

S'équiper malgré les difficultés financières

Enquête sur les stratégies d'équipement des travailleurs pauvres

Avril 2026

**NOUVELLE
FABRIQUE**

Groupesos



MÉTHODOLOGIE

ÉCHANTILLON

1000 travailleurs de 18 à 67 ans, répondant à au moins un critère de précarité ou de pauvreté, constituant un échantillon représentatif de cette population



DATES DE TERRAIN

Du **13 au 23 février 2026**



MÉTHODE

Échantillon interrogé **par Internet** via l'Access Panel Online d'Ipsos.

Méthode des **quotas** :

Sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle du répondant, catégorie d'agglomération, région



Notes de lecture :

Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%)

Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance*), il est présenté sur fond vert. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance*), il est présenté sur fond rouge.

[*Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 95%) s'appuie sur la méthode du khi2.]

Ce rapport a été réalisé pour :

**NOUVELLE
FABRIQUE**
GroupeSOS



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Il a été relu par Alice Tétaz, Directrice de clientèle au département Public affairs d'Ipsos bva France.

SOMMAIRE

Précisions
méthodologiques :
**Qui sont les
travailleurs
pauvres ?**
(p.4)

1

**Une précarité financière
qui pèse sur
l'équipement du foyer.**
(p.6)

2

**Les stratégies mises en
place par les travailleurs
pauvres pour s'équiper,
notamment en
électroménager**
(p.11)

3

**La seconde main : un
réflexe déjà installé pour
de nombreux produits,
même si des freins
persistent** (p.16)

ANNEXES

(p.23)

Qui sont les travailleurs pauvres ?

En 2025, Ipsos a réalisé pour Andès une enquête de cadrage auprès d'un échantillon représentatif de 1000 Français afin de déterminer le taux de travailleurs en situation de précarité ou de pauvreté en France.

↳ **17%** des Français correspondaient à la catégorie de travailleurs précaires et/ou pauvres sur la base de la définition suivante :

1^{ère} condition d'inclusion : la situation professionnelle

- salarié travaillant en CDD ou en contrat aidé ou en apprentissage
 - en mission d'interim
 - en temps partiel subi
- et/ou**

2^{ème} condition : le seuil de pauvreté

Le seuil de pauvreté variant selon la composition du ménage, nous proposons de retenir aussi **les répondants qui sont en emploi et qui sont en dessous du seuil de pauvreté (à 60% du revenu médian)**, notamment en fonction de leur situation (personnes vivant seules, familles monoparentales avec un enfant ou plus, couples sans enfant, couples avec enfant).

Une définition différente de celle de l'INSEE car élargie pour inclure des situations de vulnérabilité économique.

Selon l'INSEE, être travailleur pauvre, c'est travailler et appartenir à un ménage dont le revenu est inférieur à 60 % du revenu médian. Ce taux est estimé à 8,3% des actifs occupés selon l'INSEE*.

**Source : Insee Première • n° 2063 • Juillet 2025*

Qui sont les travailleurs pauvres ?

Plusieurs critères ont été retenus pour définir les travailleurs pauvres : la nature du contrat de travail et le niveau des revenus. Un travailleur pauvre peut donc se qualifier dans deux catégories :



41%

sont des
**couples avec
enfant(s) sous
le seuil de
pauvreté**



31%

sont
**en intérim, en
CDD ou en
apprentissage**



15%

sont
**en temps
partiel subi**



14%

sont des
**familles
monoparentales
sous le seuil
de pauvreté**



12%

sont des
**personnes
vivant seules
sous le seuil
de pauvreté**



9%

sont des
**couples
sans enfant
sous le seuil
de pauvreté**

**Une précarité financière qui
pèse sur l'équipement du
foyer.**

1

Quatre travailleurs pauvres sur dix perçoivent leurs faibles revenus comme un obstacle à un équipement correct.

Question : Diriez-vous que les revenus dont vous disposez vous permettent de vous équiper correctement (c'est-à-dire équiper votre foyer de tous les meubles ou appareils dont vous auriez besoin pour l'entretien de votre maison ou votre confort) ?

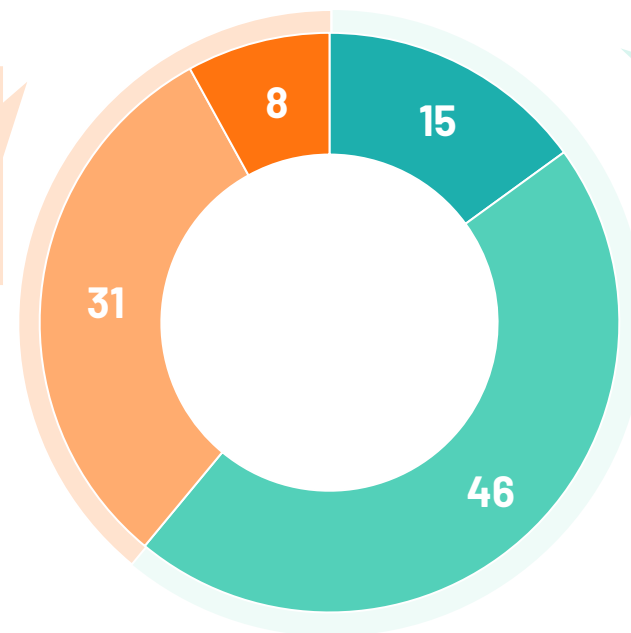
Base : A tous

% Non 39

% Oui 61

50% parmi les familles monoparentales sous le seuil de pauvreté
50% parmi les personnes vivant seules sous le seuil de pauvreté
48% parmi les ouvriers

71% parmi les moins de 35 ans
72% parmi les cadres



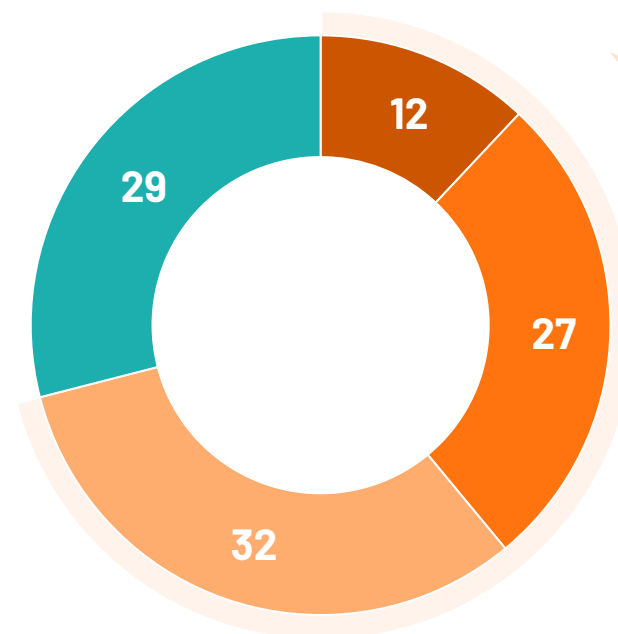
■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout

**Sept travailleurs
pauvres sur dix ont par
ailleurs déjà rencontré
des difficultés
financières pour
remplacer ou réparer
leurs équipements.**

Chez les foyers avec
enfants, cette difficulté
est exprimée plus
intensément (% Oui,
régulièrement).

