

Live your moments.

celside
Insurance

 **harris
interactive**
an itwv company

Baromètre de la vie numérique* : les Français & le reconditionné

- **42 % changent leurs appareils multimédias alors qu'ils fonctionnent encore**
- **Plus de 7 Français sur 10 sont prêts à investir dans un appareil multimédia reconditionné**
 - **54 % sont prêts à faire réparer leur smartphone s'il tombait en panne**
- **36 % des Français qui ont changé de smartphone ont conservé leur ancien appareil**

Paris, le 20 mai 2020 - Celside Insurance, spécialiste de l'assurance du monde connecté (smartphones, multimédia, objets connectés) dévoile un nouvel épisode de la vie numérique des Français. En partenariat avec l'institut Harris Interactive, Celside Insurance s'est intéressé au rapport qu'entretiennent les Français avec les produits reconditionnés et l'économie circulaire. Comment les foyers français appréhendent-ils ces nouvelles manières de consommer des produits multimédias? Sont-ils prêts à passer le cap ? Quels appareils multimédias cela concerne-t-il ? Réparer ou remplacer : quelles sont les pratiques des Français ?...

PLUS PAR PLAISIR QUE NÉCESSITÉ, LES FRANÇAIS N'ATTENDENT PAS POUR REMPLACER LEURS APPAREILS MULTIMÉDIAS

A l'heure du « tout numérique », les consommateurs s'interrogent désormais davantage sur l'impact de leur consommation sur la planète : réparer plutôt que jeter, recycler, se tourner vers le reconditionné plutôt que le neuf... Les Français sont de plus en plus sensibles à ces alternatives pour rallonger la durée de vie de leurs appareils ou leur donner une seconde vie et même consommer de manière plus responsable. C'est ce que révèle le Baromètre Celside Insurance en partenariat avec Harris Interactive.

Premier constat : les Français consomment et n'attendent pas la fin de vie de leurs appareils multimédias pour les remplacer : **42 % changent leurs appareils quand ceux-ci commencent à montrer des signes de fatigue mais fonctionnent encore** (ralentissement, écran cassé, mises à jour difficiles...), et 15 % les remplacent pour profiter d'un nouveau modèle, peu importe l'état ou l'âge de leur appareil actuel. Du côté des smartphones : **53 % des Français ont changé leur téléphone alors que leur ancien fonctionnait encore**, une tendance plus élevée chez les moins de 35 ans (65 %).

SENSIBLES À CONSOMMER DE MANIÈRE PLUS RESPONSABLE, PLUS DE 7 FRANÇAIS SUR 10 SONT PRÊTS À ACHETER UN APPAREIL MULTIMÉDIA RECONDITIONNÉ

Les Français prennent conscience de la portée environnementale de leur consommation. L'étude révèle qu'ils sont prêts à changer leurs habitudes d'achat pour se tourner vers des alternatives plus durables, sans pour autant sacrifier au plaisir de changer pour la nouveauté et la performance. En effet : **54 % des Français envisagent de faire réparer leur smartphone s'il cessait de fonctionner au lieu d'en acheter un autre et plus de 77 % des sondés se disent prêts à investir dans au moins un de ces appareils multimédias reconditionnés** : les smartphones (67 %), les ordinateurs portables (61 %), les tablettes (58 %), la télévision (54 %) et les objets connectés comme les montres ou les enceintes vocales (50 %). Parmi les Français prêts à investir dans un smartphone reconditionné, **20 % l'ont déjà fait (32% du côté des 18-24 ans)**. Une solution qui permet également d'optimiser son budget. Un avantage qui n'a pas échappé aux Français puisque parmi les consommateurs prêts à investir dans un smartphone reconditionné, les principales raisons invoquées sont : le prix abordable (96 %), la contribution à l'économie circulaire et la réduction de l'impact sur l'environnement (89 %), et pour finir la possibilité de s'offrir un modèle haut de gamme qui serait hors budget à l'état neuf (82 %).

Si le reconditionné s'installe dans les foyers Français, certains sont encore réticents à l'idée d'acheter un smartphone de seconde main :

- **41 % ont peur que le téléphone n'ait pas été testé correctement et qu'il fonctionne mal ;**
- **33 % préfèrent investir dans un smartphone neuf ;**
- **42 % ont peur que la batterie ait une durée de vie plus courte ;**
- **36 % n'ont pas confiance dans la garantie proposée par les revendeurs d'appareils reconditionnés ;**
- **24 % auraient peur que le smartphone acheté chez un revendeur provienne d'une source illégale ;**
- **13 % ont peur qu'il soit endommagé (écran ou coque rayée...) ;**
- **9 % ne connaissent pas de vendeurs de smartphones reconditionnés.**



