

Consommation et modes de vie

N° 254 • ISSN 0295-9976 • juillet 2012

Isabelle VAN DE WALLE, Pascale HÉBEL, Nicolas SIOUNANDAN

Les secondes vies des objets : un phénomène durable

La crise a des effets en termes de dégradation du niveau de vie et de précarisation des populations les plus fragiles. De plus, elle interroge sur notre modèle de production et de consommation.

Inscrit dans une réflexion sur les modes de consommation durables, favorisant la réduction des ressources utilisées et des déchets générés, le CRÉDOC a analysé les pratiques favorables à la « seconde vie » des objets : achat d'occasion, achat à plusieurs, location, mais également vente, prêt, don, recyclage... Deux interrogations ont guidé cette réflexion. Quelle est l'ampleur des pratiques d'acquisition et de délaissement favorisant la seconde vie des biens de consommation ? Quels sont les déterminants, en particulier socio-démographiques, de ces pratiques ?

L'interrogation de 1 000 individus de 18 ans et plus montre que le phénomène de la seconde vie des objets est d'ampleur non négligeable, qu'Internet contribue à développer. Les pratiques d'acquisition et de délaissement s'avèrent très différenciées selon les produits (voiture, vêtement, téléphone portable, ordinateur, livre...). Le motif économique joue un rôle important, tout comme la position dans le cycle de vie et la diffusion de la norme écologique au sein de la société.

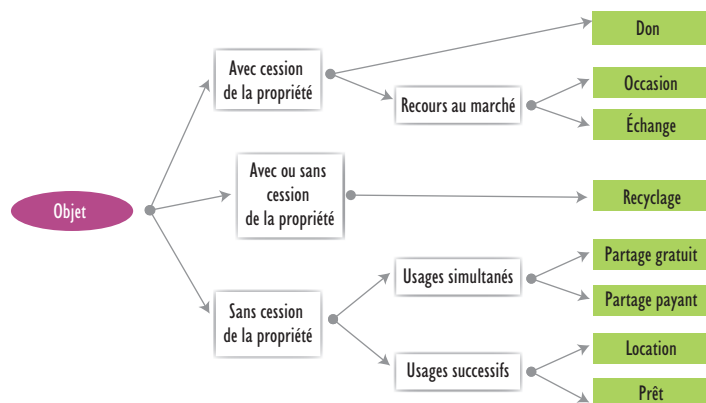
> Seconde vie des objets et multiplicité des usages

En trois générations, notre relation aux objets a fondamentalement changé. De 1945 jusqu'à la fin des Trente Glorieuses, les objets de notre quotidien pouvaient encore pour la plupart être réparés, rafistolés, reprisés, raccommodés, les vêtements comme le linge de maison, la vaisselle comme les jouets d'enfants. Nous étions dans l'ère des objets au « long cours » et de leur transmission entre générations. Aujourd'hui, les garanties commerciales décident en amont de la durée de vie des objets ; leur obsolescence est pour partie programmée, accélérant leur renouvellement. Les objets ne peuvent pas toujours être maintenus en vie très longtemps. Dans le même temps, leurs secondes vies se réorganisent.

La notion de « seconde vie » s'oppose à l'idée de l'acquisition d'un produit neuf par un propriétaire unique, qui l'utiliserait tout au long de son cycle de vie, jusqu'à son abandon sans réutilisation possible : dans la vraie vie, les objets connaissent une carrière plus mouvementée, pleine de rebondissements.

Une fois produit, un objet peut être, simultanément ou tour à tour, utilisé par plusieurs usagers parce que partagé, prêté, loué. Il peut être successivement possédé par différentes personnes, car donné, vendu d'occasion, échangé contre un service ou un autre objet... ●●●

LES DIFFÉRENTES FORMES DE SECONDE VIE DES OBJETS



Source : CRÉDOC 2011.

Il peut même avoir des usages ou des fonctions variés, notamment quand il est recyclé.

