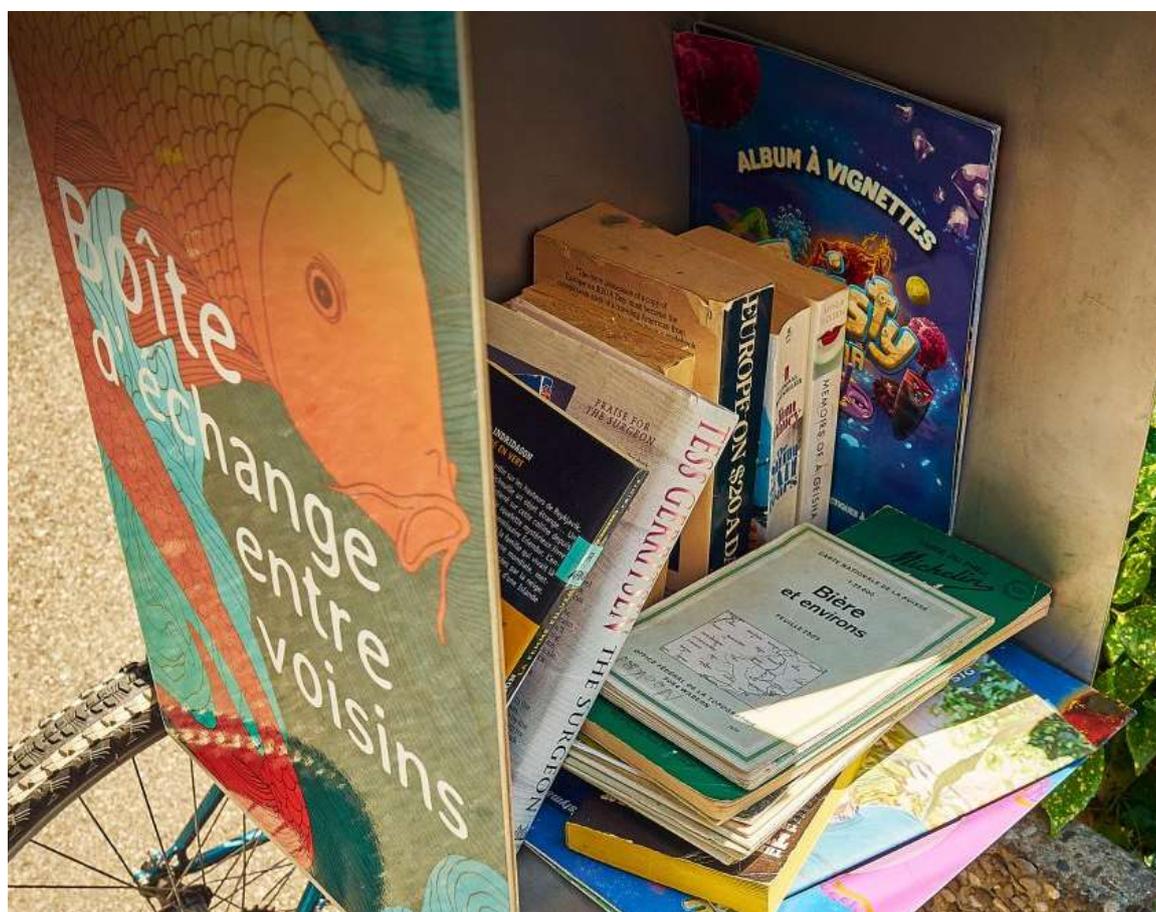


# LA POPULATION GENEVOISE ET LA SECONDE MAIN



JANVIER 2024

## CONTEXTE

Les objets de seconde main, ou d'occasion, se définissent comme des objets qui ne sont pas neufs. Le plan climat cantonal genevois identifie la valorisation de l'offre de seconde main comme une action de réduction des gaz à effet de serre à l'échelle cantonale. De son côté, la Confédération déclare que s'habiller en seconde main permet de préserver l'environnement. Depuis 2020, le site spécialisé Ricardo.ch, l'association Circular Economy Switzerland et myclimate ont lancé au niveau national le Second Hand Day, qui met en avant la durabilité de la consommation d'objets d'occasion. Cependant, peu de données sont disponibles concernant les comportements de consommation d'objets de seconde main de la population suisse ou genevoise. Cet "Essentiel en bref" vient enrichir les connaissances sur ce sujet.

