



Baromètre jeux et jouets d'occasion 2024

Ecomaison

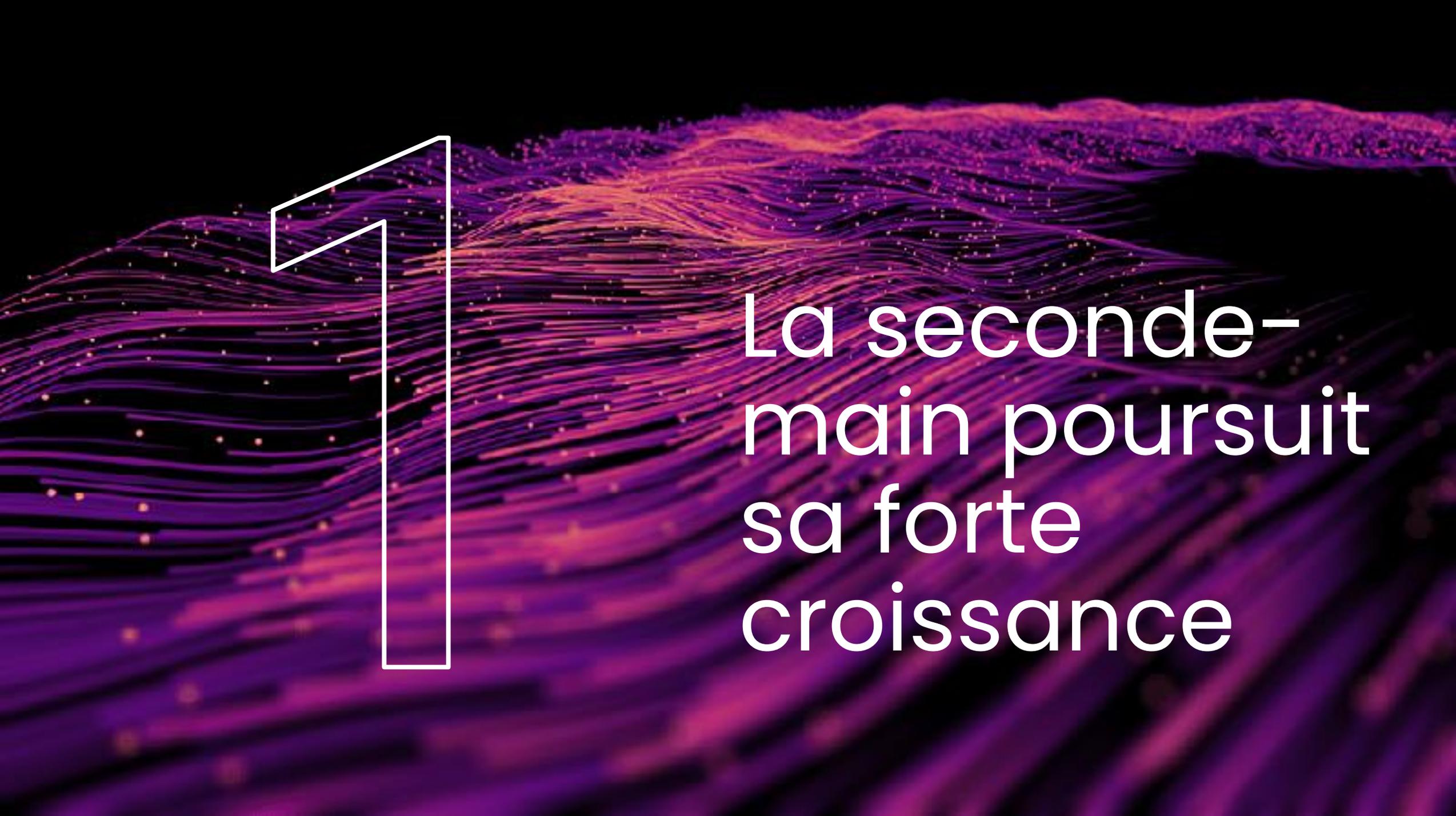
Mars 2025



Agenda

- 1 La seconde-main poursuit sa forte croissance
- 2 De nouveaux relais de croissance pour l'occasion
- 3 Moindre croissance offline, accélération online
- 4 Un Noël 2024 100% seconde-main, ou presque

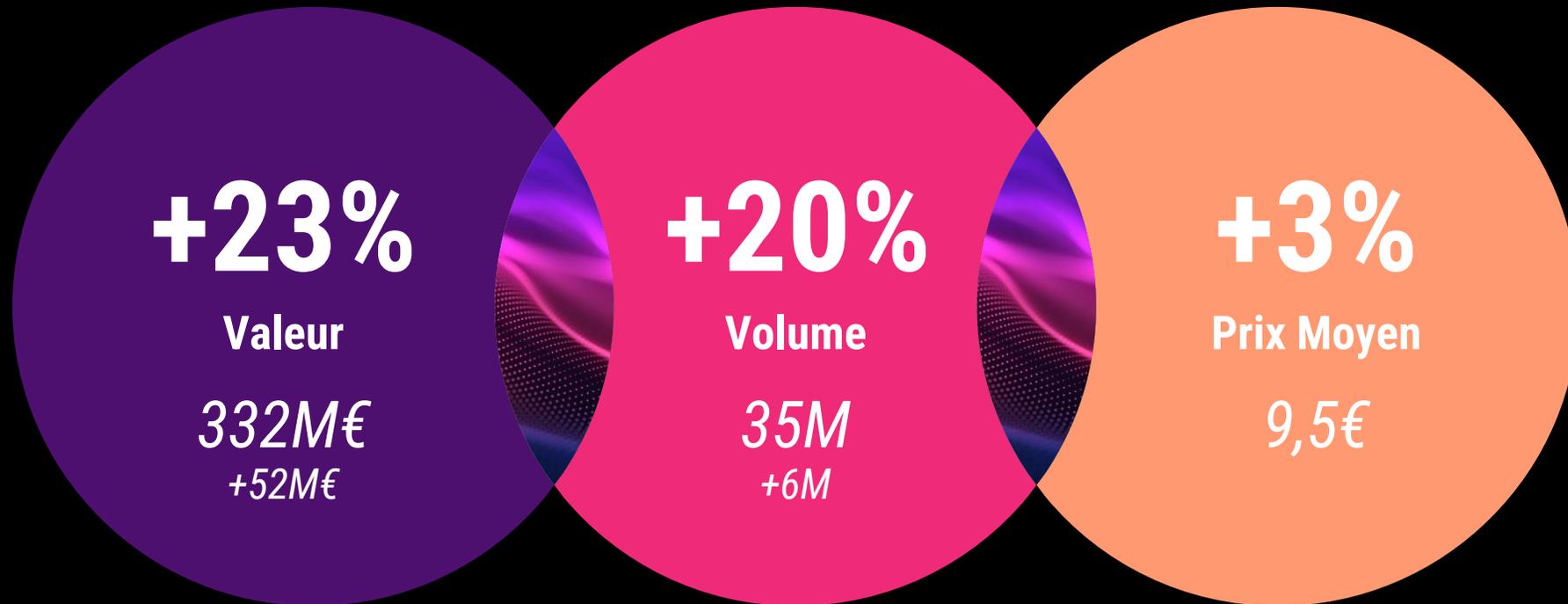




1

La seconde-
main poursuit
sa forte
croissance

Nouvelle hausse significative des ventes de jeux et jouets d'occasion via les unités vendues



Le poids de l'occasion continue à croître dans le total des ventes de jeux et jouets

Poids des jeux et jouets d'occasion dans les ventes totales de jeux et jouets (occasion + neuf)