> Acheter neuf, mais aussi d'occasion, louer, emprunter, recevoir en don

Dans 90% des cas, nous avons acheté neufs les vêtements que nous portons; dans 80% des cas, le téléphone portable que nous utilisons. Les modes d'acquisition de la voiture que nous conduisons sont plus diversifiés: elle n'a été achetée neuve que dans 38% des cas et a, *a contrario*, fréquemment été acquise d'occasion (49%) ou, dans une moindre mesure, à la suite d'un don, d'une location, d'un emprunt (13%).

Nos pratiques d'acquisition varient fortement d'un objet à l'autre. L'ordinateur, l'article de sport, l'objet de décoration, le matériel de bricolage ou de jardinage, ainsi que le vêtement pour enfants, sont pour plus des trois quarts achetés neufs. À l'exclusion du matériel de bricolage ou de jardinage, ils ne sont qu'exceptionnellement loués ou empruntés, l'achat d'occasion étant non négligeable pour l'objet de décoration, le vêtement pour enfants et l'ordinateur.

Vivant toutes deux chez leurs parents, Cécile et sa sœur, Hélène, partagent leur garde-robe. Cécile privilégie l'achat neuf en solde, tandis qu'Hélène fréquente vidages-greniers et magasins d'occasion à la recherche d'habits de seconde main. Leurs vêtements trop petits sont rangés en attendant que leur jeune sœur, Jeanne, les porte à son tour. Devenus trop usés, ils sont recyclés par leur mère qui en fait des coussins en patchwork, ou des chiffons pour le ménage et le cirage des chaussures. Usagères simultanées et successives, mais également fonctions variées, se cumulent ainsi dans les «secondes vies» des vêtements de cette garde-robe familiale.

À l'opposé, la part de l'achat neuf est plus réduite pour d'autres produits de consommation courante. Le vélo est dans près d'un cas sur quatre acheté d'occasion, mais aussi fréquemment emprunté ou même loué. Il n'est acheté que dans un cas sur deux. Dans un tiers des cas, le livre et le DVD ne sont pas achetés neufs, mais empruntés, achetés d'occasion ou même loués dans le cas du DVD.

> Jeter, stocker, mais aussi donner, revendre, troquer, recycler

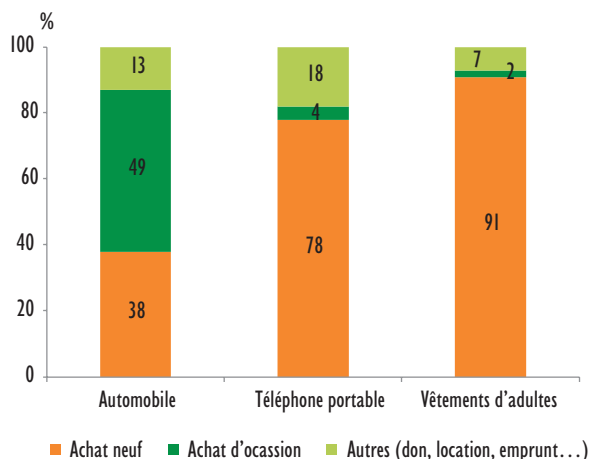
Lorsque nous cessons de les utiliser, près de la moitié de nos vieux téléphones portables (43%) sont jetés ou stockés, en dépit du caractère peu durable de telles pratiques. *A contrario*, nos vêtements d'adulte sont pour plus de la moitié donnés et seulement 20% sont jetés ou stockés. Nous ne nous séparons jamais de nos voitures en les délaissant sur la voie publique: la loi, il est vrai, nous l'interdit. Nous les revendons d'occasion dans plus des deux tiers des cas (68%).

L'article de sport, l'objet de décoration et surtout, l'ordinateur et le matériel de bricolage ou de jardinage, font, comme le téléphone portable, fréquemment l'objet d'un abandon ou d'un stockage sans recyclage, même s'ils sont pour près de la moitié donnés lorsque nous ne les utilisons plus.