## ENQUETE ET ECHANTILLON

Sur mandat de l'office cantonal de l'environnement - service de géologie, sols et déchets, une étude sur le comportement de la population genevoise vis-à-vis de la seconde main a été réalisée par l'institut de sondage Link. L'étude est basée sur une enquête téléphonique réalisée entre le 26 juin et le 3 juillet 2023.

L'échantillon interrogé est composé de 309 résidentes et résidents genevois âgés de 18 à 88 ans. La structure de l'échantillon est représentative de la population genevoise en termes de genre et d'âge.

Des questions ciblées spécifiquement sur le thème d'offrir et recevoir un cadeau de seconde main ont été posées à un sous-ensemble de l'échantillon.

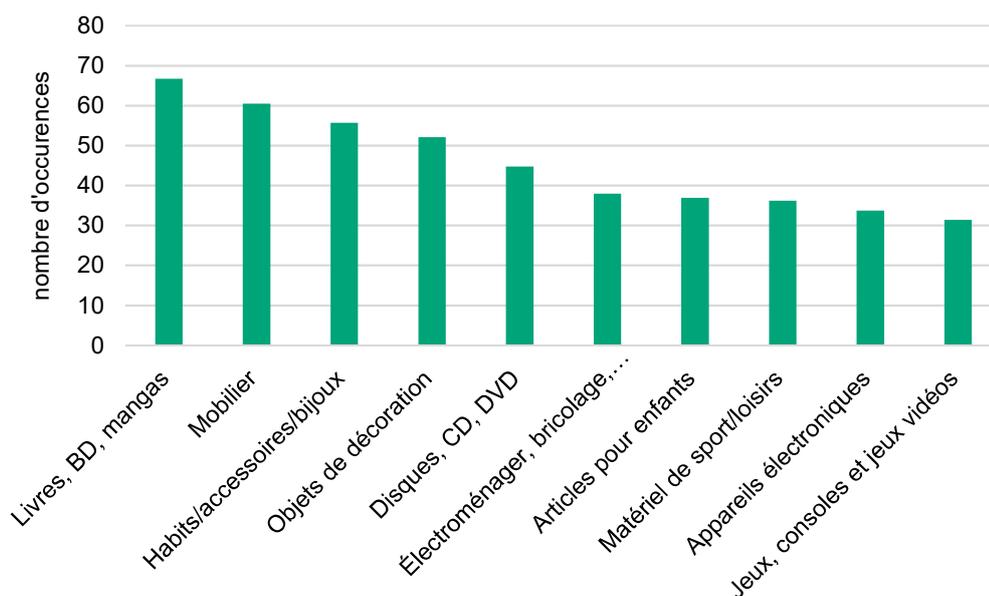
**Note** : la plupart des questions présentaient des options de réponses à choix multiples, les résultats peuvent donc dépasser 100%.

## LIEUX ET HABITUDES DE CONSOMMATION

Les habitudes de consommation d'objets d'occasion ont été questionnées à travers dix catégories d'objets. Plus de 50% de l'échantillon a déclaré consommer habituellement six catégories d'objets ou plus, tandis que 9% a déclaré ne consommer aucun produit de seconde main.