7,1%

+1,2 pt

Marché des jeux et jouets d'occasion

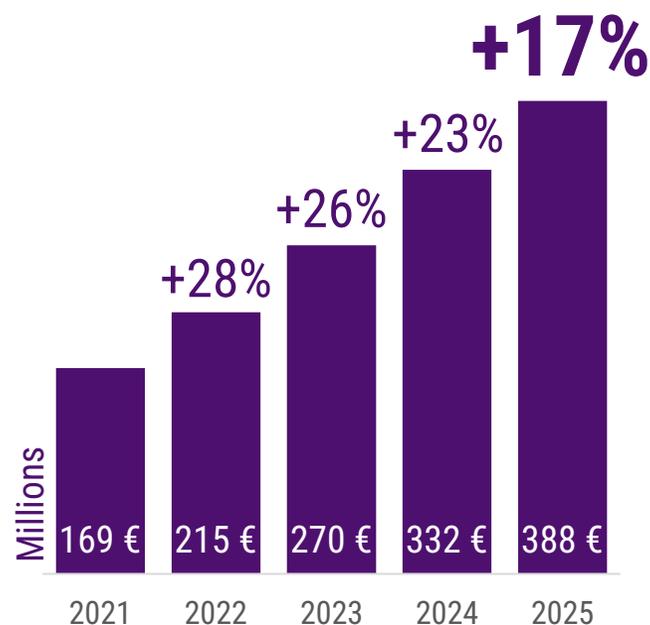
+23%

Marché des jeux et jouets neufs

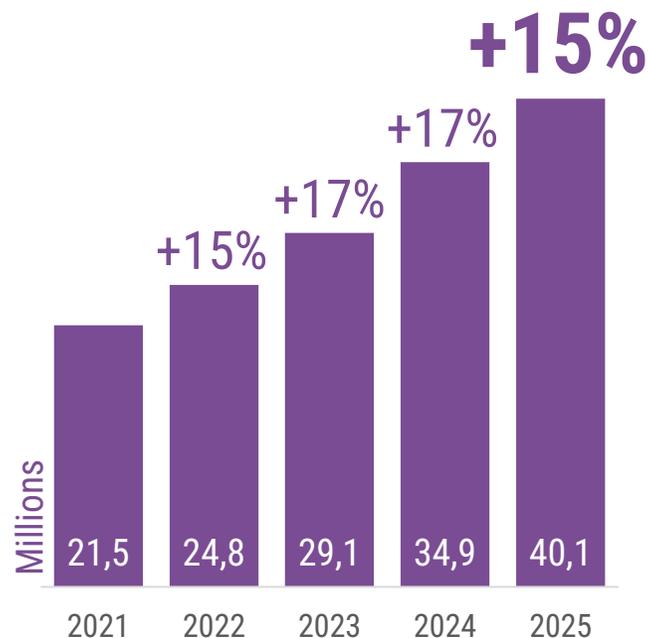
iso

La barre des 40M d'unités vendues pourrait être dépassée dès 2025

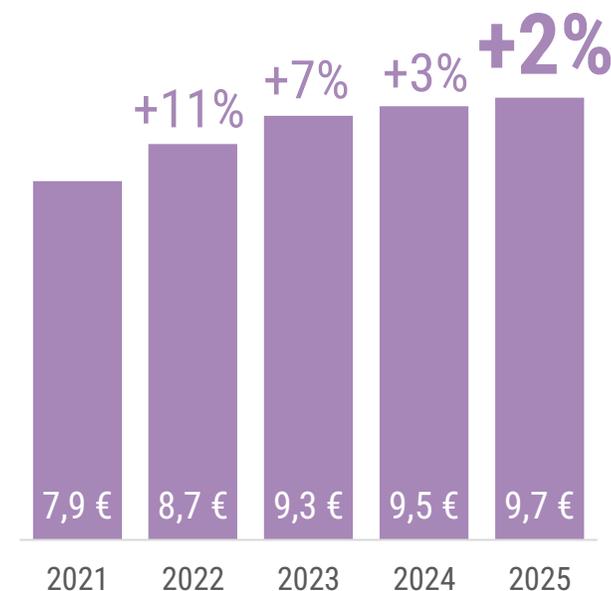
Ventes jeux et jouets
d'occasion en **valeur** - Evol



Ventes jeux et jouets
d'occasion en **unités** - Evol

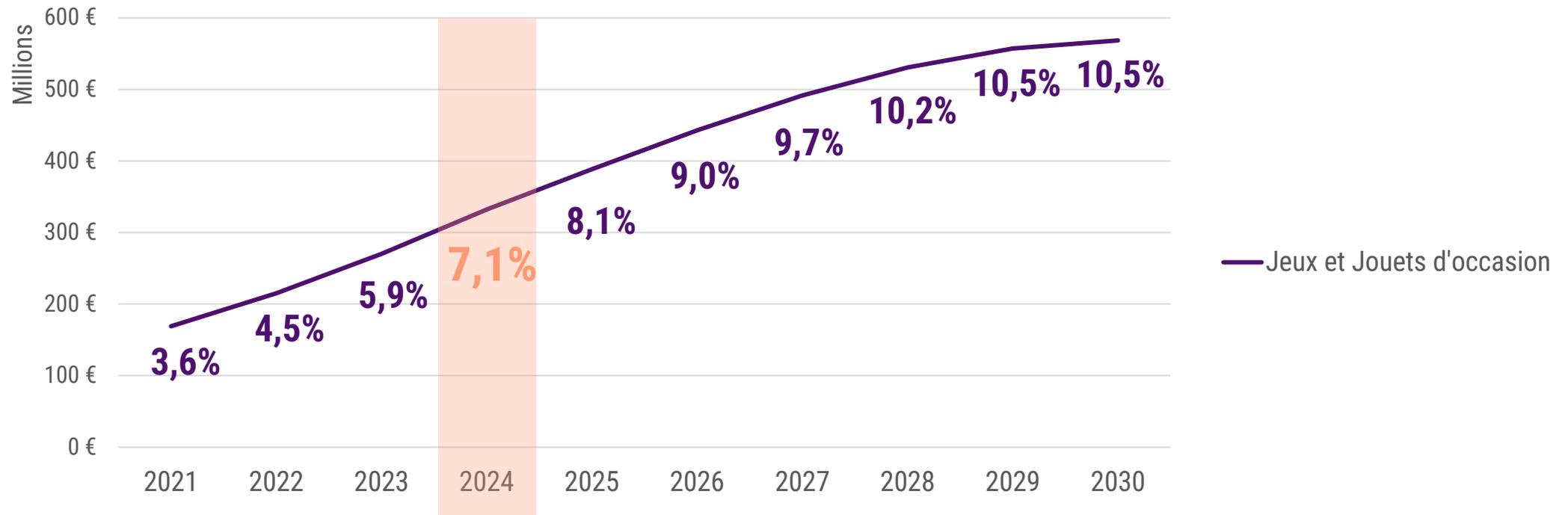


Prix moyen des jeux et jouets
d'occasion vendus - Evol



Même en ralentissant, sans initiative d'envergure, l'occasion devrait dépasser les 10% en 2030

Poids des jeux et jouets d'occasion sur le total jeux et jouets (occasion + neuf)*



*L'hypothèse pour les jeux et jouets neufs étant de +1,8% de croissance annuelle en valeur en reprenant la tendance moyenne de 2012 à 2022

Croissance homogène de l'occasion à travers les différentes catégories. Plus forte hausse pour la Peluche

