

Louvain School of Management

Acheter écoresponsable ou se déculpabiliser ?

Le cas des utilisateurs de Vinted

Auteure : Ines Taroli
Promotrice : Karine Charry
Année académique 2024-2025
Travail de fin d'études (TFE) en vue d'obtenir le titre d'ingénieur de gestion en « Décisions et Tactiques en Marketing Digital »
Horaire de jour

Résumé:

Aujourd'hui, les enjeux de durabilité influencent fortement les habitudes de consommation. Le développement du marché de la seconde main, notamment via des plateformes comme Vinted, illustre cette évolution. Ce mémoire se concentre sur les comportements des utilisateurs de Vinted face à ces enjeux, et questionne si acheter sur cette plateforme est une réelle solution durable ou simplement un moyen de déculpabiliser une consommation excessive.

L'étude examine plus particulièrement la tension entre les valeurs écologiques des utilisateurs et leurs pratiques d'achat, à travers le prisme de la dissonance cognitive.

Dans un premier temps, un cadre théorique a été établi autour de la consommation responsable, de la seconde main, et de la dissonance cognitive. Ensuite, une étude qualitative basée sur 12 entretiens a permis d'identifier les contradictions ressenties par les utilisateurs ainsi que les stratégies de justification qu'ils mobilisent.

Sur cette base, nous avons formulé plusieurs hypothèses de recherche, testées via une étude quantitative menée auprès de 111 répondants. Plusieurs hypothèses n'ont pas été confirmées statistiquement, bien que certaines montrent des tendances à nuancer. En revanche, la sixième hypothèse a été validée : percevoir ses achats comme écologiques favorise une consommation plus fréquente via un mécanisme de self-licensing.

Ce travail ouvre ainsi des pistes intéressantes pour de futures recherches, notamment sur les contradictions entre perceptions écologiques et comportements réels des utilisateurs de Vinted.

Mots-clés : Dissonance cognitive, Seconde main, Vinted, Consommation responsable, Image écologique, Justifications morales, Self-licensing.

Remerciements

La réalisation de ce mémoire marque l'aboutissement de cinq années de travail accompli et me voici à la fin de mon parcours universitaire à la LSM de Mons. Je tiens à remercier toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à m'accompagner tout au long de ce parcours.

Tout d'abord, je voudrais adresser toute ma reconnaissance à ma directrice de mémoire, Madame Charry, pour sa disponibilité et ses conseils judicieux et son accompagnement tout au long du travail. Ce mémoire n'aurait pu être réalisé sans les outils et l'orientation nécessaire à cette recherche.

Je remercie également les participants aux entretiens et aux questionnaires pour leur temps et leur implication, sans lesquels la partie empirique de cette recherche n'aurait pu être menée.

Ensuite, je remercie Catherine et Lucie pour leur conseil et leur aide lors de la relecture de ce mémoire.

Je remercie ensuite Mehdi qui a été un soutien moral immense. La réalisation parallèle de nos mémoires nous a rapproché, et je suis heureuse d'avoir fait une si belle découverte humaine à ses côtés.

Enfin, je remercie de tout cœur Lucas, mon compagnon, pour sa patience et pour avoir cru en moi tout au long de mon parcours. Même dans les moments où mes sautes d'humeur, causés par le stress, rendaient les choses moins faciles, je lui suis profondément reconnaissante pour sa compréhension et son soutien constant.