**Question : Vous est-il déjà arrivé de ne pas
avoir les moyens de faire réparer/racheter un
appareil dont vous aviez besoin ?**

Base : A tous



% Oui 71

82% parmi les familles
monoparentales sous le seuil de
pauvreté

% Oui, régulièrement 39

(très souvent + souvent)

46% parmi les moins de 35 ans
51% parmi les familles monoparentales
sous le seuil de pauvreté
44% parmi les couples avec enfants sous le
seuil de pauvreté

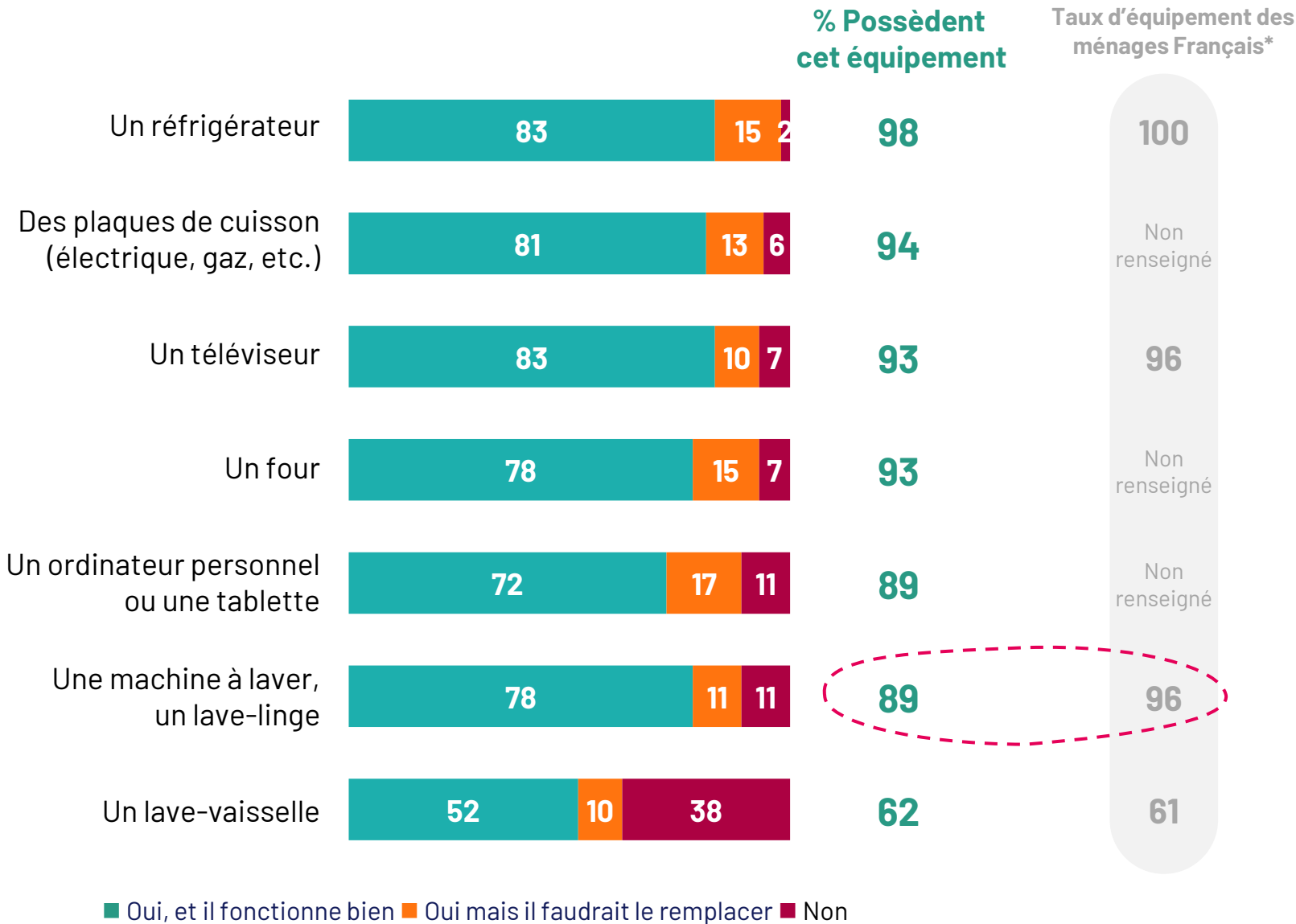
■ Oui, très souvent ■ Oui, souvent ■ Oui mais rarement ■ Non

Le taux d'équipement des travailleurs pauvres est relativement similaire à celui de la population générale, mais ils sont nombreux à exprimer un besoin de remplacement.

Question : Dans votre foyer, possédez-vous les équipements suivants ?

Base : A tous

*Enquête Insee réalisée en 2017 sur l'équipement en électronique et électroménager auprès de l'ensemble des ménages de France métropolitaine. L'enquête sera rééditée en 2026. A ce stade, des données plus actuelles ne sont pas encore disponibles.



Les personnes vivant seules sous le seuil de pauvreté déclarent quasi-systématiquement moins d'équipement.
→ Par exemple, ils sont 81% à posséder une machine à laver et 82% à posséder un four.