Poids des ventes sur le total occasion – Evolution valeur



23%
Games &
Puzzles
+23%



14%
Building Sets
+19%



9%
Infant/Toddler
/Preschool
+22%



9%
Explorative &
Other Toys
+22%



7%
Youth
Electronics
+26%



7%
Dolls
+25%



7%
Plush
+37%



7%
Arts & Crafts
+35%



6%
Vehicles
+12%



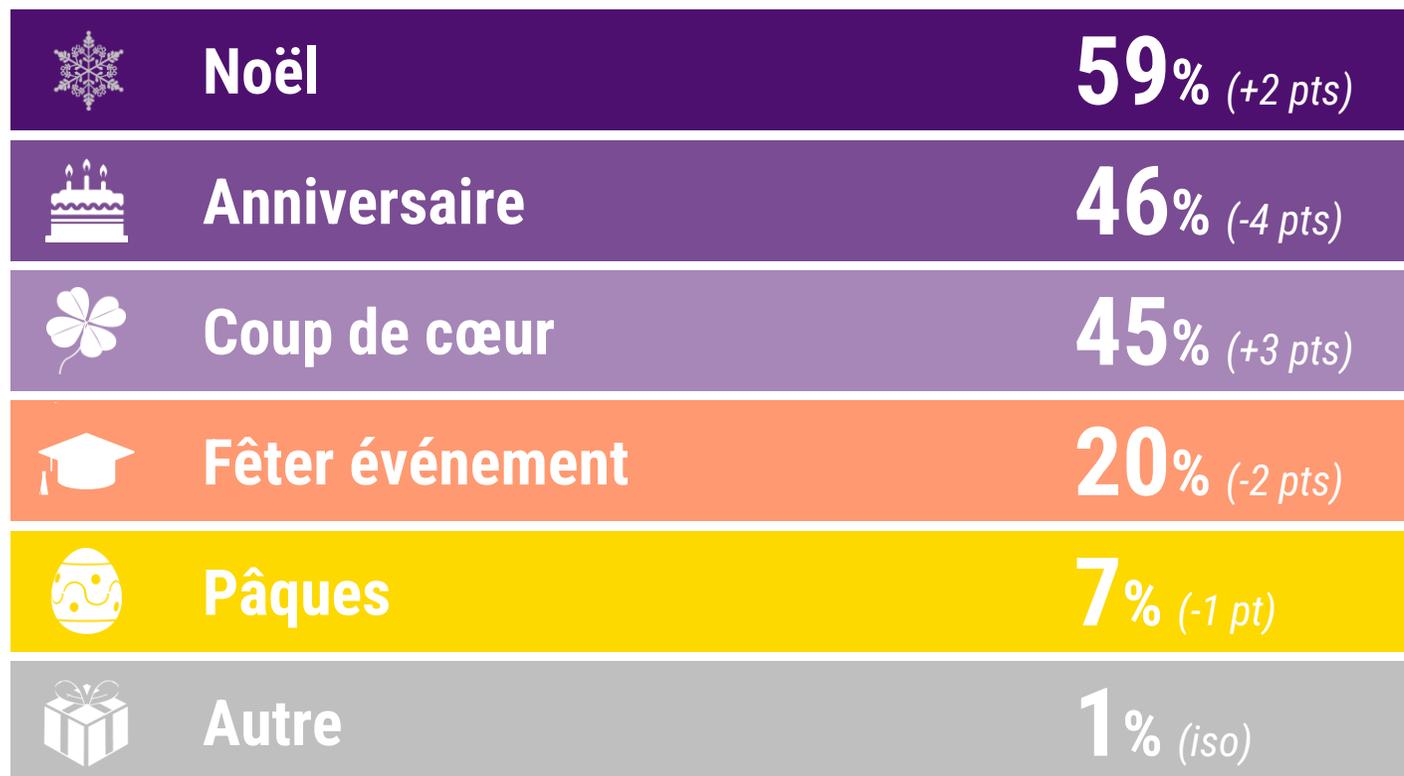
6%
Outdoor &
Sports
+11%



5%
Action Figures
+28%

Noël plus que jamais temps fort pour les jeux et jouets d'occasion

Occasions d'achat jeux et jouets d'occasion

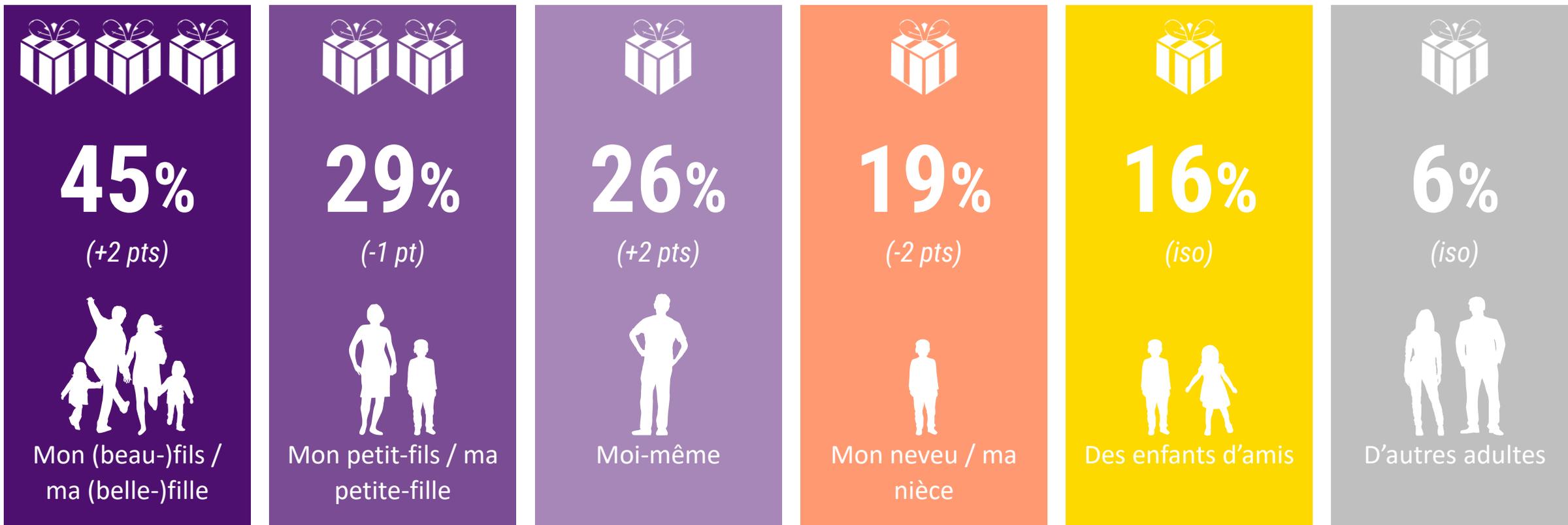


Les enfants / petits-enfants, toujours principaux destinataires des jeux et jouets d'occasion

1,4
(iso)

Nombre moyen
de réponses

Destinataires jeux et jouets d'occasion

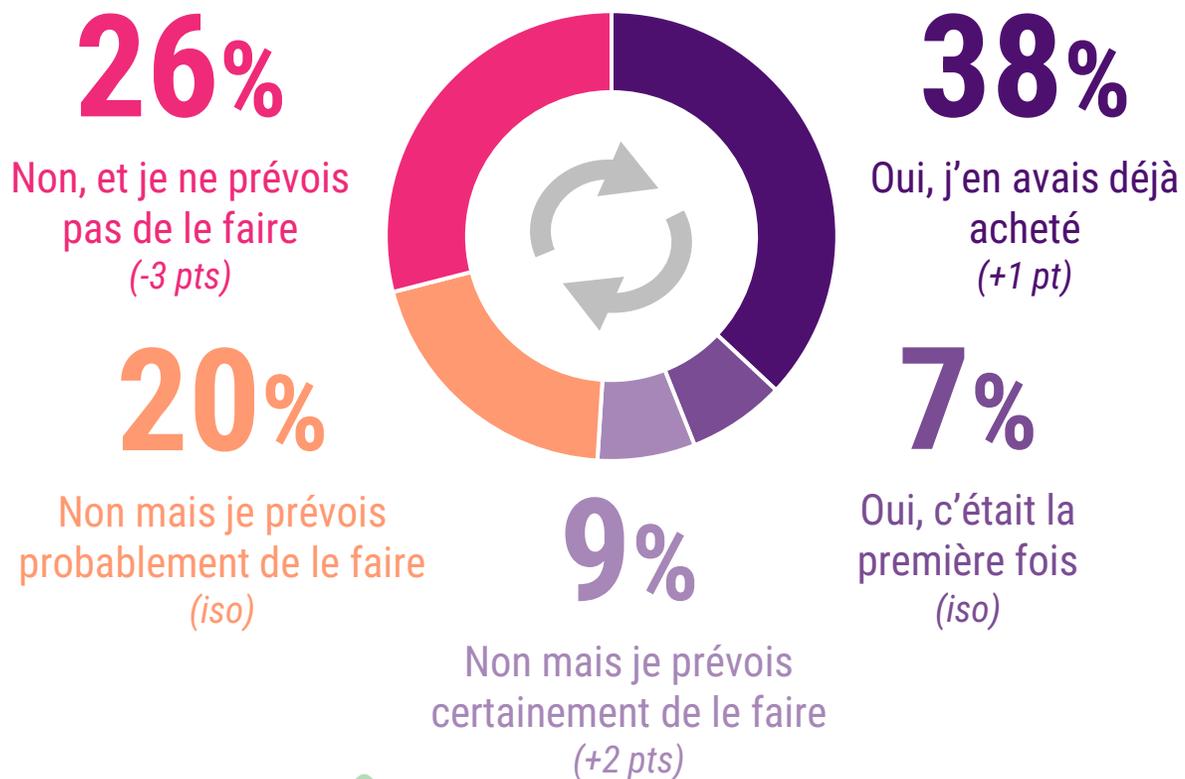




De nouveaux
relais de
croissance
pour
l'occasion

Un potentiel persistant de nouveaux acheteurs

Répartition des acheteurs de jeux et jouets d'occasion



Les décomplexés : cible émergente à fort potentiel sur le long terme

10%

(iso vs 2022)



COLLECTIONNEURS

Hommes
Pour moi
Revenus élevés
Ebay
Trouver jeux et jouets plus vendus neufs
Occasion > Neuf
Acheteurs historiques

29%

(-2 pts vs 2022)



GRANDS-PARENTS

Hommes - Femmes
Pour petits-enfants
Classes moy. sup.
Brocantes / Assos
Prix + Ecologie
Coup de cœur
Occasion > Neuf
Historiques > Nouveaux

7%

(-3 pts vs 2022)



FAMILLES NOMB.

Femmes
≥3 enfants
Revenus modestes
Pour enfants
Pure players
Prix
Occasion > Neuf
Historiques > Nouveaux

9%

(+2 pts vs 2022)



CLASSES MOY. SUP.

