

Rentrée étudiante : touchés par la crise sanitaire, les 18-25 ans s'équipent en produits de seconde main

- Une rentrée universitaire sous le signe du reconditionné : 6 étudiants sur 10 (61 %) déclarent souhaiter acheter au moins un produit d'équipement bureautique (ordinateur, imprimante) de seconde main pour la rentrée.
- Près de 9 jeunes sur 10 déclarent avoir déjà acheté des produits de seconde main et près d'un tiers d'entre eux (28 %) ont l'intention d'accroître ce mode d'achat.

Rakuten, plateforme d'e-commerce, pionnière de l'économie circulaire en France et présente également sur le segment du neuf, a réalisé avec l'Ifop* une étude sur l'essor de la seconde main auprès d'une cible de consommateurs français fortement impactée par la crise sanitaire à tous les niveaux, qu'ils soient sociaux ou économiques : **les 18-25 ans**.

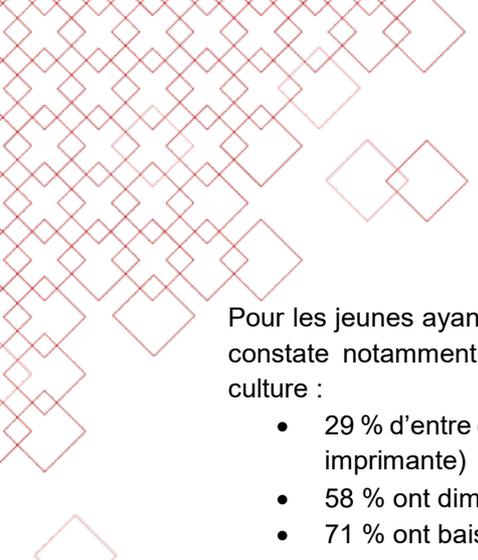
Les 18-25 ans : une génération affectée par une crise sans précédent qui a bouleversé les modes de consommation

Une situation tristement généralisée... Près de 3 jeunes sur 10 déclarent que leur situation économique s'est détériorée depuis la crise de la Covid-19, générant un impact sur leurs modes de consommation. Cette tendance est notamment plus importante chez les jeunes inactifs puisque 39 % d'entre eux ont vu leur situation financière se dégrader considérablement.

... qui va de pair avec une baisse dans les achats. 70 % des jeunes adultes ont dû revoir à la baisse certains postes de dépense avec en tête l'habillement (52 %), l'équipement de la maison (47 %) et les produits culturels (45 %). Ces chiffres s'élèvent à 76, 57 et 50 %, respectivement, pour les jeunes n'habitant plus chez leurs parents, particulièrement impactés.

Un changement dans les habitudes d'achat, en faveur de la seconde main.

82% des personnes interrogées achetaient déjà des produits de seconde main avant la Covid-19. Cependant, 41 % d'entre eux déclarent désormais consommer davantage de produits de seconde main depuis le début de la pandémie. Dans cette optique, la crise sanitaire a été un élément déclencheur pour 1 acheteur sur 5.



Pour les jeunes ayant vu leur situation économique se détériorer à cause de la crise sanitaire, on constate notamment un impact important sur leurs dépenses consacrées aux études et à la culture :

- 29 % d'entre eux ont réduit leurs dépenses en matière d'équipements scolaires (ordinateur, imprimante)
- 58 % ont diminué leurs dépenses pour l'achat de téléphones/smartphones
- 71 % ont baissé leurs dépenses sur les produits culturels

Une rentrée sous le signe du reconditionné

Dans ce contexte, la rentrée universitaire semble se placer sous le signe de l'essor de la seconde main, et notamment du reconditionné, avec un intérêt grandissant pour les produits **high-tech**.

En effet, **6 étudiants sur 10 (61 %) déclarent souhaiter acheter au moins un produit d'équipement bureautique (ordinateur, imprimante) de seconde main pour la rentrée**. Et **1/3 des étudiants, soit 34 %, prévoient d'acheter majoritairement des produits d'équipement bureautique ou de téléphonie/smartphone de seconde main pour la rentrée**.