Table des matières

Introduction	8
Partie 1 : Cadre théorique.....	10
1. Définition et concepts clés	10
1.1 La durabilité et la consommation responsable.....	10
1.2 L'achat de seconde main.....	12
1.3 La dissonance cognitive (Festinger, 1957).....	13
1.4 Sensibilité écologique des consommateurs et écart attitude- comportement.....	15
2. Motivations des consommateurs sur le marché de la seconde main	16
2.1 Motivations économiques	16
2.2 Motivations hédoniques	16
2.3 Motivations environnementales et alternatives à la consommation de masse	17
2.4 Motivations spécifiques à l'achat de seconde main en ligne	18
3. Obstacles à l'achat de seconde main	18
4. Critiques et paradoxes des plateformes de seconde main	19
4.1 Incitation à la surconsommation via une interface favorisant les achats impulsifs	19
4.2 L'impact environnemental des livraisons et de la logistique	20
5. Réduction de la dissonance cognitive : application à la consommation de seconde main.....	20
6. Le cas Vinted: marketing, perception et réalité environnementale	21
6.1 Modèle et stratégie de communication	21
6.2 Analyse des engagements environnementaux.....	22
7. Conclusion	23
Partie 2 : Étude qualitative	24
1. Méthodologie	24
2. Principaux résultats	25
2.1 Une motivation économique dominante	25
2.2 Une conscience écologique variable	25
2.3 Le plaisir de consommer et l'expression de soi	26
2.4 Une tension cognitive entre valeurs et pratiques.....	26
2.5 Limites perçues de l'impact écologique.....	28
2.6 Une écologie instrumentalisée	28
Partie 3 : Étude quantitative	30
1. Élaboration des hypothèses	30
1.1 Hypothèse 1.....	30

1.2 Hypothèse 2.....	31
1.3 Hypothèse 3.....	32
1.4 Hypothèse 4.....	33
1.5 Hypothèse 5.....	33
1.6 Hypothèse 6.....	34
2. Récapitulatif des hypothèses	35
3. Échelles de mesure	36
4. Élaboration du questionnaire	37
5. Échantillon	37
6. Analyse de la fiabilité, validité et dimensionnalité des échelles de mesure	37
7. Analyse des hypothèses.....	38
7.1 Analyse de l'hypothèse 1	38
7.2 Analyse de l'hypothèse 2	39
7.3 Analyse de l'hypothèse 3	40
7.4 Analyse de l'hypothèse 4	41
7.5 Analyse de l'hypothèse 5	42
7.6 Analyse de l'hypothèse 6	43
8. Conclusion	44
<i>Discussion et conclusion</i>	<i>45</i>
Limites.....	46
Recommandations managériales	46
Conclusion	46
<i>Bibliographie</i>	<i>47</i>
<i>Annexes.....</i>	<i>55</i>

Liste des tableaux

Tableau 1: Tableau récapitulatif des entretiens	25
Tableau 2: Récapitulatif des hypothèses	36
Tableau 3: Echelles de mesure	37
Tableau 4: Résultats des analyses statistiques de fiabilité, de validité et de dimensionnalité des échelles de mesures	38

Liste des annexes

Annexe 1 : Guide d'entretien vierge	55
Annexe 2 : Entretiens	59
Annexe 3 : Echelles de mesure	160
Annexe 4 : Questionnaire	164
Annexe 5: Analyse de la fiabilité, validité et dimensionnalité des échelles de mesures.....	168
Annexe 6 : Tableaux d'analyse de l'hypothèse 1	183
Annexe 7 : Tableaux d'analyse de l'hypothèse 2.....	184
Annexe 8 : Tableaux d'analyse de l'hypothèse 3.....	185
Annexe 9 : Tableaux d'analyse de l'hypothèse 4.....	186
Annexe 10 : Tableaux d'analyse de l'hypothèse 5.....	187
Annexe 11 : Tableaux d'analyse de l'hypothèse 6.....	188

Introduction

De nos jours, la durabilité et la consommation responsable sont des préoccupations croissantes, notamment dans les pays développés, influençant tant les consommateurs que les entreprises (Marchand, De Coninck et Walker, 2005). De plus en plus de personnes cherchent à réduire leur impact environnemental, ce qui modifie leurs comportements d'achat (Boston Consulting Group, 2022). L'évolution des achats de seconde main illustre bien cette tendance (ThredUp Resale Report, 2024).