A contrario, les produits culturels que sont les livres et les DVD ne sont que très rarement abandonnés; il en est de même pour les vélos et, plus encore, pour les vêtements d'enfants: en raison de leur valeur marchande ou symbolique, de tels produits ne se jettent pas. 70% des livres et 82% des vêtements d'enfants sont donnés. Le vélo et, dans une moindre

L'ACHAT NEUF, PRESQUE TOUJOURS POUR LE VÊTEMENT D'ADULTE ET LE TÉLÉPHONE, RAREMENT POUR LA VOITURE

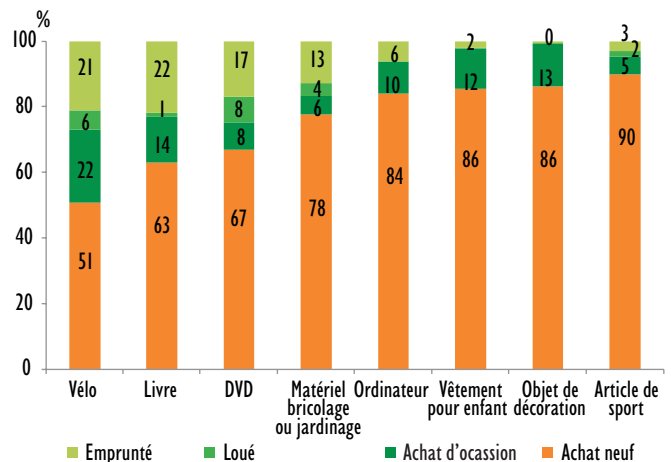
Réponses à la question «Comment avez-vous acquis l'automobile conduite pour la dernière fois, le téléphone portable utilisé la dernière fois, le vêtement que vous portez aujourd'hui?» (en %)



Source: CRÉDOC, enquête consommation 2011.

LA MOITIÉ DES VÉLOS, PLUS D'UN TIERS DES LIVRES ET DVD NE SONT PAS ACHÉTÉS NEUFS

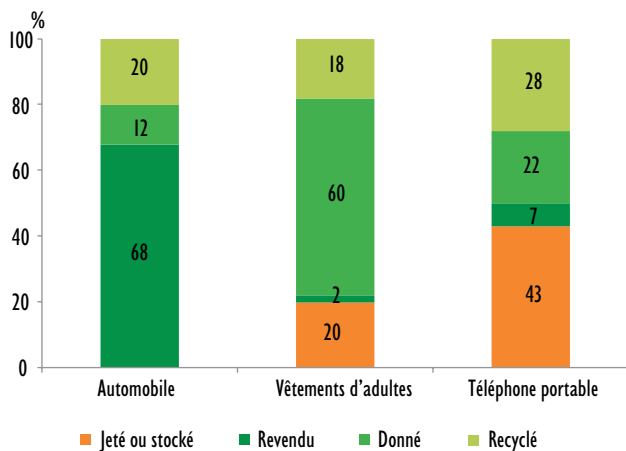
Réponses à la question «Parmi les huit produits acquis dans les six derniers mois (janvier-juin 2011), précisez si vous les avez achetés neufs, d'occasion, loués, empruntés... [Plusieurs modalités possibles]» (en %)



Source: CRÉDOC, enquête consommation 2011.

LA TOTALITÉ DES VOITURES, LA PLUPART DES VÊTEMENTS D'ADULTE ET PLUS DE LA MOITIÉ DES TÉLÉPHONES PORTABLES SONT RECYCLÉS, DONNÉS OU REVENDUS

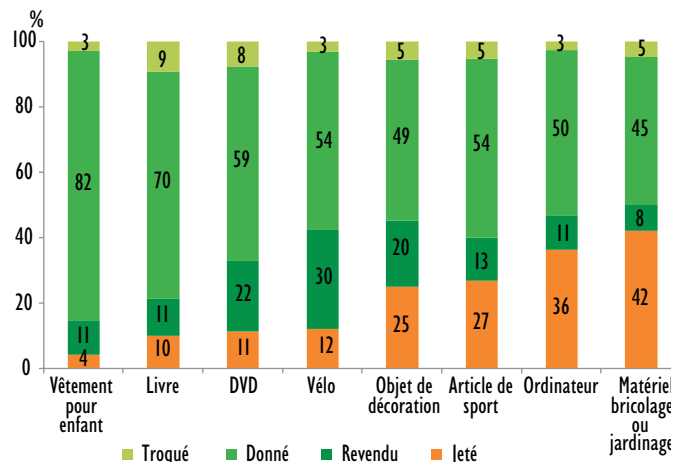
Réponses à la question « Qu'avez-vous fait de la dernière voiture, du dernier téléphone portable, du dernier vêtement... dont vous vous êtes séparé ? » (en %)



Source : CRÉDOC, enquête consommation 2011.