Femmes
Familles 1-3 enfants
Classes moy. sup.
Pour enfants
Brocantes / Assos
Prix + Ecologie
Occasion = Neuf
Historiques > Nouveaux

29%

(+2 pts vs 2022)



OPPORTUNISTES

Femmes
Famille 1-2 enfants
Classes moy.
Pour enfants
Pure Player
Prix
Occasion < Neuf
Nouveaux > Historiques

16%

(+1 pt vs 2022)



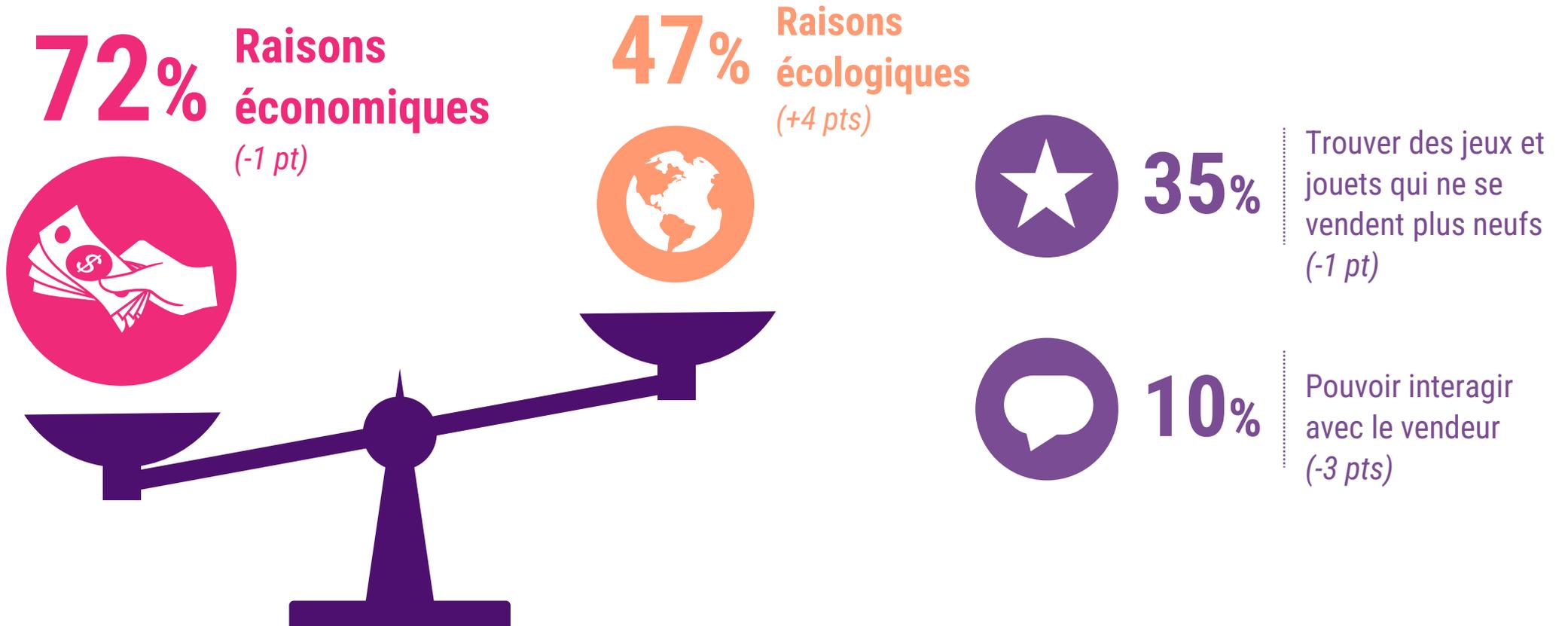
DECOMPLEXES

Hommes
Jeunes
Sans enfant
Pour autre enfant
Revenus modestes
Prix
Occasion > Neuf
Nouveaux > Historiques

La dimension environnementale remonte dans les préoccupations et motivations des acheteurs

1,7
(iso)

Nombre moyen de réponses



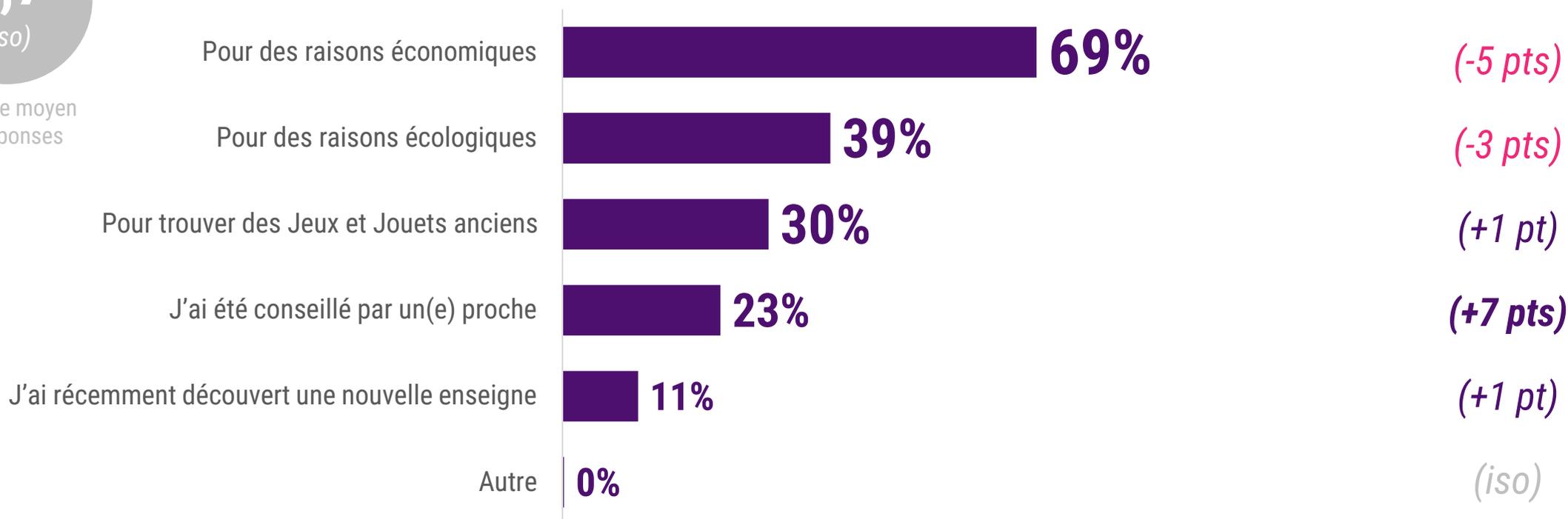
Parmi les non-acheteurs, au-delà du prix importance croissante de la prescription

1,7
(iso)

Nombre moyen
de réponses

Motivations achats jeux et jouets d'occasion – Potentiels nouveaux acheteurs

Evolution pts vs 2023



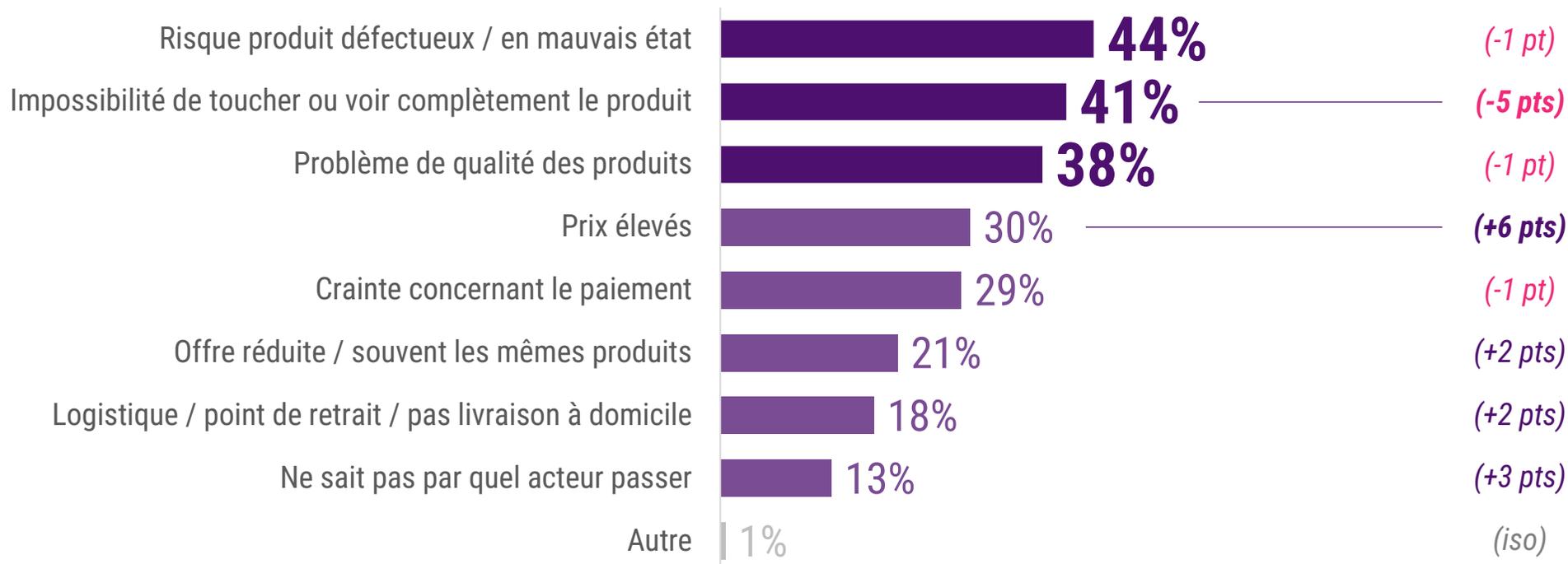
Le prix est un frein à l'achat d'occasion plus marqué cette année online