L'achat de vêtements d'occasion par les consommateurs est principalement motivé par des prix réduits, la possibilité d'obtenir des articles uniques et de marques prestigieuses à un moindre coût (Guiot et Roux, 2010 – Ek Styvén et Mariani, 2020). Cependant, les motivations des consommateurs pour la seconde main vont au-delà de l'économie. Pour certains consommateurs, une motivation environnementale émerge aussi, bien que souvent secondaire. Ces derniers perçoivent ces achats comme un moyen de prolonger la durée de vie des produits et de limiter le gaspillage textile, même si cette dimension environnementale reste souvent secondaire. (Cervellon, Carey & Harms, 2012).

Néanmoins, la montée des préoccupations écologiques et l'inflation ont contribué au succès de Vinted, en encourageant les consommateurs à acheter de la seconde main (Tournois, 2024). Vinted, une des principales plateformes de seconde main, est connue pour donner une seconde vie aux vêtements et aux objets. Elle est généralement perçue comme écologique grâce à son positionnement marketing et ses engagements, comme en témoignent le *Vinted Impact Report (2023)* et le *Vinted Climate Action Plan (2024)*. Cependant, la plateforme suscite des critiques quant à son réel impact environnemental. L'un des principaux défis reste la pollution générée par les livraisons, notamment pour des commandes individuelles, souvent expédiées sur de longues distances. Par ailleurs, Vinted, en rendant l'achat accessible à des prix très bas, peut encourager la surconsommation. Le faible coût des articles peut inciter les utilisateurs à multiplier leurs achats, reproduisant ainsi des dynamiques propres à la fast fashion : une consommation rapide et impulsive, alimentée par des motivations de mode et de renouvellement constant de la garde-robe (Fashion Network, 2023).

Dans ce contexte, une question essentielle se pose : comment les utilisateurs de Vinted perçoivent-ils leur comportement d'achat et leur impact environnemental ? La théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) permet d'éclairer cette problématique en suggérant que

les personnes ressentent un inconfort psychologique lorsqu'elles remarquent une discordance entre leurs valeurs et leurs actions. Ainsi, un consommateur peut se considérer comme écoresponsable tout en ayant un comportement qui va à l'encontre de ce principe, ce qui le pousse à justifier ses choix ou à minimiser leur impact. Ce phénomène pourrait être particulièrement pertinent dans le cas de l'achat de seconde main sur Vinted, où le consommateur oscille entre une aspiration écologique et une pratique parfois excessive d'achats impulsifs.

Cette étude analysera d'abord comment il perçoit la durabilité des plateformes comme Vinted et les engagements environnementaux qu'elles mettent en avant. Cette première étape permettra d'identifier si les consommateurs adhèrent au discours de durabilité des plateformes ou s'ils en perçoivent les limites, et dans quelle mesure cela influence leurs comportements d'achat.

Ce mémoire vise donc à analyser si et comment la dissonance cognitive influence le comportement des utilisateurs de Vinted. Il peut aider les chercheurs à mieux comprendre le comportement des consommateurs sur les plateformes digitales, souvent perçues comme durables, mais dont l'impact environnemental réel mérite d'être interrogé. Cette recherche peut aussi être utile pour les praticiens, pour la mise en œuvre de stratégies marketing. Celles-ci développeraient la demande de produits plus durables sans développer la consommation paradoxale et excessive ou encore l'impact environnemental d'une logistique trop importante. Enfin, cette étude peut mettre en lumière comment rendre la plateforme Vinted réellement plus durable.

Question de recherche

Acheter sur Vinted : solution ou déculpabilisation ?

Les consommateurs de Vinted ressentent-ils une tension entre leur volonté d'acheter de manière responsable et leur désir de consommer ? La communication de la plateforme réduit-elle la dissonance cognitive des consommateurs en leur donnant une image plus vertueuse de leurs achats ?