LA QUASI-TOTALITÉ DES VÊTEMENTS D'ENFANTS, DES LIVRES, DES DVD ET DES VÉLOS SONT REVENDUS, DONNÉS OU TROQUÉS

Réponses à la question « Parmi les huit produits suivants délaissés dans les six derniers mois (janvier-juin 2011), précisez si vous en avez revendu, donné, troqué, jeté... [Plusieurs modalités possibles] » (en %)



Source : CRÉDOC, enquête consommation 2011.

mesure, le DVD sont volontiers revendus d'occasion. Le troc concerne essentiellement le livre et le DVD.

> Au hit-parade de la seconde vie : l'automobile, le vélo, le livre et le DVD

De façon quelque peu paradoxale dans une optique de durabilité, l'automobile, contributrice majeure dans la production des gaz à effet de serre (GES), apparaît comme le produit le plus favorable aux pratiques de seconde vie, notamment en raison de sa valeur marchande très élevée, de l'importance et de la structuration de son marché de l'occasion, si ce n'est de son réseau de location, mais également de l'interdiction de tout abandon d'un véhicule sur la voie publique.

Le vélo, le livre et le DVD sont également caractérisés par de fréquentes secondes vies. Relativement cher dans le cadre d'un achat neuf, tout en étant d'un usage temporaire pour les enfants qui continuent de grandir, le vélo est très fréquemment acheté et revendu d'occasion ; il change d'utilisateur, si ce n'est de propriétaire, au gré des réseaux familiaux, amicaux ou de voisinage. Pour le livre et le DVD, le rôle

joué par les bibliothèques municipales comme réseau institutionnel d'emprunt n'a guère d'équivalent ; s'y ajoute l'existence d'un réseau de location pour le DVD.

Les vêtements occupent une position intermédiaire. Ils sont pour la plupart achetés neufs, mais bénéficient, au-delà de la sphère familiale et des connaissances, d'un réseau important et bien structuré d'associations, notamment caritatives, qui les récoltent pour les redistribuer ou les revendre.

D'autres produits sont *a contrario* caractérisés par la propension des consommateurs à les acheter neufs et à les abandonner sans les recycler. Le téléphone portable pâtit notamment de la rapidité du renouvellement de l'offre, de la faible communication concernant son recyclage, mais aussi de son faible encombrement, qui nous permet à la fois de le jeter facilement ou de l'abandonner dans un tiroir.

> Les jeunes, les urbains, les « écolos », mais aussi les ménages aux ressources financières limitées

L'enquête du CRÉDOC montre que les plus jeunes sont les plus adeptes de la

seconde vie pour le vêtement d'enfant, l'automobile, le matériel de bricolage et de jardinage, le DVD. Les plus âgés empruntent plus souvent les livres, car ils fréquentent davantage les bibliothèques municipales.

Les habitants des grandes agglomérations favorisent la seconde vie de l'automobile, via l'achat de véhicules d'occasion, mais également du livre et du matériel de bricolage et de jardinage. Dans les centres urbains, l'offre de bibliothèques et de magasins de location est plus importante, et le marché de l'occasion probablement plus intense. La petite taille des logements urbains intervient également : elle réduit l'utilité de la propriété des articles de bricolage et de jardinage, mais également les possibilités de stockage des objets volumineux.

Les personnes affichant une sensibilité environnementale développent de façon intense la seconde vie du vêtement d'adulte, de l'article de sport et du livre. À l'inverse, l'intérêt porté par les consommateurs à l'innovation ou à la mode freine la seconde vie des objets, notamment du vêtement d'adulte, de l'article de sport, du matériel de bricolage et de jardinage.