2,4
(+0,1 pt)

Nombre moyen
de réponses

Freins à l'achat de davantage de jeux et jouets d'occasion **online** – Acheteurs

Evolution pts vs 2023



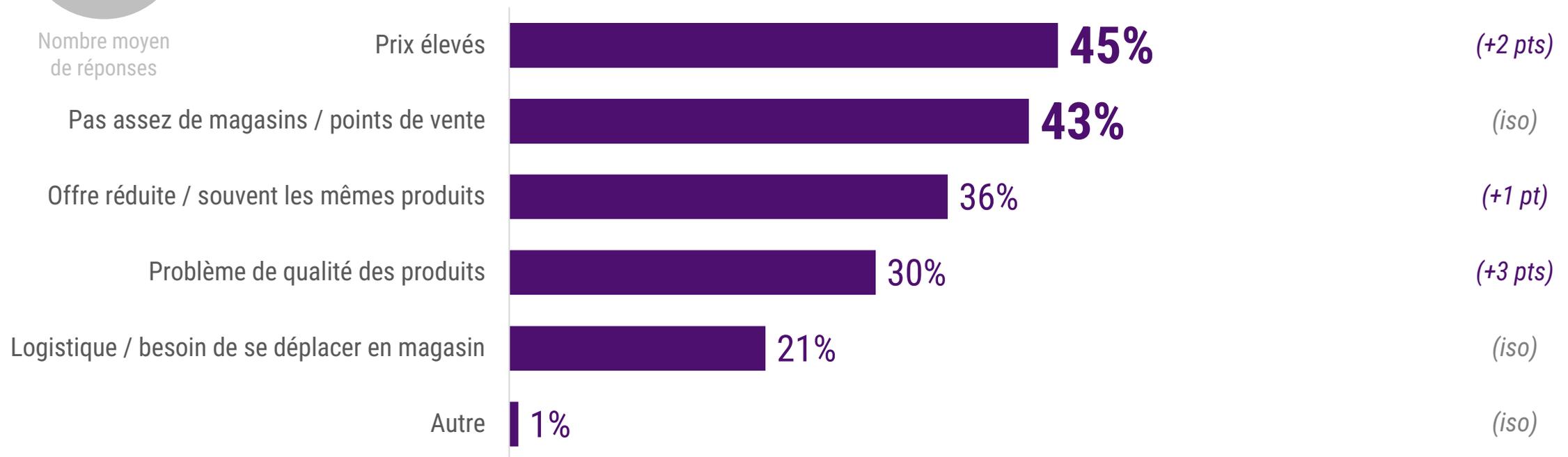
Côté offline, le prix reste le principal point de blocage pour les acheteurs d'occasion

1,8
(+0,1 pt)

Nombre moyen
de réponses

Freins à l'achat de davantage de jeux et jouets d'occasion **offline** – Acheteurs

Evolution pts vs 2023





3

Moindre
croissance
offline,
accélération
online

La notoriété spontanée des acteurs offline continue à progresser

2,0
(iso)

Nombre moyen de réponses

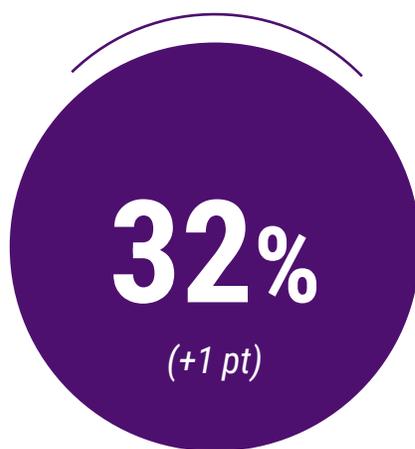
Notoriété spontanée des acteurs de la 2^{de} main

40% chez les acheteurs de jeux et jouets d'occasion
(-1 pt)

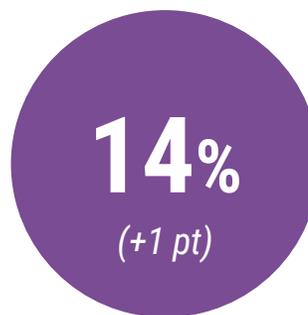


Leboncoin

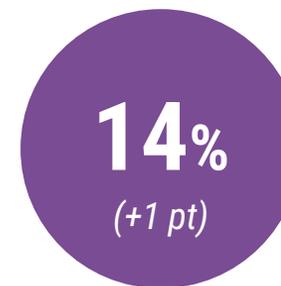
35% chez les acheteurs de jeux et jouets d'occasion
(+1 pt)



Vinted



Ebay



Amazon

| | |
|---------------------------|-------------|
| Mag. 2 ^{de} main | 13% (iso) |
| Asso. / Ressour. | 10% (iso) |
| King Jouet | 7% (iso) |
| FNAC | 7% (+1 pt) |
| Facebook | 6% (-2 pts) |
| JouéClub | 6% (iso) |
| Marché / Broc. | 4% (-1 pt) |
| Rakuten | 4% (-1 pt) |
| Cdiscount | 3% (iso) |
| E.Leclerc | 3% (+1 pt) |