Partie 1 : Cadre théorique

1. Définition et concepts clés

1.1 La durabilité et la consommation responsable

Le développement durable vise à répondre aux besoins présents sans compromettre ceux des générations futures, souvent réduits à l'environnement (Sneddon, Howarth & Norgaard, 2006 ; Heinberg, 2010). Cependant, la notion de durabilité repose sur trois composantes fondamentales : l'environnement, l'économie et l'équité. La durabilité ne peut être atteinte qu'en protégeant simultanément l'environnement, en préservant la croissance et le développement économique, et en promouvant l'équité (Portney, 2015). Cette approche tripartite est souvent représentée sous la forme d'un « triangle de la durabilité » ou du modèle des trois piliers, qui soulignent l'interdépendance entre ces dimensions (Purvis, Mao & Robinson, 2019).

La consommation responsable est une approche directement liée au concept de durabilité, qui vise à modifier les habitudes d'achat et d'usage des produits afin de minimiser l'impact environnemental et social (Marchand, De Coninck et Walker, 2005 – United Nations Environment Programme, 2002). Contrairement à la consommation traditionnelle où le consommateur cherche uniquement à maximiser son utilité personnelle (Goodwin, Neva et al., 2008), la consommation responsable implique une prise de conscience des impacts collectifs des choix individuels. Elle inclut les répercussions sociales et environnementales des actes d'achat, telles que la pollution, les conditions de travail, la surconsommation des ressources naturelles et les inégalités économiques (Hansen et Schrader, 1997).

Binninger et Robert (2008) analysent la consommation responsable comme ayant différentes motivations :

- Éthique : liée aux valeurs morales et à la responsabilité des consommateurs (ex : boycott, honnêteté) ;
- Verte : centrée sur la protection de l'environnement et sur la réduction des impacts négatifs de la consommation ;
- Socialement responsable : prenant en compte les aspects sociaux et économiques, comme le commerce équitable.

Hansen et Schrader (1997) identifient plusieurs niveaux d'engagement du consommateur : l'abstention, la réduction, la substitution et l'amélioration du choix. L'abstention, c'est le fait de renoncer complètement à certaines formes de consommation jugées inutiles ou nuisibles,

notamment pour des raisons écologiques ou sociales. La réduction vise à diminuer la consommation sans l'éliminer totalement (Speck & Hasselkuss, 2015). La substitution consiste, elle, à remplacer un bien ou un service par un autre ayant un impact moindre sur l'environnement ou étant plus éthique (Farrant et al., 2010 ; Woolridge et al., 2006). Finalement, l'amélioration du choix consiste à opter pour une version plus durable d'un produit ou service lorsque l'abstention ou la substitution ne sont pas possibles (Stahel, 2010).

1.1.1 L'économie circulaire et les pratiques alternatives

Contrairement au modèle linéaire ("prendre, fabriquer, jeter"), l'Economie Circulaire (EC) favorise un système de production et de consommation plus durable (Encino-Munoz & Yilan, 2025). L'économie circulaire représente une approche systémique visant à minimiser le gaspillage et à maximiser la réutilisation des ressources, ce qui rejoint directement les principes de la consommation responsable. En effet, la consommation responsable s'inscrit dans ce cadre systémique, où entreprises, politiques et innovations jouent un rôle essentiel (Geissdoerfer et al., 2017). Dans l'industrie de la mode, deux stratégies principales existent, le recyclage des textiles usagés pour fabriquer de nouveaux produits et la prolongation de la durée de vie des vêtements via la revente, la réparation et la location (Encino-Munoz & Yilan, 2025).

Face aux limites de la consommation traditionnelle, plusieurs alternatives émergent pour favoriser une consommation plus responsable. Parmi elles, on retrouve l'économie de la fonctionnalité (ex : location de vêtement, covoiturage, ...), le commerce de seconde main et le réemploi (ex : friperies, plateformes de revente, réparation d'appareils électroniques), la consommation collaborative ou encore le minimalisme et l'auto-production (DIY). Ces approches permettent de réduire l'empreinte écologique tout en valorisant des pratiques plus durables et solidaires (Marchand, 2010).