Quatre sur dix expriment un besoin de remplacement

41%



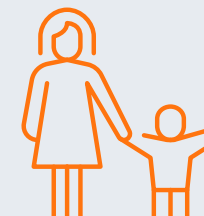
**Ont besoin
de remplacer au moins
l'un de leurs équipements**

*(Au moins un 'oui, mais il faudrait le remplacer'
en slide précédente)*

55%

Les **familles monoparentales** sont plus nombreuses à exprimer ce **besoin de remplacement**, et particulièrement pour ces équipements :

- L'ordinateur, la tablette **24%** (vs. 17% pour l'ensemble)
- Le réfrigérateur **22%** (vs. 15%)
- Le four **18%** (vs. 15%)
- Le lave-vaisselle **15%** (vs. 10%)



Les stratégies mises en place par les travailleurs pauvres pour s'équiper, notamment en électroménager

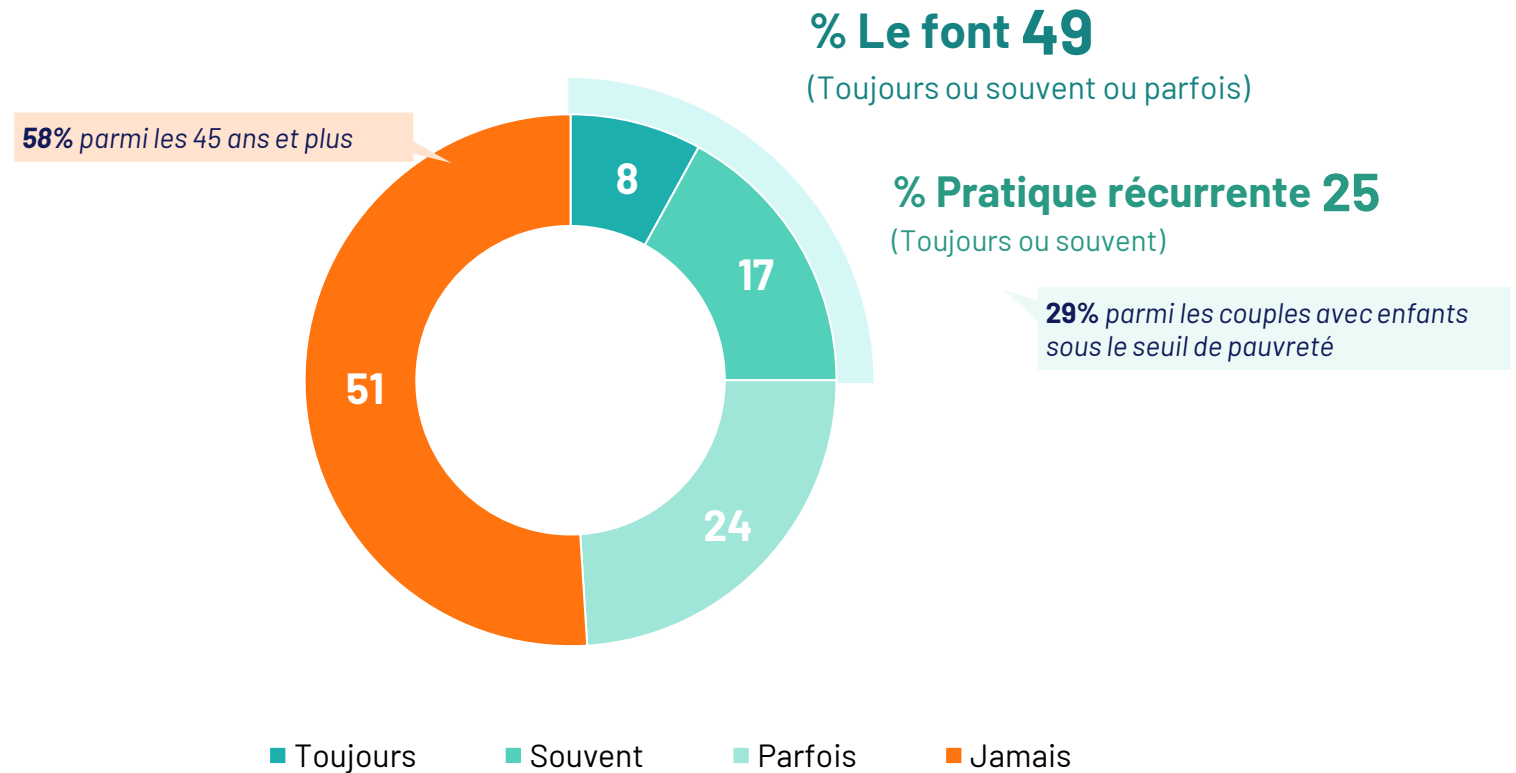
2

Pour s'équiper en électroménager, les travailleurs pauvres adoptent différentes stratégies : l'achat à crédit, pour un sur deux.

Question : Quand vous achetez un équipement électroménager, à quelle fréquence faites-vous les choses suivantes ?

Base : A tous

J'achète à crédit



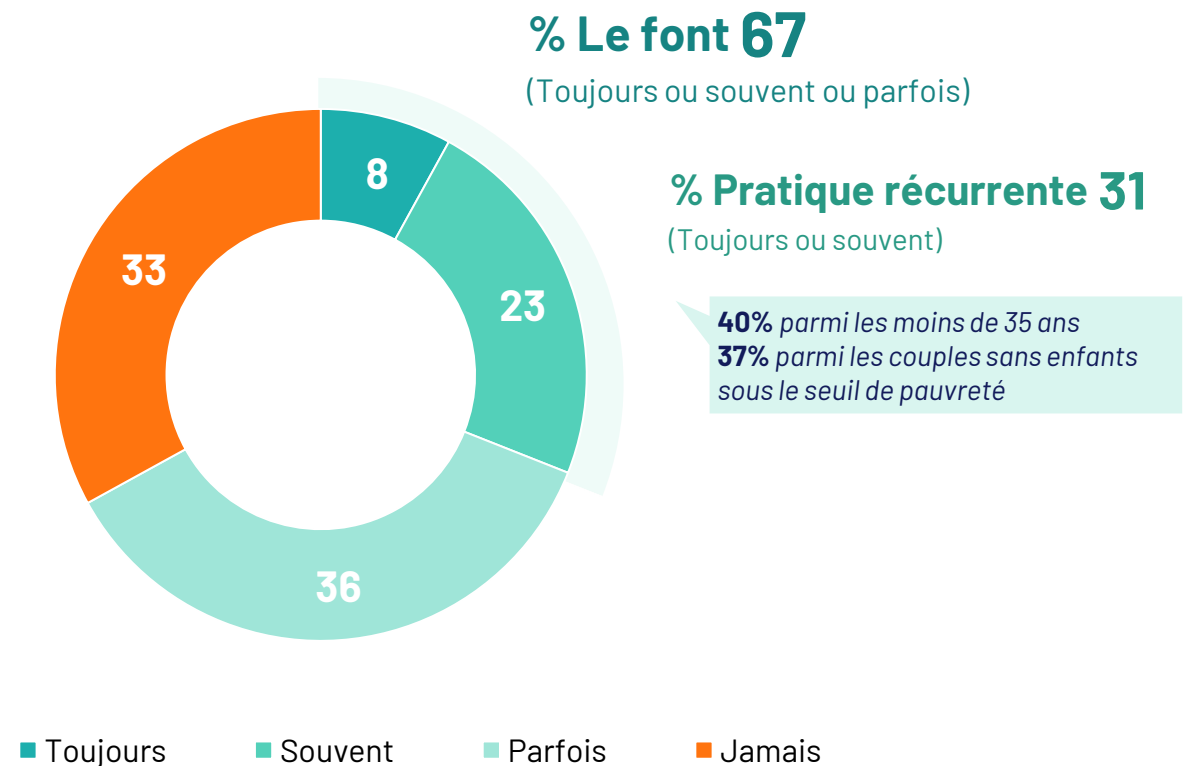
**Mais aussi l'achat
d'équipements
reconditionnés, pour les
deux tiers d'entre eux.**