Plus largement, parmi les 18-25 ans acheteurs de produits de seconde main, 68 % déclarent avoir déjà fait l'acquisition d'un produit de **téléphonie/smartphone** reconditionné ou avoir l'intention d'en acheter prochainement. L'achat ou l'intention d'acheter un produit de téléphonie/smartphone reconditionné est plus particulièrement marqué chez les jeunes qui ont vu leur situation économique se détériorer depuis la crise du COVID-19 (73%). En ce qui concerne l'équipement bureautique, 55 % des 18-25 ans déjà acheteurs de produits de seconde main se sont déjà équipés de matériels reconditionnés ou envisagent de le faire prochainement.

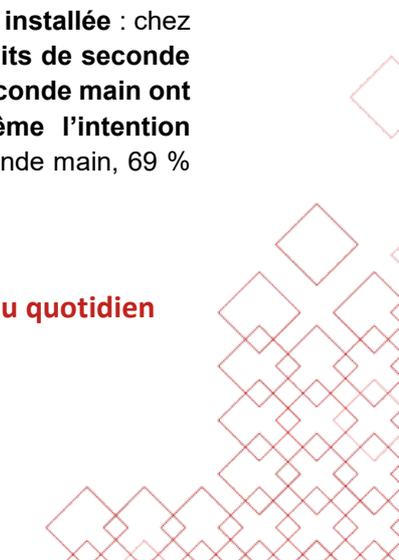
La seconde main, une tendance durablement installée...

L'enthousiasme de la génération Z pour la seconde main s'explique par son adéquation aux enjeux économiques et environnementaux de notre époque et sa contribution à l'économie circulaire.

71 % des jeunes de 18 à 25 ans placent l'aspect économique en premier motif de leur préférence pour les produits de seconde main et 58 % la plébiscitent parce qu'elle permet des « offres de plus en plus intéressantes ». Mais les jeunes valorisent également la dimension durable de ces achats, qui répond à leurs préoccupations environnementales : 57 % affirment qu'il s'agit d'un facteur important dans leur décision, 53 % estiment que les achats de seconde main permettent de favoriser l'économie circulaire et d'éviter la surconsommation.

Loin d'être un phénomène de mode, la seconde main s'avère ainsi une **tendance installée** : chez les 18-25 ans, **près de 9 personnes sur 10 (86 %) ont déjà acheté des produits de seconde main**. Une dynamique très forte puisque **94 % des acheteurs de produits de seconde main ont l'intention de poursuivre ce mode de consommation et 28 % ont même l'intention d'intensifier ce mode d'achat**. Preuve de la satisfaction des acheteurs de seconde main, 69 % d'entre eux ont convaincu un proche d'acheter de la seconde main.

... mais qui se concentre encore principalement sur de « petits achats » au quotidien



La tendance de la seconde main se concentre particulièrement sur les petits achats. En effet, les jeunes conservent une forme de méfiance et d'appréhension quant à un potentiel déficit de qualité sur les produits de seconde main. La préférence pour l'achat de produits neufs, le manque de confiance dans la qualité des produits et la méfiance sur l'hygiène des produits qui ont déjà été utilisés, sont identifiés comme les trois principaux freins à l'achat par 66, 65 et 59 % des répondants respectivement.

En l'absence de garanties, les achats de seconde main représentent plutôt des produits de « petits prix » au quotidien : à ce jour, 8 acheteurs sur 10 optent consacrent moins de 50 euros par mois aux achats de seconde main. Les produits culturels, l'habillement, et l'équipement de la maison demeurent les principales catégories de produits achetés en seconde main.

Rakuten lance « Reconditionné CeRtifié » : la garantie du neuf, le prix du reconditionné

Fort du constat que le manque de garanties par rapport aux produits neufs est le premier motif d'hésitation des consommateurs vis-à-vis du reconditionné, Rakuten lance [Reconditionné CeRtifié](#), une offre inédite sur le marché qui assure aux acheteurs la garantie du neuf au prix de l'occasion.

Disponible à partir du 2 septembre, Reconditionné CeRtifié a pour but de renforcer la confiance et la satisfaction client des membres de la communauté Rakuten et des consommateurs de seconde main de la plateforme.