1.1.2 Facteurs extérieurs aux consommateurs influençant la consommation responsable

Bien que les consommateurs soient libres de leurs choix, ils sont soumis à des facteurs extérieurs tels que le marketing, les normes sociales, mais aussi les institutions. Ces éléments limitent l'idéal d'une autonomie totale et éclairée dans les décisions de consommation et peuvent orienter les comportements du consommateur (Lerner, 1972 ; Goodwin, Neva, et al., 2008).

Dans ce cadre global de durabilité et de remise en question des modèles de consommation traditionnels, l'achat de seconde main apparaît comme une pratique concrète et accessible permettant de mettre en œuvre les principes de consommation responsable.

1.2 L'achat de seconde main

L'économie de seconde main est une économie de redistribution qui prolonge la durée de vie des produits par un changement de propriétaire. Contrairement à la location ou à l'économie du partage (ex : Airbnb, BlaBlaCar, ...), l'économie de seconde main repose sur un transfert permanent de propriété. Elle s'inscrit dans une logique de recommerce, c'est-à-dire la revente et l'achat d'articles d'occasion via divers canaux comme des plateformes en ligne ou encore des boutiques physiques (Yrjölä, Hokkanen & Saarijärvi, 2021). Elle soutient également l'économie circulaire en réduisant les impacts environnementaux liés à la production de textile ou autres matériaux (Persson & Hinton, 2023).

La seconde main n'est cependant pas nécessairement une solution parfaite si elle entraîne un "rebond de l'économie circulaire" (circular economy rebound), c'est-à-dire une surconsommation de vêtements d'occasion qui pourrait annuler les bénéfices environnementaux (Adamo, Lupi, Morone & al., 2022).

1.2.1 Évolution et tendances du marché de la seconde main

Longtemps associée à la pauvreté, la seconde main s'est progressivement valorisée depuis la crise de 2008, portée par des motivations économiques, écologiques, le rejet de la fast fashion et l'attrait pour le vintage (Ferraro, Sands & Brace-Govan, 2016).

La montée des plateformes numériques a facilité l'achat, la revente et l'échange de vêtements, répondant ainsi aux nouvelles habitudes de consommation, notamment chez les jeunes générations souvent plus sensibles aux enjeux économiques et environnementaux. Face à cette évolution, certaines marques traditionnelles, comme Ralph Lauren, intègrent des collections vintage et de seconde main, tandis que d'autres développent des services de revente, de location et de recyclage pour répondre aux attentes des consommateurs (Balasubramanian & Sheykhmaleki, 2024). Parallèlement, l'essor de l'économie du partage a élargi l'accès à la seconde main et favorisé son adoption par un public plus large (Ek Styvén & Mariani, 2020).

1.2.2 Régulations et politiques influençant la consommation durable et les plateformes de revente

Depuis les années 1990, la durabilité est progressivement intégrée aux politiques publiques et aux stratégies économiques, notamment à travers des réglementations environnementales et des labels écologiques visant à encadrer et orienter la consommation (Rumpala, 2009).

L'Union européenne encadre de plus en plus l'impact environnemental de l'industrie textile par des écolabels, des normes sur l'empreinte carbone, et une directive sur le greenwashing imposant à prouver scientifiquement leurs allégations écologiques (Commission Européenne, 2014 ; Parlement Européen, 2023, 2024 ; Claims Directive, 2023).

Enfin, pour limiter l'empreinte carbone des livraisons, l'UE a mis en place des objectifs stricts via le Règlement sur le transport durable (Fit for 55, 2023), obligeant les plateformes d'e-commerce à adopter des solutions logistiques plus écologiques (Conseil de l'Union Européenne, 2025).

Malgré une image de consommation responsable, l'usage des plateformes de seconde main révèle certaines contradictions. Afin de comprendre comment les consommateurs gèrent ce décalage entre intentions et comportements, la théorie de la dissonance cognitive offre un cadre d'analyse pertinent.