Une pratique
particulièrement ancrée
parmi les plus jeunes.

**Question : Quand vous achetez un
équipement électroménager, à quelle
fréquence faites-vous les choses suivantes ?**

Base : A tous

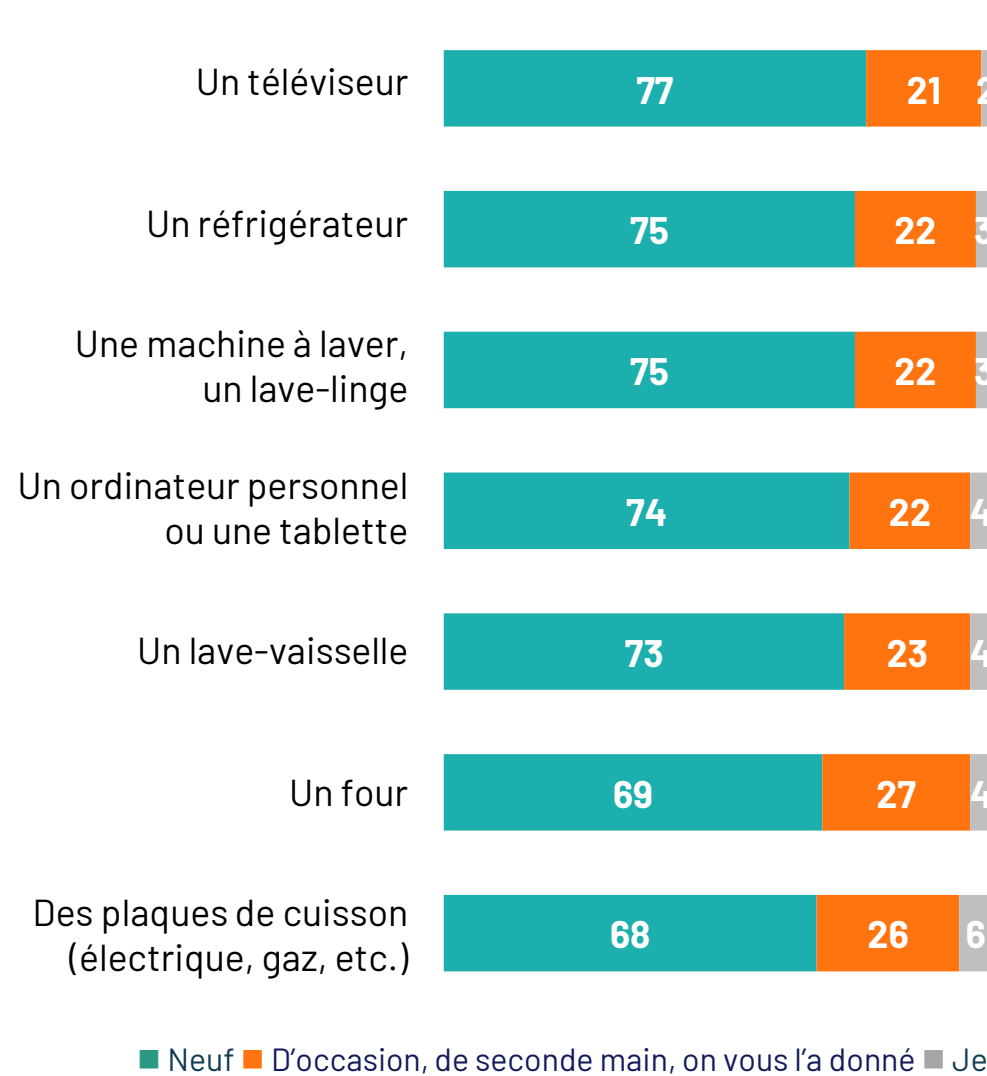
Je privilégie les équipements reconditionnés



Concrètement, plus de la moitié des travailleurs pauvres ont déjà acheté l'un de leurs appareils d'occasion / de seconde main, sans différence significative entre l'électroménager et l'électronique.

Question : Avez-vous acheté ces équipements neufs ou d'occasion ?

Base : A tous, les items étaient filtrés sur la possession déclarée à la question précédente



55%

Ont acheté au moins un de leur appareil d'occasion, de seconde main / l'ont obtenu grâce à un don

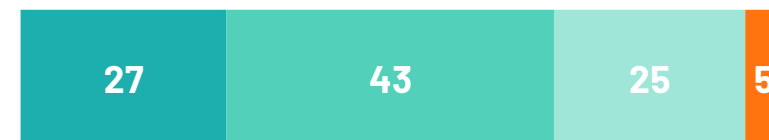
65% parmi les moins de 35 ans
64% parmi les familles monoparentales sous le seuil de pauvreté

Même si la grande majorité d'entre eux cherche à acheter le moins cher, la logique d'achat n'est pas court-termiste : sept sur dix prennent souvent en compte la consommation énergétique, et près de six sur dix l'indice de durabilité / réparabilité.

Question : Quand vous achetez un équipement électroménager, à quelle fréquence faites-vous les choses suivantes ?

