

RAKUTEN FRANCE ET IPSOS DÉVOILENT LEUR BAROMÈTRE DE NOËL 2023

Rakuten



Événement en partenariat avec

L'ADN



Fabien VERSAVAU

PDG Rakuten France
& Executive Officer Rakuten Group



Laurent WEYNANT

Directeur de la structure Média
et Service Marketing IPSOS

Rakuten



Événement en partenariat avec

L'ADN



LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE

Une inflation redoutée



L'ÉVOLUTION DES MENTALITÉS

sur l'achat de seconde main



L'ENJEU ENVIRONNEMENTAL

au cœur du débat

Rakuten



Événement en partenariat avec

L'ADN



LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE

Une inflation redoutée

Rakuten



Événement en partenariat avec

L'ADN



44%

des Français ont peur d'une baisse de leur pouvoir d'achat
(+ 11 pts par rapport à 2022)



42%

des Français placent l'inflation en tête de leurs préoccupations



35%

des Français ont des difficultés pour disposer d'équipements numériques en état de fonctionnement



74%

des Français pensent que le retour à la normale ne se fera pas avant au moins 1 an



des Français envisagent
de dépenser moins de
200€ pour Noël



Une tension sur
LE POUVOIR D'ACHAT



60%

des Français prévoient de faire
des concessions après les fêtes,
notamment les jeunes



67%

chez les 25-34 ans



76% des acheteurs prévoient de faire leurs achats des semaines à l'avance (+ 26pts)

53% d'entre eux se considèrent comme des chasseurs de bonnes affaires (+15 pts)



81% souhaitent anticiper en achetant leurs cadeaux de Noël lors du Black Friday

DES STRATÉGIES
pour respecter un budget serré



L'ENJEU ENVIRONNEMENTAL

au cœur du débat

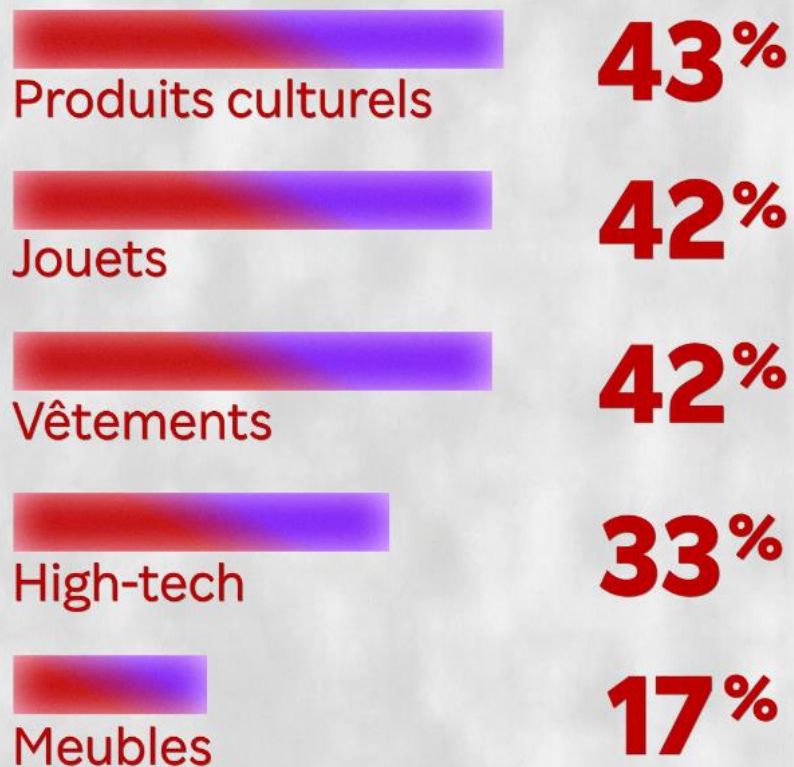
Rakuten



Événement en partenariat avec

L'ADN

La seconde main concerne



TOP ACHATS
de seconde main

Recevoir un cadeau de **seconde main**
ne ferait **aucune différence** pour

47% des Français



La satisfaction vis-à-vis des cadeaux
de Noël augmente :

+ 18 pts

par rapport à l'année dernière



Rakuten



Événement en partenariat avec **L'ADN**

Une pratique qui se
DÉMOCRATISE

LA PERCEPTION

de la revente des cadeaux



72%

se diraient **compréhensifs**
ou ne seraient pas offensés
si les cadeaux offerts
étaient **revendus**



1 Français sur 2

serait prêt à
revendre un cadeau



44% ont peur d'offrir
des produits défectueux
ou de moins bonne qualité

37% ont peur
de décevoir



42% sont freinés par l'absence
de garantie ou de SAV

Cela décourage

**4 non-acheteurs de seconde main
sur 10**

Rakuten



Événement en partenariat avec

L'ADN

QUELQUES FREINS
subsistent



L'ÉVOLUTION DES MENTALITÉS

sur l'achat de seconde main

Rakuten



Événement en partenariat avec

L'ADN

UNE CONSCIENCE ENVIRONNEMENTALE qui progresse



75%

sont soucieux voire
très soucieux du
changement climatique
au quotidien



86%

vont être vigilants et
adopter des
comportements
d'achat responsables

Rakuten



Événement en partenariat avec L'ADN

À choisir entre faire des
économies et faire des achats
éco-responsables,

77%

des Français privilégieraient
le respect de leur budget



Les Français face à
UN DILEMME

Les achats de seconde main
sur Rakuten permettent d'éviter

23000

tonnes d'émissions de CO2 par an



52%

des Français envisagent
d'offrir des **articles**
d'occasion ou
reconditionnés



Rakuten



Evénement en partenariat avec

L'ADN

LA SECONDE MAIN
comme compromis

LES MOTIVATIONS CLÉS à l'achat de seconde main



69%

pour faire
des économies ou
bonnes affaires



46%

pour l'impact
écologique

Une vigilance accrue
sur le pouvoir d'achat
cette année



En conclusion



La seconde main
permet de concilier un souhait
de réduire son impact
environnemental tout en
préservant son budget



Une pratique qui se
démocratise en France pour
l'achat comme la revente

Rakuten



Événement en partenariat avec

L'ADN



Rakuten

**Thank
you!**

✉ flora.louvet@rakuten.fr

✉ rakuten-france@webershandwick.com