Les ventes de jeux et jouets d'occasion online progressent plus vite qu'offline

+25%

Ventes occasion **online**

+20%

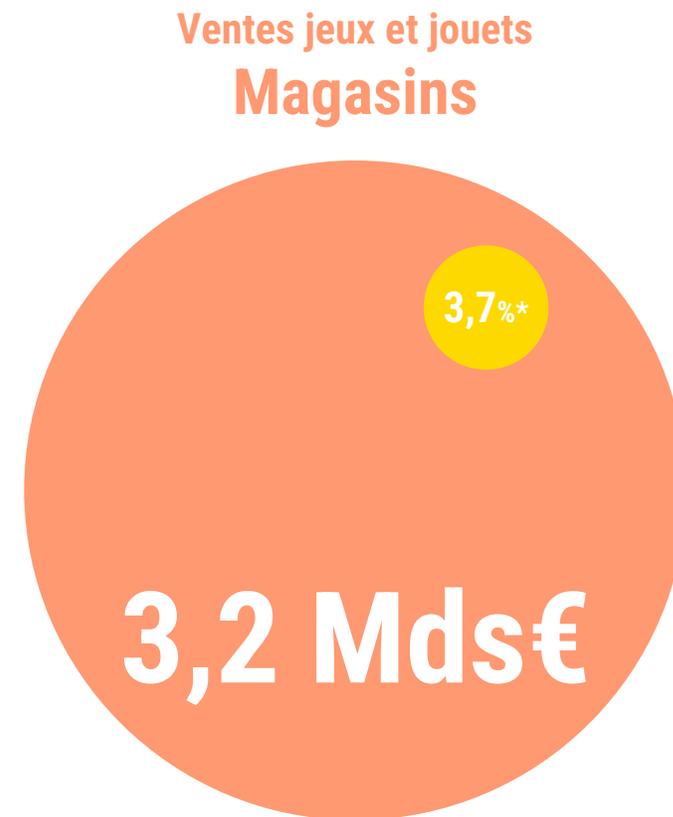
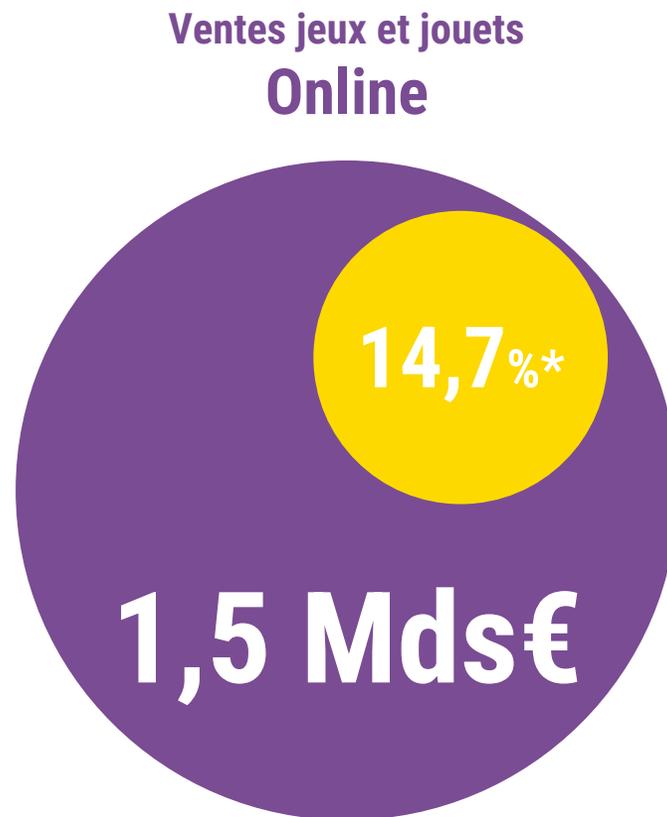
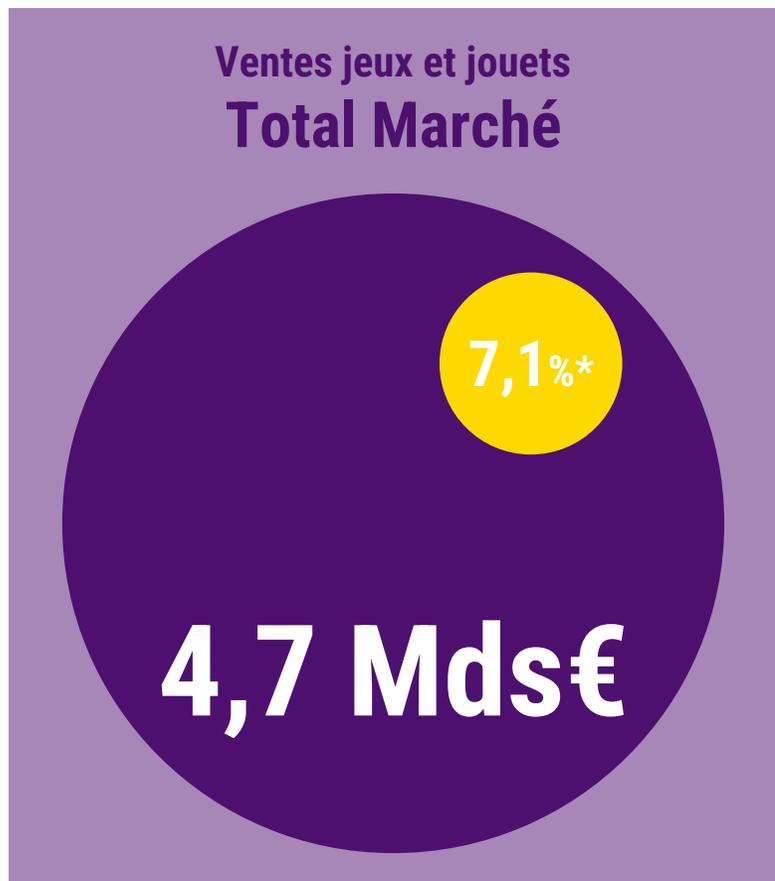
Ventes occasion **offline**

 **Circana.**


ecomaison

Source: Circana SCS | Second-Hand Barometer France 2024

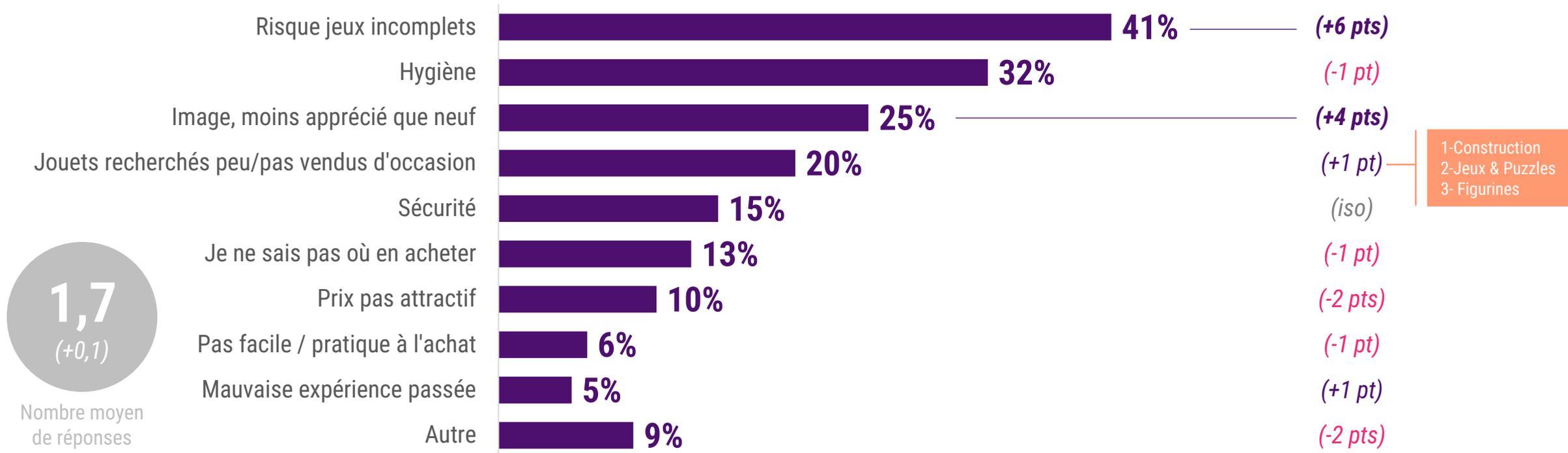
Le poids de la seconde main avoisine désormais les 15% des ventes de jeux et jouets online



Le rebond du online s'accompagne d'une résurgence des craintes associées à l'achat en ligne

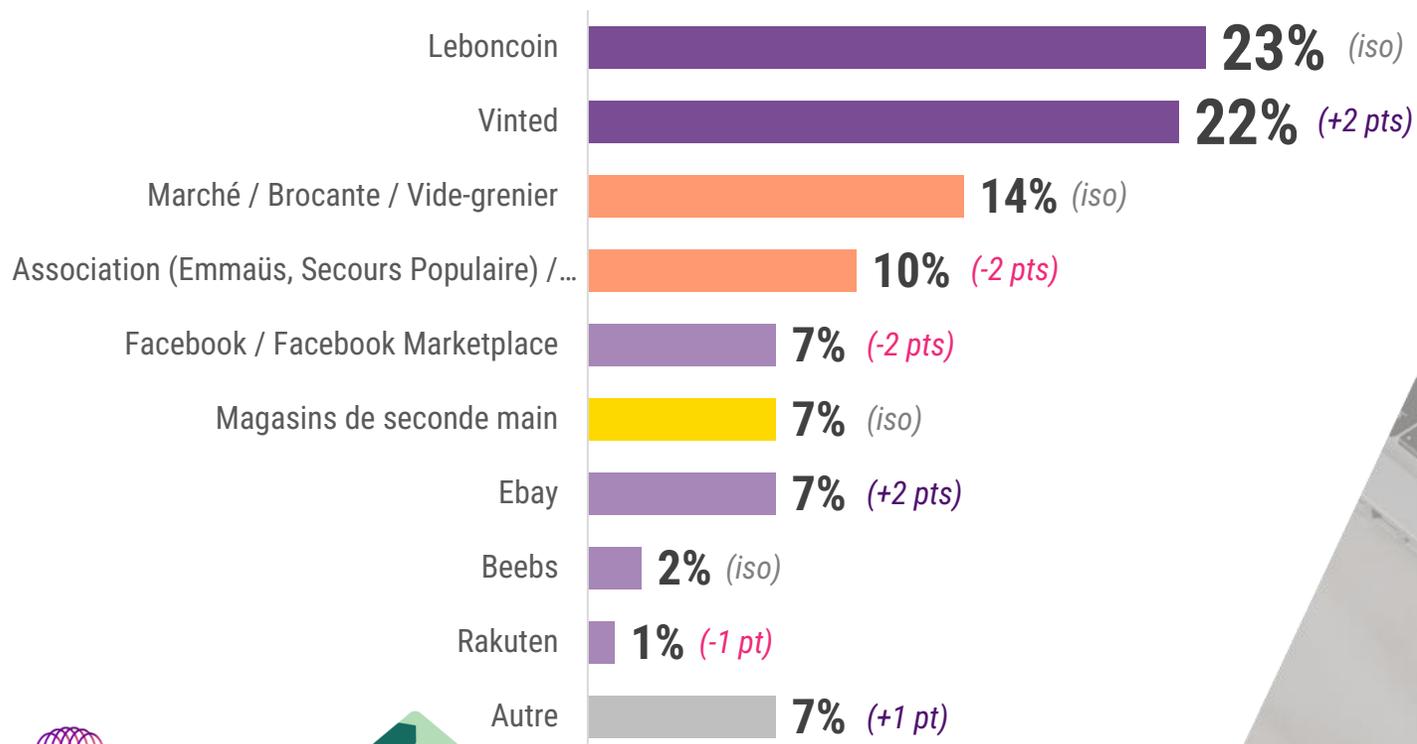
Freins à l'achat jeux et jouets d'occasion – Réfractaires