Base : A tous

J'achète le meilleur rapport prix/consommation énergétique
car je sais que cela a un impact important sur la consommation d'électricité



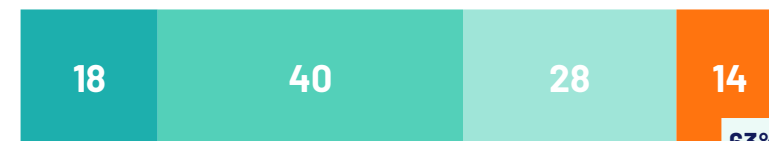
% Le font
(Toujours ou souvent ou parfois)

95

% Pratique récurrente
(Toujours ou souvent)

70

Je prends en compte l'indice de durabilité/réparabilité pour que je puisse faire réparer si besoin



86

58

63% parmi les couples sans enfants sous le seuil de pauvreté
63% parmi les moins de 35 ans

J'achète le moins cher
car je n'ai pas le choix



85

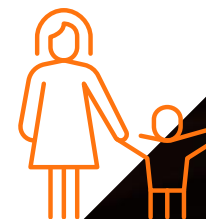
49

56% parmi les familles monoparentales sous le seuil de pauvreté

■ Toujours ■ Souvent ■ Parfois ■ Jamais

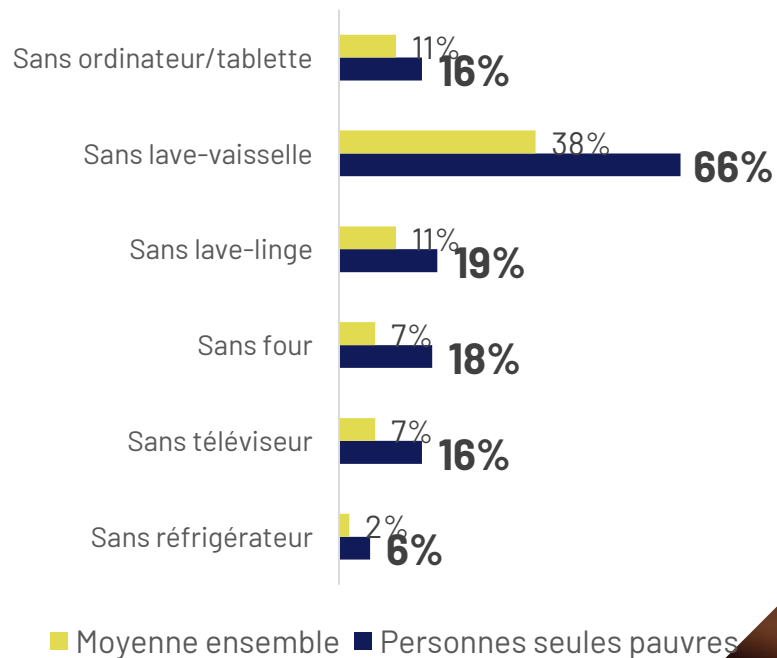
Contraintes financières : des difficultés différentes selon les profils, très marquées chez les familles monoparentales

	<i>Les plus contraintes</i>	<i>Les moins contraintes</i>
Achète le moins cher (souvent/toujours)	Familles monoparentales 56%	Couples sans enfant 45%
Impossibilité de réparer/racheter (souvent)	Familles monoparentales 51%	Intérim/CDD 34%
Revenus insuffisants pour s'équiper	Personnes seules et Familles monoparentales 50%	Intérim/CDD 34%
Achat à crédit (souvent/toujours)	Couples avec enfants 29%	Personnes seules 13%



Les personnes seules sous le seuil de pauvreté cumulent sous-équipement et éloignement des circuits d'achat digitaux. Leur réseau personnel devient une ressource essentielle, accentuant leur dépendance

Un sous-équipement criant



Une contrainte financière réelle

50% estiment ne pas pouvoir s'équiper correctement (vs 39% en moyenne)

43% ont souvent/très souvent manqué de moyens pour réparer/racheter un appareil (vs 39% en moyenne)

22% achètent "toujours" le moins cher par nécessité (vs 17% moyenne)

Une dépendance aux proches

Pour le gros électroménager, 23% passent par leurs proches ou reçoivent des dons, soit près du double de la moyenne (13%). Plus globalement, pour la décoration, 66% privilégient les canaux physiques (friperies, brocantes, ressourceries), contre 48% en moyenne. Moins connectés aux plateformes digitales, ils s'appuient davantage sur leur réseau personnel et les commerces de proximité pour s'équiper.

**La seconde main : un réflexe
déjà installé pour de nombreux
produits, même si des freins
persistent**

3

La seconde main : une pratique largement démocratisée parmi les travailleurs pauvres

89%

ont déjà acheté de la seconde main

(vêtements, décoration, électroménager, électronique...)

dont 63%

ont déjà acheté de la seconde main au cours des 12 derniers mois

- **71%** parmi les moins de 35 ans
- **44%** parmi les 60 ans et plus



La seconde main est moins un automatisme chez les faibles revenus (59% des plus bas revenus vs. 76% des plus hauts)