La seconde vie des objets se développe enfin pour des raisons économiques, en

EFFETS SIGNIFICATIFS EN MATIÈRE D'INTENSITÉ DE LA SECONDE VIE DES OBJETS

	Automobile	Vêtement enfant	Livre	Matériel bricolage ou jardinage	DVD	Vêtement adulte	Article de sport (matériel sportif)	Téléphone portable
Position dans le cycle de vie	Oui (jeunes)	Oui (jeunes)	Oui (âgés)	Oui (jeunes)	Oui (jeunes)	Non	Non	Non
Densité urbaine	Oui	Non	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non
Capital culturel	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Contraintes budgétaires	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Non
Sensibilité à la nouveauté et à la mode	Non	Non	Non	Oui	Non	Oui	Oui	Non
Sensibilité environnementale	Non	Non	Oui	Non	Non	Oui	Oui	Non
Nombre d'enfants au foyer	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Oui

Guide de lecture : la couleur verte indique un effet favorable aux pratiques liées à la seconde vie des objets ; la couleur orange, un effet défavorable.

Source : CRÉDOC, enquête consommation 2011.

lien avec un faible niveau de ressources financières ou le sentiment de ne bénéficier d'aucune aisance financière, notamment pour l'automobile, le vêtement d'enfant et le livre. Les ménages les plus aisés y paraissent hostiles, en conservant notamment un rapport ostentatoire avec leur automobile.

Les pratiques liées à la seconde vie des objets concernent ainsi des populations aux profils divers : « militants » des classes moyennes diplômées tentant de mettre en pratique leurs aspirations écologistes, ménages des catégories les plus modestes ou voyant la crise restreindre leur pouvoir d'achat, jeunes urbains moins impliqués que leurs aînés dans l'action collective (syndicats, partis politiques, associations) et recherchant au travers de la consommation de nouveaux modes d'expression.

Au final, la crise favorise les pratiques liées à la seconde vie des objets. Nouvelles ou renouvelées, celles-ci sont liées pour partie à la précarité et à l'inégalité sociale. Elles relèvent également d'aspirations écologiques et citoyennes au sens large. Le consommateur, informé de l'impact de sa consommation ou échaudé par l'avalanche de nouveaux produits et par la surenchère des marques, s'interroge sur la finalité de la consommation et sur sa capacité à procurer les biens essentiels à un prix abordable. Favorisée par la multiplication des lieux de vente d'occasion ou de troc (brocantes, vides-greniers, sites Internet...), la seconde vie des objets apparaît d'ores et déjà comme un phénomène durable, que des mesures d'accompagnement, adaptées à la variété des pratiques des consommateurs, pourraient encourager. ■

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Réalisée chaque année auprès d'un échantillon de 1000 individus âgés de 18 ans et plus, représentatif de la population française, l'enquête « Consommation » du CRÉDOC de juin 2011 intègre un volet de questions spécifiques sur la seconde vie des biens de consommation. Le questionnaire aborde les pratiques d'acquisition (achat neuf, occasion, échange, prêt, don...) et de délaissement (revente, don, emprunt, recyclage...) de plusieurs produits de consommation courante, en excluant les services et les produits alimentaires. L'analyse a été limitée aux seuls produits de consommation ayant une durée de vie longue : automobile, téléphone portable, vêtement pour adultes, vêtement pour enfants, vélo, livre, DVD, ordinateur, article de sport, objet de décoration intérieure, matériel de bricolage ou de jardinage.

Pour en savoir plus

> Cette note de synthèse est tirée d'un rapport d'analyse plus complet :

Les secondes vies des objets : les pratiques d'acquisition et de délaissement des produits de consommation - Isabelle Van de Walle, Pascale Hébel, Nicolas Siounandan, - *Cahier de recherche* du CRÉDOC, n° 290, 2012, disponible sur www.credoc.fr

Voir aussi

> Acheter d'occasion sur Internet. Parcours de consommateurs, vies d'objets - R. Berger, M. Roustan, *Cahier de recherche* du CRÉDOC, n° 239, 2007, disponible sur www.credoc.fr

> Consommer autrement. La réforme écologique des modes de vie - M. Dobre, S. Juan - Paris, L'Harmattan.