« Le marché du reconditionné est aujourd'hui en plein essor quand celui du neuf aurait tendance à se stabiliser. Les produits reconditionnés remplissent leur rôle aussi bien que les neufs en matière de performance et de qualité. Les professionnels du secteur y veillent : avant d'être remis en circulation, les appareils sont minutieusement contrôlés et subissent une large batterie de tests rigoureux afin de diagnostiquer précisément leur état et d'effectuer les réparations qui s'imposent. Chez Celside Insurance, nous disposons de notre propre centre de réparation basé en France et avons développé notre propre savoir-faire, ce qui nous permet d'assurer une prise en charge rapide des équipements multimédias de nos clients et surtout de maîtriser la qualité des réparations. Nous travaillons avec des composants d'origine et avec des fournisseurs basés en France ou en Europe, les batteries sont presque systématiquement remplacées. Ainsi, après un sinistre, nos clients récupèrent leurs appareils presque comme neufs. » explique **Sadri Fegaier, PDG de Celside Insurance**.

DONNER UNE SECONDE VIE À SON APPAREIL, UN GESTE QUI ENTRE DOUCEMENT DANS LES MŒURS

Faire réparer son smartphone, le donner, le recycler, le revendre... Les options sont légion pour donner une seconde vie à son appareil. Pourtant, parmi les Français qui ont changé de smartphone alors que leur ancien modèle fonctionnait encore, l'accumulation semble l'option privilégiée : **36 % ont conservé leur ancien appareil**. Quant aux autres, 30 % l'ont donné à une tierce personne, 11 % l'ont mis en vente sur internet, 9 % l'ont déposé dans un point de collecte pour le faire recycler, 9 % l'ont donné à un membre de leur famille ou à un ami et **3 % l'ont même jeté**.

Si les modes de consommation évoluent positivement, il reste encore du chemin à parcourir pour sensibiliser les Français aux possibilités qui s'offrent à eux en termes de consommation responsable.



« 53 % des Français ont remplacé leur téléphone alors qu'il fonctionnait encore. Une tendance plus élevée chez les espagnols (57 %) et portugais (73 %). En outre les Français, semblent légèrement plus sensibles que leurs voisins aux questions d'économie circulaire et de reconditionné. Par exemple, 20 % des Français déclarent avoir déjà investi dans un appareil reconditionné, contre 17 % des espagnols et 14 % des portugais. Pour les trois pays, ce type d'achat est motivé par deux principales raisons : l'aspect financier (des prix plus abordables - à 96 % pour les Français et les Portugais, 93 % pour les Espagnols) et l'aspect éthique et environnemental (89 % en France, 88 % en Espagne et 86 % au Portugal). » ajoute **Jean-Daniel Lévy, Directeur du Département Politique & Opinion d'Harris Interactive**.

* Etude online menée par Harris Interactive pour Celside Insurance du 3 au 7 février 2020 auprès d'un échantillon de 1 002 personnes représentatifs de la population française.

A propos de Celside Insurance :

Lancée en France en 2020, « Celside Insurance » assure toutes les expériences du monde connecté. La marque imagine les solutions les plus innovantes et les plus fiables pour assurer les appareils multimédias : smartphones, tablettes, ordinateurs, drones, consoles de jeux, objets connectés, électroménager... Partout et en toutes circonstances, la marque se distingue par des couvertures d'assurance multirisques (cas, oxydation, vol et perte) et personnalisables, une proximité & un savoir-faire local, un service client agile et une expertise technique dans la réparation et le recyclage d'appareils multimédias. Déjà présente en France, en Espagne et au Portugal, la marque sera déployée dans les prochains mois en Italie, en Belgique, en Allemagne et en Suisse. Celside Insurance intensifie ainsi son rayonnement paneuropéen et proposera désormais aux Européens des solutions d'assurance sous l'égide d'une marque unique et internationale. S'appuyant sur des équipes fidèles motivées et expertes, la marque gère aujourd'hui 7 millions de clients et 2500 partenaires à travers l'Europe. Elle prévoit de réaliser 1 Md€ de volumes d'affaires en 2020.

Celside Insurance en quelques chiffres :

7
millions
d'assurés en Europe



une équipe

2000

collaborateurs

en Europe



VA 2019

740 M€

VA prévu en 2020

1 Md€.

2 400%

de croissance en Europe

2 500

partenaires en Europe

1000

Recrutements prévus en 2020

1 Centre de réparation
et de recyclage d'appareils
électroniques intégré

www.celside-corporate.com

Contacts presse

[LinkedIn](#) | [Twitter](#)

[Facebook](#) | [Instagram](#)

Agence Wellcom
Mélanie Decomps, Milène Cormier & Bastien Depond
+33 (0)1 46 34 60 60 - sfam@wellcom.fr