77%

ont déjà acheté des vêtements de seconde main

- **83%** parmi les femmes
- **83%** parmi les foyers avec enfants

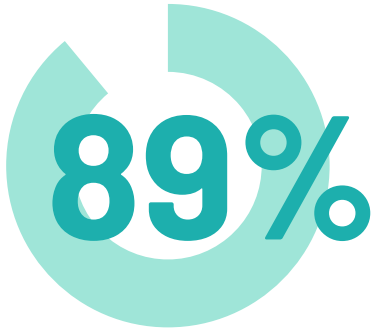
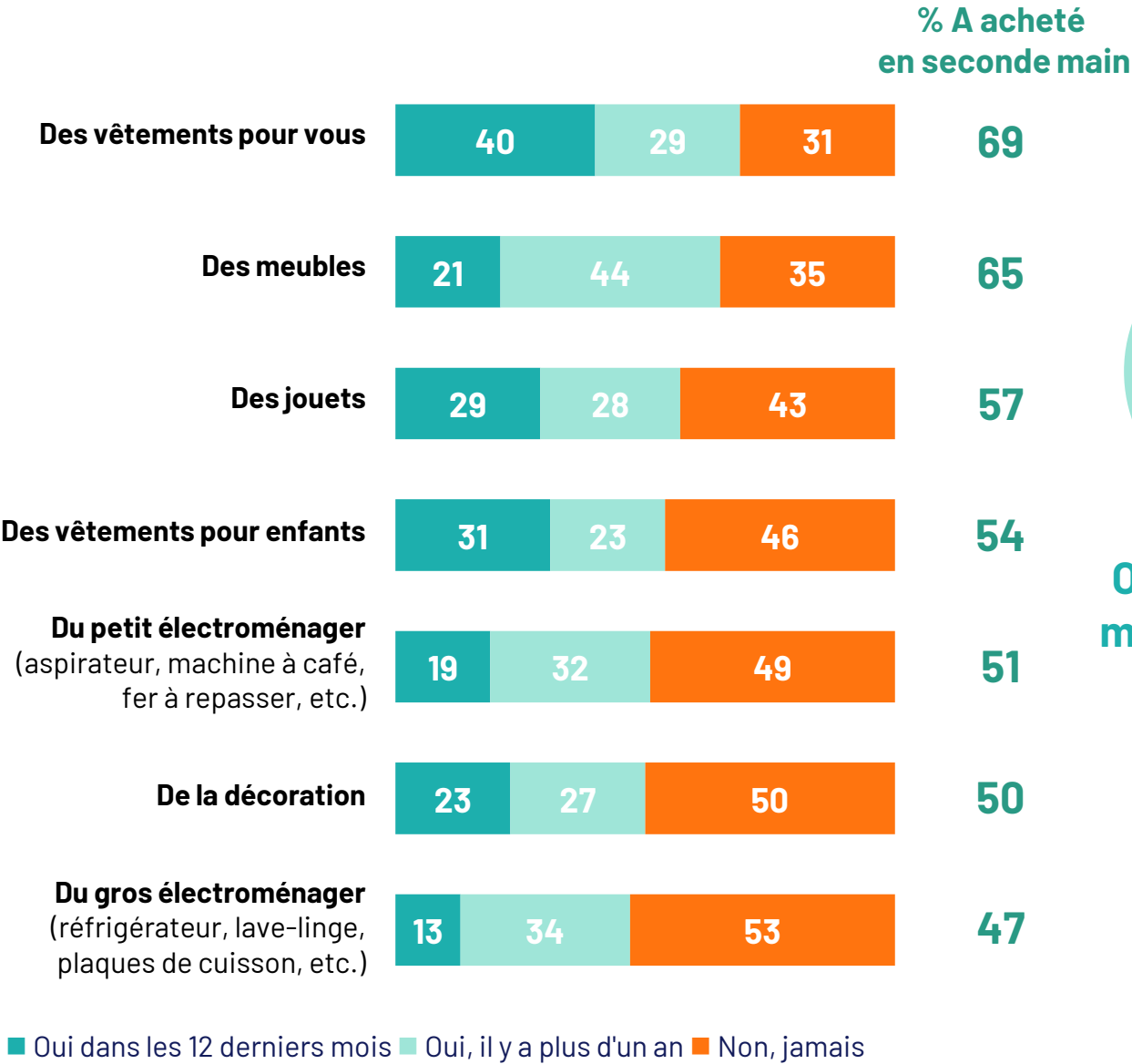
60%

ont déjà acheté du petit ou gros électroménager de seconde main

- **68%** parmi les moins de 35 ans
- **63%** parmi les cadres

Les vêtements et les meubles sont les deux produits les plus achetés en seconde main.

Question : Avez-vous déjà acheté chacun de ces produits de seconde main ?
Base : A tous



Ont déjà acheté au moins un produit de seconde main

Les plateformes en ligne sont le premier point d'accès à la seconde main pour tous les types de produits (sauf pour la décoration).

Les sites de reconditionné sont nettement moins privilégiés pour l'électroménager.

Question : Par quel canal l'avez-vous acheté ?

Base : A tous, les items ont été filtrés sur la base des produits achetés en seconde main

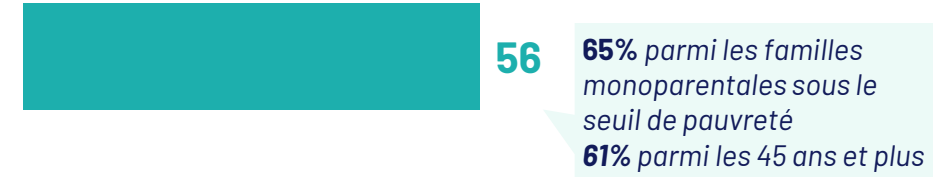
	Du petit électro-ménager (aspirateur, machine à café, fer à repasser, etc.)	Du gros électro-ménager (réfrigérateur, lave-linge, plaques de cuisson, etc.)	Des vêtements pour vous	Des vêtements pour enfants	Des meubles	Des jouets	De la décoration
En ligne	53	54	54	55	48	54	44
Par des plateformes en ligne (Leboncoin, Vinted, Ebay)	29	26	41	39	28	33	27
Par les réseaux sociaux (Facebook Marketplace, groupes, etc.)	12	13	7	8	11	12	11
Par des sites de reconditionné (Back Market, Fnac/Darty, etc.)	12	15	6	8	9	9	6
En physique	38	33	38	36	42	38	48
En magasin, friperie, dépôts-ventes	19	19	21	16	19	15	23
En brocante ou en vide-greniers	11	7	12	14	15	16	17
Par des ressourceries ou des associations	8	7	5	6	8	7	8
Par des proches	9	13	8	9	10	8	8

Pour les travailleurs pauvres, la seconde main répond surtout à une nécessité économique.

Question : Pour vous la seconde main, à savoir acheter des objets d'occasion, déjà utilisés, c'est :

Base : A ceux déclarant acheter en seconde main / Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

Une nécessité économique



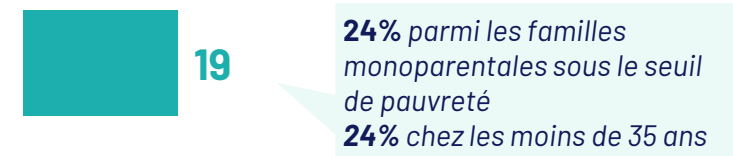
Un achat en accord avec vos valeurs



Un achat plaisir



Un réflexe



Seconde main : contrainte vs choix selon les profils

Question : Pour vous la seconde main, à savoir acheter des objets d’occasion, déjà utilisés, c’est :

