·es désireux d'acquérir du neuf, par soucis de sécurité (garantie et réparation possible) mais aussi parfois le manque de connaissance des sites et plateformes adéquats.

Le paiement en plusieurs fois, proposés sous forme de micro-crédit par de nombreuses enseignes, pourrait bien contribuer à l'essor du marché de la seconde main dans les années qui viennent. Pour trois quart des interrogés, ce type de service les inciterait à acheter d'occasion et 57,4% auraient continuellement recours à cet échelonnement. Cette solution serait particulièrement sollicitée lors de l'achat de véhicules (voiture, scooter, trottinette, vélo) et d'appareils multimédia (tablette, smartphone, ordinateur).

Si l'accès à de tels appareils permet de faire baisser la fracture numérique, l'achat de produits de seconde main n'empêche pas les Français·es d'acheter en (trop grande) quantité.

Le secteur de l'occasion de structure, petit à petit, et convainc de plus en plus de personnes mais doit aussi faire attention à ses propres limites.