1.3 La dissonance cognitive (Festinger, 1957)

1.3.1 Principe

L'idée centrale de la théorie de la dissonance cognitive est que les êtres humains recherchent une cohérence interne entre leurs cognitions (pensées, croyances, attitudes). Lorsqu'une contradiction (dissonance) survient, elle provoque un inconfort psychologique, incitant la personne à réduire ou éliminer cette dissonance.

1.3.2 Sources de la dissonance cognitive

Pour Festinger (1957), l'un des cas les plus courants est celui du conflit entre croyances et comportements.

Un autre facteur déclenchant de la dissonance cognitive est la réception d'une nouvelle information contradictoire qui remet en question une croyance préexistante.

Enfin, la dissonance cognitive se manifeste également après la prise de décisions, notamment lorsque deux options s'offrent à une personne et qu'elle doit faire un choix. Une fois la décision prise, elle peut ressentir une dissonance en raison des aspects positifs de l'option rejetée.

1.3.3 Réduction et évitement de la dissonance cognitive

Selon Festinger (1957), pour éviter l'inconfort psychologique, les individus cherchent à réduire la dissonance de plusieurs manières.

Une première stratégie consiste à modifier son comportement pour le rendre plus cohérent avec ses convictions. Un individu peut tout d’abord changer de comportement face à cette dissonance. Par exemple, un consommateur soucieux de son impact environnemental peut décider de limiter le nombre d’achats qu’il effectue sur les plateformes de seconde main, ou de privilégier uniquement des articles dont il a réellement besoin.

Pour réduire la dissonance, les individus peuvent également réinterpréter les informations comme une personne qui multiplie les achats de vêtements d’occasion peut se convaincre que, puisque ces articles ne sont pas neufs, leur impact environnemental est forcément moindre, et que cela compense la fréquence élevée de ses achats.

Une autre stratégie est d’introduire de nouvelles justifications pour rendre leur comportement plus acceptable. Par exemple, une personne achetant de la seconde main peut rationaliser son comportement en affirmant que ses achats permettent de « donner une seconde vie » aux vêtements et qu’il lutte ainsi contre le gaspillage textile.

Enfin , la dissonance peut être réduite par l’évitement de sources d’informations qui pourraient augmenter cette dissonance. Certains consommateurs évitent volontairement de lire des études sur l’impact environnemental des livraisons. Cela peut aussi mener à un biais de confirmation, où ils ne recherchent que les informations qui confirment leur croyances actuelles.

Une autre stratégie de réduction de la dissonance consiste à diminuer la perception de choix : en considérant que l’on n’avait “pas vraiment le choix” ou que les alternatives étaient limitées, les individus parviennent à justifier plus facilement un comportement en contradiction avec leurs valeurs (Miklosovic, 2010).

En complément de ces stratégies, les consommateurs mobilisent différentes stratégies de neutralisation (Sykes & Matza, 1957 ; Antonetti & Maklan, 2014) qui leur permettent de rationaliser des comportements en contradiction avec leurs valeurs environnementales. Ces mécanismes sont :

- La négation de la responsabilité individuelle (« Mon achat a un impact négligeable »),
- La minimisation des conséquences (« Acheter d’occasion reste mieux qu’acheter du neuf »),
- La comparaison avantageuse (« D’autres consomment bien pire que moi »),

- Le mécanisme de self-licensing (« J'ai fait un effort écologique donc je peux me permettre un écart »).

1.3.4 Conséquences après une décision

Une fois une décision prise, une personne peut ressentir une dissonance, particulièrement si les alternatives étaient attractives. Pour réduire cet inconfort, elle peut soit justifier son choix en exagérant les aspects positifs de l'option choisie, soit dévaloriser l'alternative rejetée, soit rechercher activement des informations qui confirment la validité de sa décision.