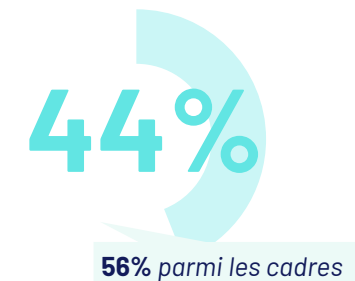
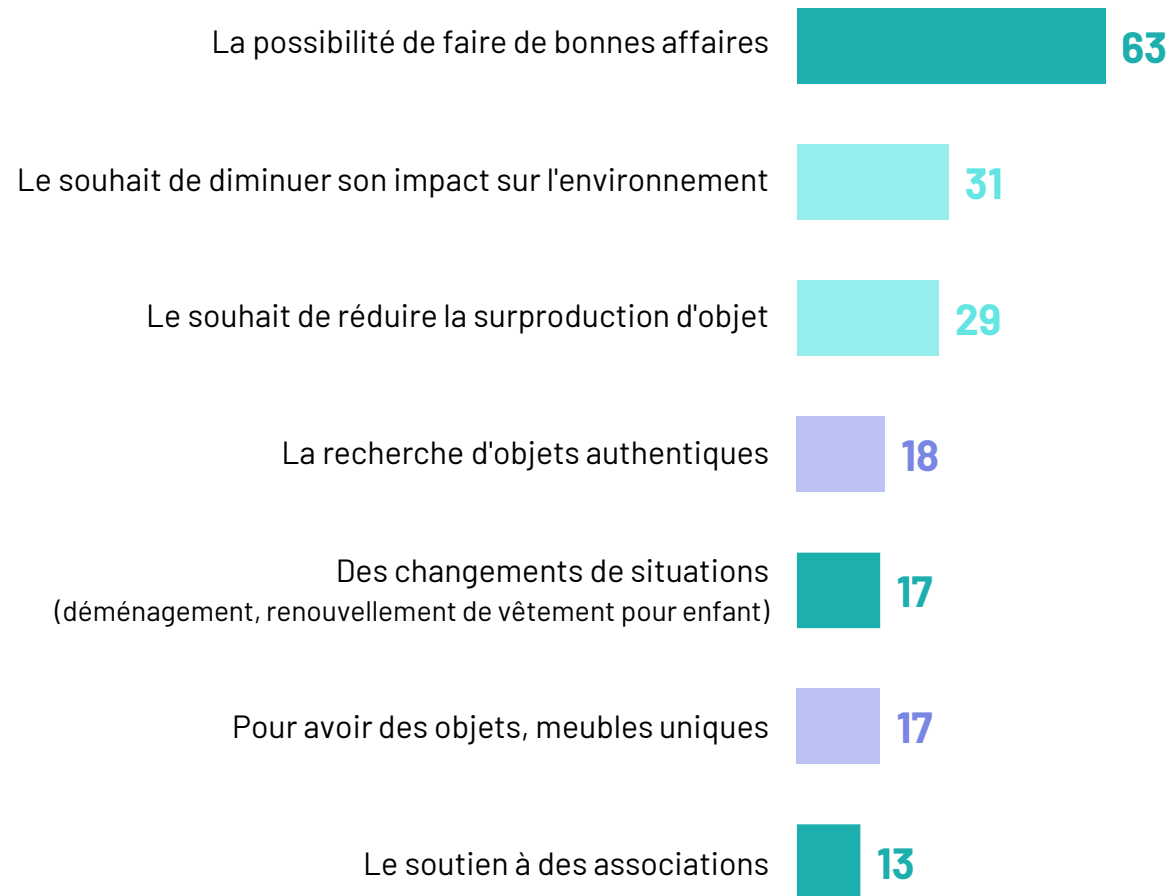
Base : A ceux déclarant acheter en seconde main / Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100 %

							
	TOTAL	Travailleurs en intérim ou en CDD ou en apprentissage	Travailleurs en temps partiel subi	Personnes vivant seules sous le seuil de pauvreté	Familles monoparentales sous le seuil de pauvreté	Couples sans enfant sous le seuil de pauvreté	Couples avec enfant(s) sous le seuil de pauvreté
Une nécessité économique	56	55	58	54	65	55	53
Un achat en accord avec vos valeurs	35	41	34	39	32	41	30
Un achat plaisir	24	22	19	22	17	19	29
Un réflexe	19	19	25	18	19	18	20

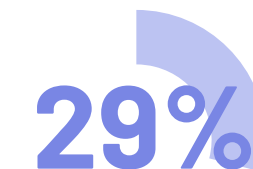
Ainsi l'opportunité de faire de bonnes affaires est de loin le principal levier d'incitation à se tourner vers la seconde main.

Question : Quelles raisons vous incitent ou inciteraient à acheter des articles de seconde main ?

Base : A tous



Pour des **raisons** de « **sobriété** »