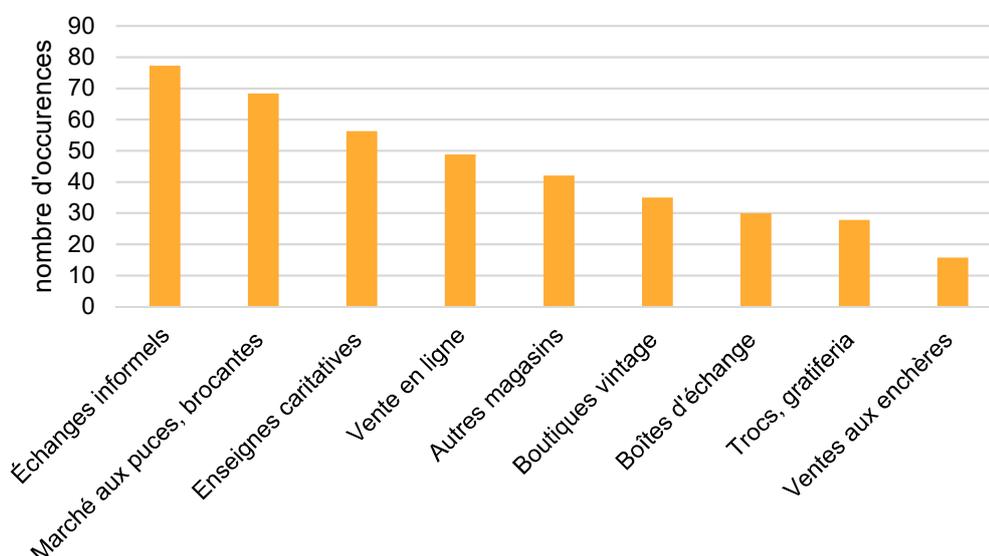
Les objets de seconde main sont généralement associés à des émotions positives, ressenties par la majorité de l'échantillon (74%).

Les **livres** (y.c. BD & mangas), le **meuble** et les **vêtements** (y.c. accessoires et bijoux) sont les catégories les plus consommées. Le classement de consommation par catégories d'objets est illustré dans le graphique ci-dessous.



Parmi les articles pour enfants, les jeux et jouets sont les articles les plus consommés, suivis par les livres, les vêtements (y.c. accessoires) et les articles de puériculture.

En termes de modalités et lieux de consommation, **l'échange informel** (entre amis, famille, voisins) est le premier mode de consommation, suivi par les **brocantes et enseignes caritatives**, comme l'illustre le graphique suivant.



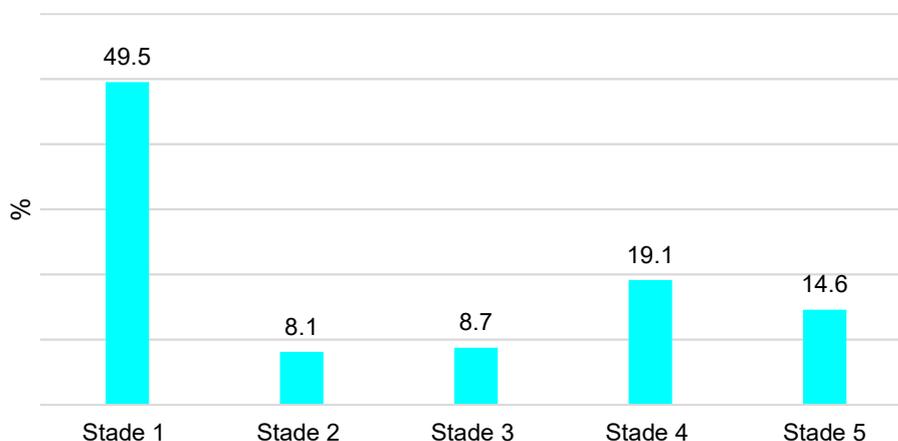
## LES CADEAUX DE SECONDE MAIN

Offrir ou recevoir un cadeau implique de tenir compte de la distance sociale et de la perception de l'autre.

En termes de stades de changement<sup>1</sup>, près de la moitié de l'échantillon n'offre jamais ou rarement de cadeaux de seconde main et ne voit pas de problème

<sup>1</sup> Modèle du changement de comportement en étape de Keller et al, 2021

avec ce comportement. Plus d'un tiers de l'échantillon déclare vouloir offrir davantage de cadeaux de seconde main mais ne sait pas comment faire ou n'a pas commencé à le faire. Près de 15% de l'échantillon offre déjà régulièrement des cadeaux de seconde main, comme illustré dans le graphique ci-dessous.



Stade 1 : J'offre rarement / jamais de cadeaux de seconde main et je ne vois pas de problème avec cela.