Evolution pts vs 2022



Vinted croît davantage que Leboncoin et le talonne désormais

Part de marché



64%

Poids des enseignes
online sur le marché
des jeux et jouets
d'occasion
(+1 pt)

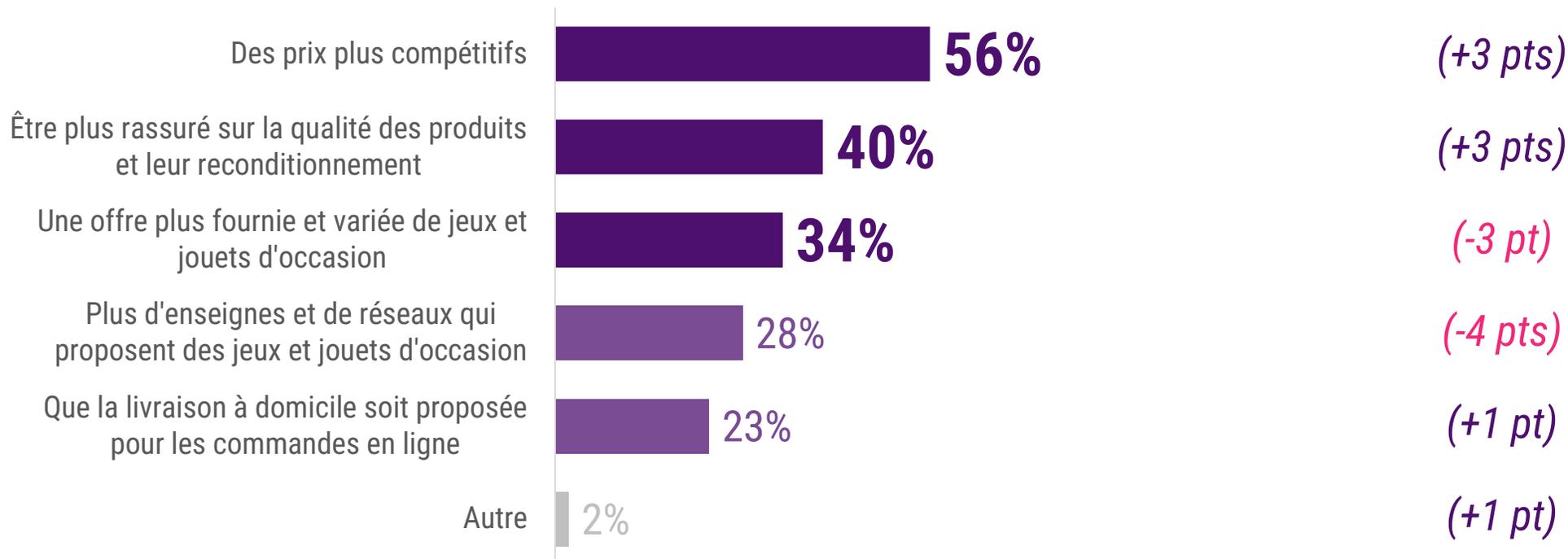
Principale motivation à l'achat, le prix reste aussi le principal levier d'accélération des ventes

1,8
(iso)

Nombre moyen
de réponses

Facteurs pouvant inciter à **acheter davantage** de jeux et jouets d'occasion

Evolution pts vs 2023



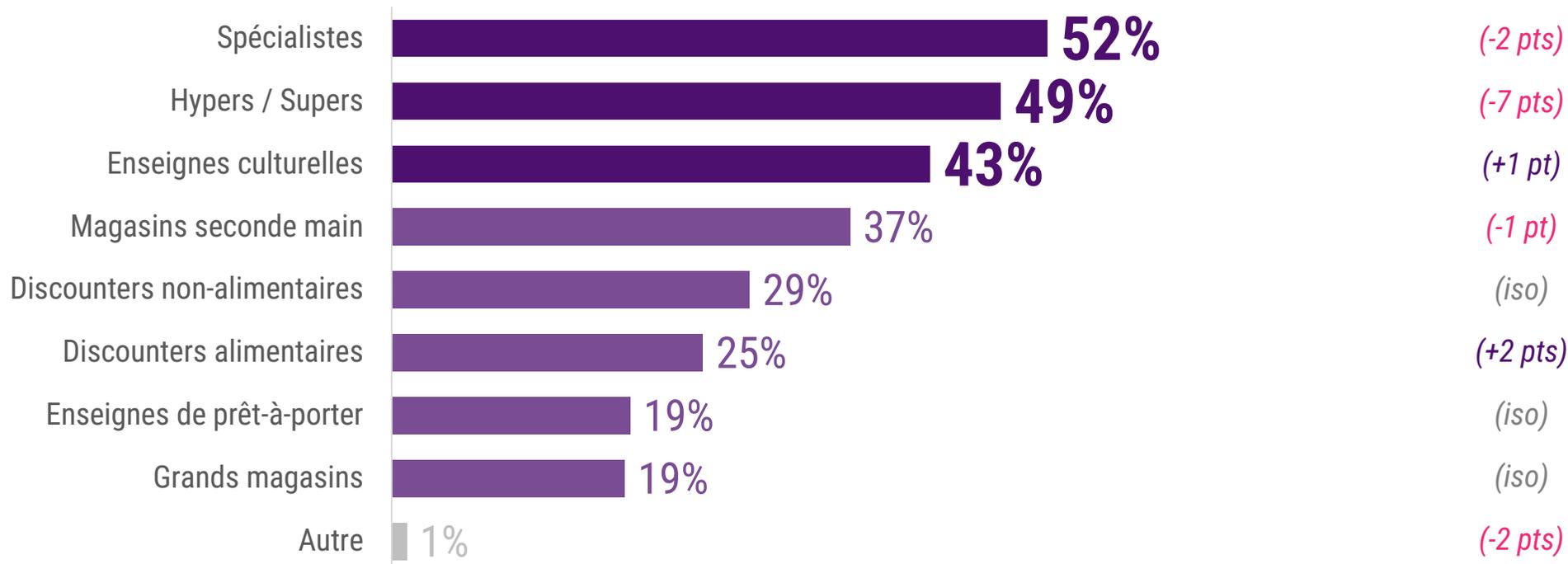
Les Spécialistes toujours les plus plébiscités pour un élargissement de l'offre de seconde-main