Pour le **caractère** des objets

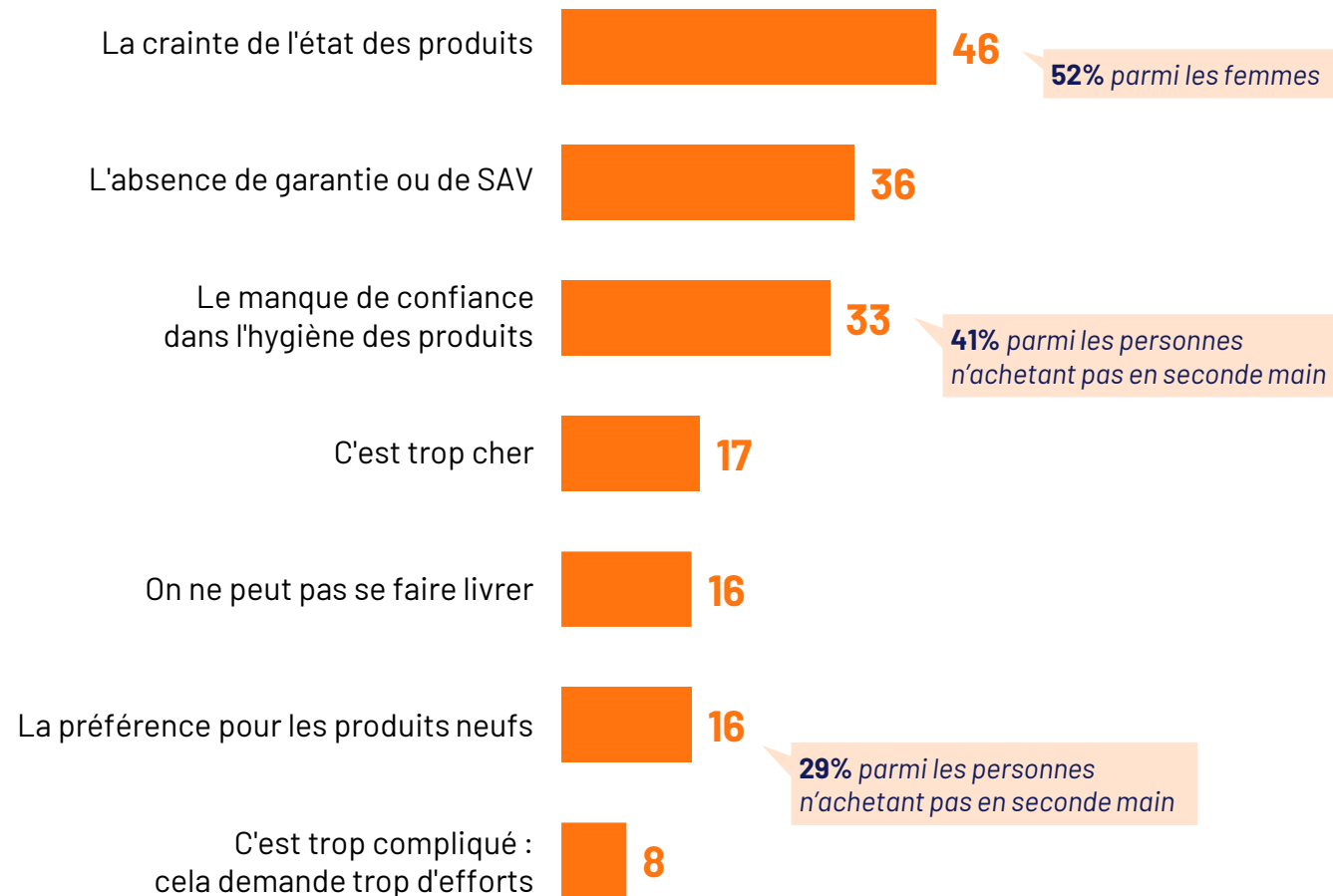
La minorité n'achetant pas en seconde main (11%) pourrait plutôt se tourner vers ce mode d'achat en raison du caractère des objets (33%) plus que pour des aspects de sobriété (25%). Le coût serait aussi important mais moins que pour l'ensemble de la population (48%).

La peur de ne pas être satisfait du produit (mauvaise qualité, hygiène...) constitue un frein important à la seconde main.

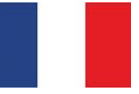
Les dimensions pratiques (absences de livraison, difficulté à trouver les bons plans...) sont citées de manière plus anecdotique.

Question : Quels freins vous empêchent ou vous empêcheraient d'acheter des articles de seconde main ?

Base : A tous



ANNEXES



NOS ENGAGEMENTS

CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITÉ CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNÉES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France ; www.Syntec-etudes.Com)
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, www.Esomar.Org)



**Ipsos France est certifiée ISO 20252 :
Market Research - version 2019
par AFNOR CERTIFICATION**

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/Esomar** des études de marché et d'opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.



Ipsos s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .

de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.

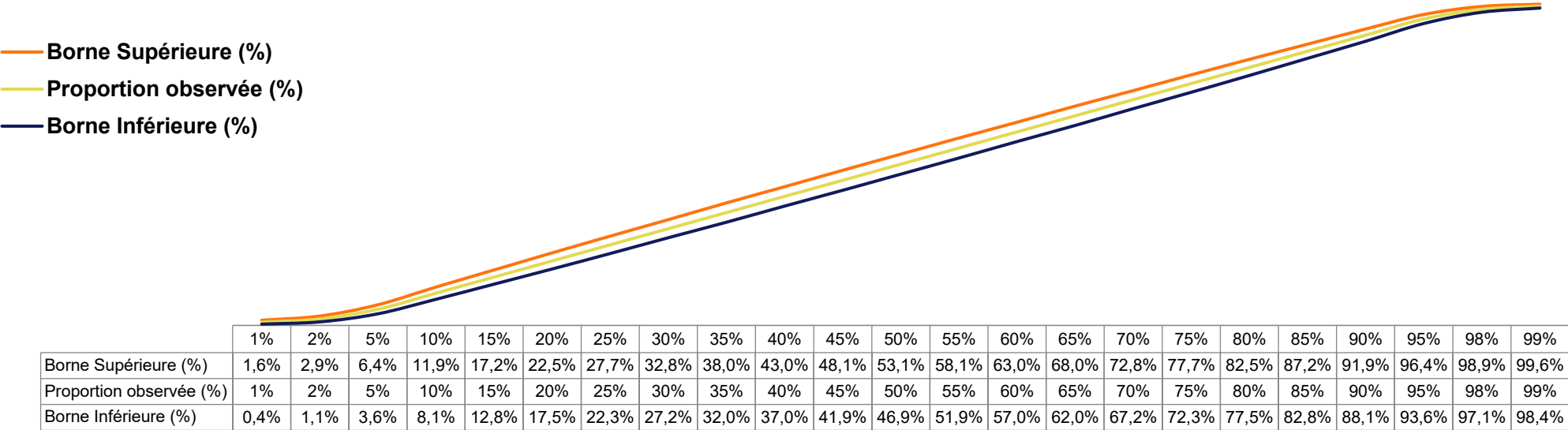
FIABILITÉ DES RÉSULTATS

Feuille de calcul

En l’occurrence s’agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : 95%
- Taille d’échantillon : 1000

Les proportions observées sont comprises entre :



Fiche technique

Étude CAWI sur panel IIS

ÉCHANTILLON

- **Population cible** : Travailleurs pauvres selon la définition détaillée au début de ce rapport.
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- **Critères et sources de représentativité** : Sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle du répondant, catégorie d'agglomération, région.

COLLECTE DE DONNÉES

Dates de terrain : du 13 au 23 février 2026

- **Taille de l'échantillon final** : 1000 individus
- **Mode de recueil** : On line sur panel IIS
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges par itération
- Critères de pondération : Sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle du répondant, catégorie d'agglomération, région

Compléments d'informations
méthodologiques disponibles sur demande

FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

Fiche technique

Organisation (Étude sur panel online)

LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Analyses et synthèse

LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Scripting
- Echantillonnage
- Emailing
- Collecte des données en [France](#)

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

You act better when you are sure.