C'est une garantie contractuelle qui complète la garantie légale et assure une conformité pour tout achat de produit reconditionné. Eligible dans un premier temps sur les smartphones, Reconditionné CeRtifié est une garantie panne offerte d'une **durée de 2 ans**. En complément, tous les accessoires vendus avec un produit Reconditionné CeRtifié sont neufs. Une période de rétractation de 30 jours est également possible.

Pour vendre des produits éligibles à cette garantie exceptionnelle, les vendeurs devront répondre à plusieurs critères de sélections stricts : **la qualité des produits vendus, le faible taux de réclamation et la gratuité de l'envoi.**

Un écosystème vertueux en faveur de l'économie circulaire

Reconditionné CeRtifié vient compléter les engagements de Rakuten en matière d'économie circulaire. Il fait suite au lancement début juillet du badge Vision'R qui pousse un cran plus loin l'investissement unique de Rakuten en faveur du pouvoir d'achat en récompensant l'achat de produits de seconde main et encourage ainsi une dynamique vertueuse en matière de consommation responsable.

Avec 2 produits sur 3 vendus sur la plateforme qui sont de seconde main et un catalogue de 45 millions de produits disponibles, dont près de la moitié proposée par des particuliers, Rakuten est aujourd'hui l'un des leaders de la seconde main sur le marché français.

« Sur la seconde main, nous voulons aller encore plus loin et porter la croissance en France. Elle est au cœur de notre promesse de commerce à impact positif, sur le plan environnemental notamment, mais aussi social. Notre objectif, à travers la garantie Reconditionné CeRtifié, le badge Vision'R et les offres que nous lancerons dans les prochains mois, est de contribuer et encourager au développement de cette consommation plus responsable en répondant aux attentes des consommateurs », déclare Fabien Versavau, PDG de Rakuten France.

*Source Médiamétrie, donnée constatée au Q4 2020

Méthodologie

L'étude Rakuten – Ifop visant à cerner les habitudes d'achats et attentes de étudiants et des jeunes adultes sur le marché de l'occasion, a été réalisée auprès d'un échantillon national de 1 001 individus âgés de 18 à 25 ans. L'enquête a été menée en ligne entre le 4 et le 11 juin 2021.

A propos de Rakuten France

Rakuten est un leader mondial des services en ligne et l'inventeur du modèle de place de marché B2B2C. Fondé en 1997 au Japon, Rakuten propose un écosystème de plus de 80 services digitaux complémentaires, disponibles dans 30 pays, dans des domaines aussi variés que l'e-commerce, les télécommunications, les Fintech, la publicité ou encore l'Intelligence Artificielle.

En France, le modèle de Rakuten offre aux Français des produits neufs et de seconde main. Pionnier de l'économie circulaire, Rakuten se positionne également comme une plateforme inclusive au service de la digitalisation des grandes enseignes et des TPE. Un engagement qui se traduit par une approche non concurrentielle permettant aux commerçants comme aux particuliers de vendre leurs produits. En dépassant le cap des 10 millions de membres, le Club R est bien plus qu'un programme de fidélité, il incite sa communauté à adopter des comportements responsables et vertueux. C'est aussi le plus généreux de l'e-commerce français. En remboursant toute transaction, qu'il s'agisse d'une vente ou d'un achat sur la plateforme ou auprès des 1 300 marques et sites d'e-commerce partenaires, Rakuten améliore le pouvoir d'achat de ses membres, qui, en moyenne, se voient rétribuer jusqu'à 1 000€ par mois pour les plus actifs d'entre eux.

Fidèle à ses valeurs fondatrices, Rakuten prône un modèle de digitalisation vertueux pour les commerçants, pour l'environnement et pour le consommateur. Rakuten, un e-commerce qui met tout le monde d'accord.

Rakuten

Contacts Presse



Rakuten France

Marion Bizet

marion.bizet@rakuten.com

Weber Shandwick

Carine Coq

ccoq@webershandwick.com

07 63 10 69 34

Ghita Sebbar

gsebbar@webershandwick.com

06 69 99 02 26