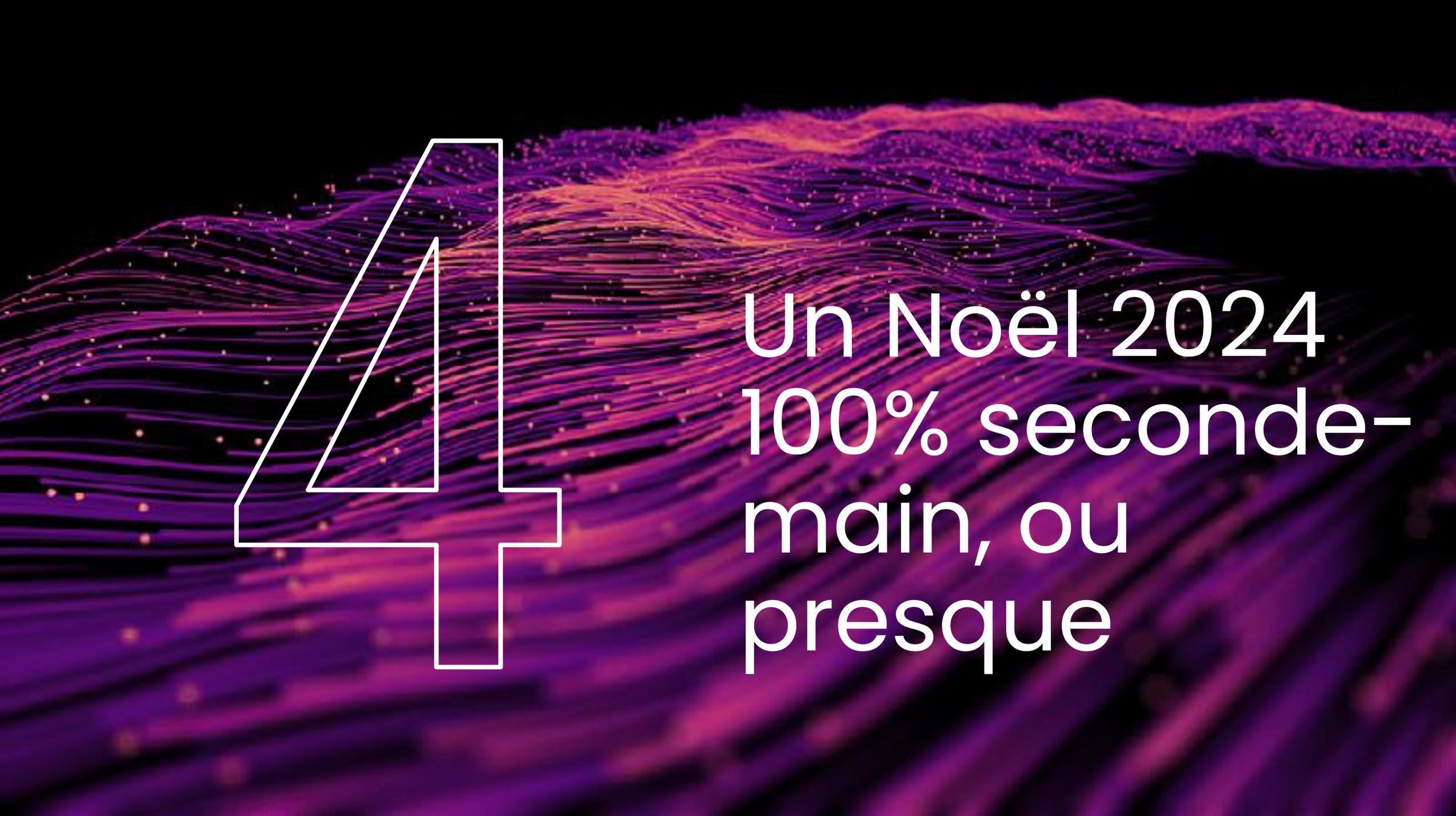
2,7
(-0,1 pt)

Nombre moyen
de réponses

Circuits que les acheteurs aimeraient voir **vendre davantage** de jeux et jouets d'occasion – Acheteurs

Evolution pts vs 2023

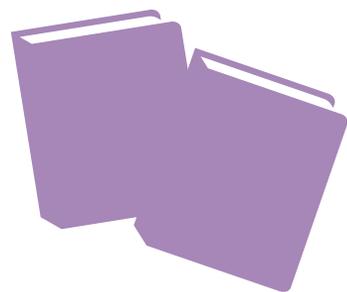




4

Un Noël 2024
100% seconde-
main, ou
presque

Noël 2024 chez une famille test de 2 enfants



25.12.2024
€ 410.00



Télescope 50 act.
90€



Box LEGO
40€



Marble Rush Ultim. Set
54€



Toutou qui parle
33€



Playmobil
62€



Monsieur Patate
30€



Projecteur Disney
38€



Dobble Minions
17€



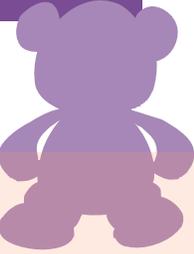
Blokus
23€



Le Petit Chaperon Rouge
23€

25.12.2024

€ 291.00

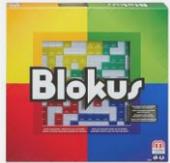


Une économie totale de -29%

Une économie sur les seuls jouets achetés d'occasion de -42%

25.12.2024

€ 125.00



Blokus
23€



Box LEGO
40€



Playmobil
62€

Neuf



45€

leboncoin



Marble Rush Ultim. Set

54€

25€



Projecteur Disney

38€

12€



Monsieur Patate

30€

10€



Dobble Minions

17€

Vinted

15€



Le Petit Chaperon Rouge

23€

12€



Toutou qui parle

33€

25.12.2024
€ 166.00

47€



Télescope 50 act.

90€

Occasion

Le online reste l'option préférentielle, Leboncoin et Vinted en tête



Difficulté à trouver un point de vente

Offre restreinte

leboncoin

Large offre sur l'ensemble des catégories

Echanges cordiaux

Vinted

Offre la plus large, plus de produits de qualité moyenne, parfois mal renseignée → temps analyse / recherche

Cordialité plus discutable

Rakuten

Difficile pour un nouveau client de s'y retrouver : seconde main mêlée à marketplace

ebay

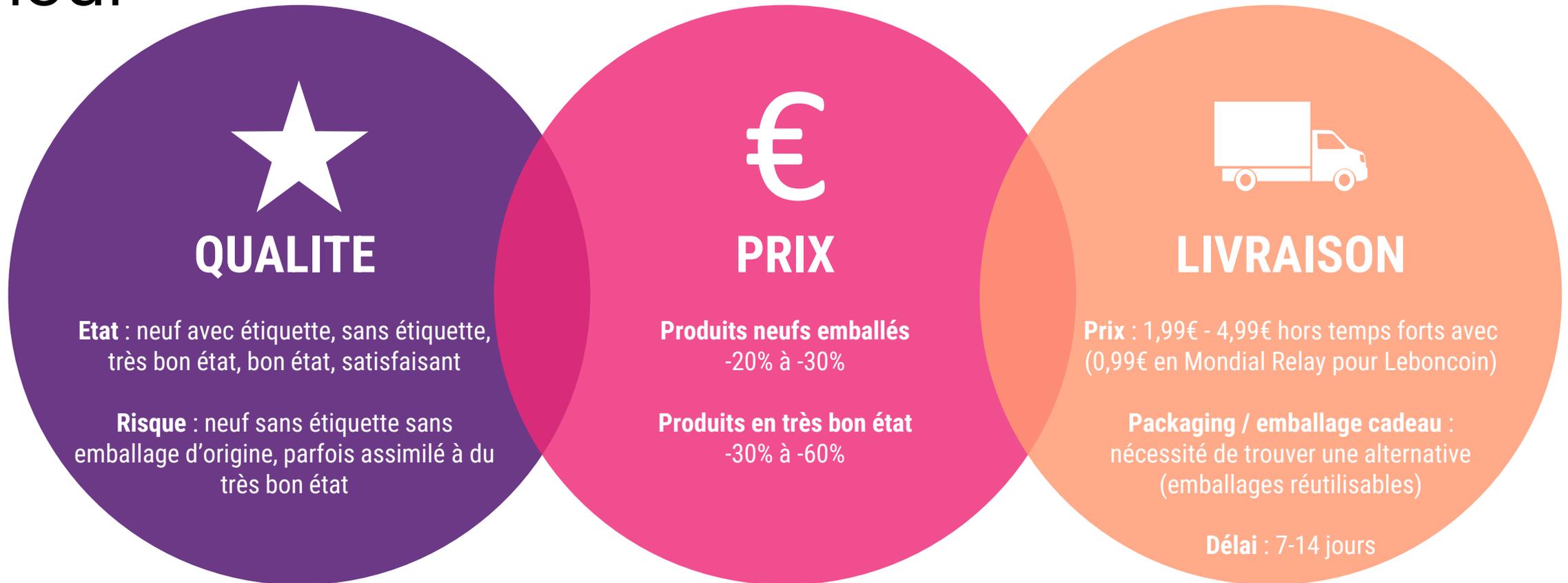
Difficile pour un nouveau client de s'y retrouver : seconde main mêlée à marketplace avec produits du monde entier

Beebs

Offre plus limitée que Vinted / Leboncoin

Réactivité légèrement moindre

Des spécificités et un pli à prendre, mais des habitudes de consommation pas si éloignées du neuf



Pour conclure...



CROISSANCE

La dynamique se poursuit avec une hausse des ventes (+23%) sous l'impulsion des unités (+20%). Les jeux et jouets d'occasion pèsent 7% des jeux et jouets vendus en 2024.



LEVIERS

Le prix reste le principal levier de croissance malgré un net regain de la dimension écologique. Une génération « décomplexée » à l'égard de la seconde main, les parents de demain, à recruter.



ONLINE

Le online reprend la corde (+25%) et croît davantage que le offline (+20), sous l'impulsion de Vinted et Ebay. La seconde main concentre près de 15% des jeux et jouets vendus online.



CONCURRENCE

Alors que les initiatives et les intervenants se multiplient offline, la consolidation semble actée online. Une stratégie ambitieuse et volontariste sera nécessaire pour détrôner Leboncoin et Vinted.

Thank you

BLOT Mickael

Circana

+33 6 31 12 85 28

Mickael.Blot@circana.com

GOUTTI Matthieu

Ecomaison

+33 6 31 69 05 86

mgoutti@ecomaison.com