Stade 2 : J'offre rarement / jamais de cadeaux de seconde main, j'aimerais en offrir plus mais je ne pense pas que ce soit possible

Stade 3 : J'offre rarement / jamais de cadeaux de seconde main, je souhaiterais en offrir plus mais je ne sais pas concrètement comment faire

Stade 4 : J'offre rarement / jamais de cadeaux de seconde main, je souhaiterais en offrir plus et je sais comment y arriver, mais je n'ai pas encore commencé à le faire

Stade 5 : J'offre souvent des cadeaux de seconde main

## OFFRIR DES CADEAUX DE SECONDE MAIN

Concernant les catégories d'objets offertes, les **vêtements** et les **livres** se distinguent, suivi des **articles pour enfants** (à condition d'en avoir l'opportunité) puis des **objets de décoration**.

Les cadeaux de seconde main proviennent majoritairement de **chez soi**, d'**enseignes caritatives**, de **brocantes** et d'**échanges informels**.

Ces cadeaux sont offerts de manière préférentielle à **la famille proche** et **aux amis proches**, par opposition à la famille éloignée et aux amis éloignés, connaissances, voisins.

Parmi les personnes qui n'offrent que rarement ou jamais de cadeaux de seconde main, le principal **frein** est la **perception des autres** (cité par près de 50% de l'effectif) suivi de la **qualité** (41%) puis l'**hygiène** (36%). Plus spécifiquement, les objets de décoration et les vêtements sont les catégories que les personnes se sentent le moins à l'aise d'offrir.

Pour ces mêmes personnes, la motivation principale à offrir un cadeau de seconde main serait **écologique** (environ 2/3 de l'échantillon), suivi des raisons

**affectives** (histoire de l'objet, attachement, nostalgie) et de **l'originalité**. Les raisons économiques ne sont citées que par 25% de l'effectif.

La majorité des personnes interrogées (2/3) déclare ressentir des émotions positives à l'idée d'offrir un cadeau de seconde main. 56% de l'effectif déclare qu'offrir un cadeau de seconde main indique une relation de qualité, de confiance, tandis que 31% déclare que cela n'indique rien de spécifique par rapport à la relation.

## RECEVOIR UN CADEAU DE SECONDE MAIN

Parmi les personnes qui n'offrent que rarement ou jamais de cadeaux de seconde main, le principal **frein à recevoir un cadeau de seconde main** est **l'hygiène** (53%), puis la **qualité** (34%). A l'inverse, les principales motivations sont les raisons affectives (64%), l'originalité (58%), les raisons écologiques (50%) et la politesse (49%) puis, dans une moindre mesure, les raisons économiques (39%).

La majorité de l'effectif (76%) déclare ressentir des émotions positives à l'idée de recevoir un cadeau de seconde main.

53% de l'effectif déclare que recevoir un cadeau de seconde main indique une relation de qualité, de confiance, tandis que 31% déclare que cela n'indique rien de spécifique par rapport à la relation. Près de 10% de l'effectif déclare que cela indique une relation dans laquelle la personne s'investit.

## CONCLUSION

Les objets de seconde main sont généralement associés à des émotions positives. La moitié de la population genevoise consomme habituellement de la seconde main, en particulier des livres, du mobilier et des vêtements provenant surtout d'échanges informels, de brocantes ou d'enseignes caritatives.

Malgré cela, la population genevoise offre encore peu de cadeaux de seconde main bien que plus d'un tiers de la population souhaiterait adopter ce comportement, ceci plus facilement auprès de la famille ou des amis proches. Les freins liés à la perception de l'autre doivent être levés, par exemple en faisant savoir qu'un cadeau de seconde main serait accepté. La qualité et l'hygiène sont des freins qui peuvent être levés par les enseignes de la seconde main en communiquant clairement auprès de la clientèle les critères de qualité et d'hygiène qui sont mis en place dans le processus de revente, ainsi qu'en informant sur la politique de retour.

Les aspects écologiques, affectif et de distinction sociale de la seconde main sont à mettre en avant afin de promouvoir le cadeau de seconde main.



CRÉDIT PHOTO : HAPPY CITY LAB

## **CONTACT**

par courrier électronique :  
**gesdec@etat.ge.ch**

ou par courrier postal :  
**Office cantonal de l'environnement**  
**Service de géologie, sols et déchets**  
**Quai du Rhône 12**  
**1205 Genève**



**DECHETS.GE.CH**