

opinionway

— POUR —

leboncoin



Les Français et la protection contre les pannes des produits *électroniques* *et électroménagers* *d'occasion*

Note de synthèse | Octobre 2025

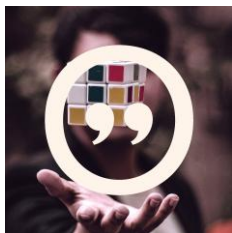
Votre contact :

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion
fmicheau@opinion-way.com

15, place de la République
75003 PARIS





Note méthodologique

L'étude « Les Français et la protection contre les pannes des produits électroniques et électroménagers d'occasion » réalisée pour Leboncoin, est destinée à comprendre et analyser les freins et les motivations des Français face à l'achat de produits d'occasion, en particulier l'impact de la protection contre les pannes sur leur confiance et leurs choix de consommation.

Cette étude a été réalisée auprès **d'un échantillon de 1040 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus**, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées par **questionnaire autoadministré en ligne** sur système CAWI (*Computer Assisted Web Interview*).

Les interviews ont été réalisées **du 1 au 2 octobre 2025**.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : **« Sondage OpinionWay pour Leboncoin »** et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **1,4 à 3,1 points** au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

A. Une garantie de protection contre les pannes est un levier d'incitation à l'achat pour une majorité de Français

- ▶ **La crainte de la panne constitue un frein majeur à l'achat de produits électroniques ou électroménagers d'occasion** : près de la moitié (45%) des Français interrogés ont déjà renoncé à acheter un produit électronique ou électroménager d'occasion par peur qu'il tombe en panne. Ce renoncement est fréquent, puisque 29% des Français indiquent y avoir renoncé « plusieurs fois ». Également, 16% y ont renoncé « une fois ». Néanmoins, 55% des Français déclarent n'avoir jamais renoncé à un tel achat par crainte d'une panne.
 - ▶ Cette crainte est encore plus présente chez les jeunes : **deux tiers des Français moins de 35 ans ont déjà renoncé à leur achat par peur d'une panne** (64%, contre 35% chez les 50 ans et plus).
- ▶ Au vu de l'importance de ce frein, **plus d'un Français sur deux (55%) affirme qu'une option de protection contre les pannes l'inciterait davantage à acheter un produit électronique/électroménager d'occasion**. Parmi eux, 12% déclarent que cela les inciterait même *certainement* à le faire.
 - ▶ **Les deux tiers des moins de 35 ans seraient davantage enclins à acheter le produit en présence d'une protection panne** (64%, contre 51% chez les 50 ans et plus).
 - ▶ Les parents d'enfants de moins de 18 ans seraient encore plus incités à acheter un produit électronique d'occasion si une protection contre les pannes venait avec (61%, contre 54% pour les non-parents).
- ▶ Une majorité de Français estiment que la protection est un facteur essentiel de l'évolution des modes de consommation. **Plus des trois quarts des interviewés jugent qu'une protection contre les pannes des produits d'occasion est essentielle pour encourager une consommation plus responsable** (78%). 70% des personnes interrogées estiment que la possibilité de bénéficier d'une protection rendrait l'achat de produits d'occasion **aussi sûr que l'achat de produits neufs**. Ajoutons que l'absence de protection est fortement dissuasive : deux tiers des Français se disent dissuadés d'acheter des produits d'occasion en l'absence de protection, même si c'est plus économique (65%).
 - ▶ **Quel que soit leur revenu**, la majorité des Français sont dissuadés d'acheter des produits d'occasion du fait de l'absence d'une protection contre les pannes.

B. La protection contre les pannes augmente significativement le niveau de confiance des Français dans un produit électronique ou électroménager

- **La présence ou l'absence de protection influe très fortement sur la confiance des Français dans les produits.** Evalués sur une échelle de 0 à 10, un produit neuf obtient naturellement la note moyenne de confiance la plus élevée (8,3/10). Mais derrière le neuf, **un produit d'occasion avec une protection contre les pannes obtient une note moyenne de 6,6, devançant largement le produit d'occasion sans protection**, qui chute à une moyenne de 4,6. Le produit d'occasion comprenant une protection contre les pannes inspire même davantage confiance aux Français que le produit reconditionné, avec une note de confiance moyenne de 5,9 pour ce dernier.

Seuls 12% des Français expriment une confiance élevée (note de 8 à 10) dans un produit d'occasion sans protection, contre 37% pour un produit d'occasion avec protection.

- **Les Français font davantage confiance aux produits d'occasion avec une protection contre les pannes** plutôt qu'aux produits reconditionnés et d'occasion sans la protection contre les pannes, et ce **peu importe leur sexe, leur âge, leur profession ou encore leur revenu.**
- Dans le cas où une protection était systématiquement incluse à l'achat d'un produit électronique ou électroménager d'occasion, **9 Français sur 10 citent au moins une raison de choisir l'occasion plutôt que le neuf (88%).**

Les raisons de privilégier l'occasion sont doubles, touchant à la fois le budget et l'écologie : **plus de la moitié des Français citent la préservation du pouvoir d'achat (56%) et le fait de limiter le gaspillage électronique (55%) comme raison.** La moitié d'entre eux mentionnent également le fait de donner une seconde vie aux produits (50%) et le fait de consommer de façon plus durable (48%).

- **Les Français les plus âgés sont les plus réfractaires à l'achat d'occasion** : 17% des 50 ans et plus ne trouvent aucune raison qui les inciterait à choisir l'occasion plutôt que le neuf (contre 3% chez les moins de 35 ans).
- Le fait d'avoir **une consommation plus responsable** est une raison citée par **la majorité des moins de 35 ans** (57%, contre 44% des 50 ans et plus).

En conclusion, cette étude révèle plusieurs grands enseignements :

- ▶ La peur des pannes est **un obstacle majeur à l'achat d'occasion**, mais une garantie contre les pannes agit **comme une forte incitation à l'achat**.
- ▶ **Une protection contre les pannes augmente significativement la confiance des consommateurs dans un produit d'occasion**, en les rendant perçus comme plus sûrs.
- ▶ Les consommateurs sont attirés par l'achat d'occasion pour plusieurs raisons importantes et convergentes : **la protection de leur budget, la volonté de réduire le gaspillage électronique, le désir de donner une seconde vie aux appareils** et une aspiration générale à une consommation plus respectueuse de l'environnement.