Cependant, pour que la dissonance cognitive liée à l'achat de seconde main existe réellement, il faut d'abord que les consommateurs aient une préoccupation sincère pour l'écologie. Il est donc essentiel d'évaluer leur sensibilité environnementale et de comprendre l'écart souvent observé entre leurs intentions et leurs comportements effectifs, connu sous le nom d'attitude-behavior gap.

1.4 Sensibilité écologique des consommateurs et écart attitude- comportement

Ces dernières années, de nombreuses études montrent une sensibilité croissante des consommateurs aux enjeux environnementaux (Boston Consulting Group, 2022). En Belgique, 83% reconnaissent l'importance de la nature pour l'économie, mais seulement 44% font attention à leur empreinte écologique. L'écart entre intentions et comportements s'explique par des priorités économiques et une crainte de perte de confort, particulièrement dans la consommation textile : le prix, la praticité et la mode l'emportent souvent sur la durabilité (SPF Santé publique, 2023).

Exemples récents :

- 66 % tiennent compte de l'impact écologique, mais 72 % estiment que la transition verte rend les produits plus chers (Beobank, 2023).

Malgré une prise de conscience accrue des enjeux environnementaux, la part de marché des produits écologiques reste inférieure à 4 %, illustrant la persistance du « green gap » (Kumar & Yadav, 2021). Bien que les consommateurs se disent sensibles à l'écologie, leurs comportements ne suivent pas toujours. Ce "gap" entre attitudes et comportements (Vermeir & Verbeke, 2006 ; White et al., 2019) est particulièrement marqué dans la mode, où l'attrait pour les bas prix et les renouvellements rapides domine (Johnstone & Tan, 2015 ; Dekhili et al., 2024).

Après avoir défini les contours et les enjeux de l'achat de seconde main, il est pertinent d'examiner de plus près les motivations qui poussent les consommateurs à adopter ce mode de consommation.

2. Motivations des consommateurs sur le marché de la seconde main

Les attitudes des consommateurs varient en fonction de facteurs psychologiques, culturels et socio-démographiques. La perception de la mode de seconde main est influencée par l'âge, le genre et le niveau de sensibilisation à la durabilité. L'acceptation des vêtements d'occasion dépend également des normes culturelles et sociales : dans certaines régions, comme par exemple les pays occidentaux, la seconde main est perçue positivement pour ses valeurs écologiques, tandis que dans d'autres pays comme la Chine, elle est associée à des représentations négatives pour principal argument, l'hygiène (Balasubramanian & Sheykhmaleki, 2024 – Liang & Xu, 2018).

2.1 Motivations économiques

Les motivations économiques à l'achat de seconde main se basent principalement sur la recherche d'un bon rapport qualité-prix et la volonté de faire des économies. Ce marché est perçu comme une opportunité d'obtenir des produits de qualité à moindre coût, d'éviter les marges des distributeurs et de profiter du plaisir de chasser les bonnes affaires (Ferraro, Sands & Brace-Govan, 2016).

Certains consommateurs estiment également que les vêtements de seconde main sont souvent de meilleure qualité et plus durables que ceux produits aujourd'hui par l'industrie de la mode rapide (Machado, de Almeida, Bollick & Bragagnolo, 2019).

L'argent économisé sur des achats d'occasion est souvent réinvesti dans d'autres domaines (loisirs, voyages, ...), élargissant ainsi leur pouvoir d'achat global. (Guiot & Roux, 2010).

Ces motivations sont particulièrement fortes chez les jeunes et les personnes ayant des contraintes budgétaires, ou qui sont sensibles aux coûts (Halicki, Zaborek & Meylan, 2024 – Balasubramanian & Sheykhmaleki, 2024).

2.2 Motivations hédoniques

Les motivations hédoniques sont liées au plaisir de l'expérience de shopping (Ferraro, Sands & Brace-Govan, 2016). Certains consommateurs considèrent le shopping de seconde main comme une activité ludique et excitante. Ils apprécient la diversité des vêtements disponibles,

l'expérience de "chasse au trésor" et la possibilité de trouver des pièces uniques ou vintage (Ferraro, Sands & Brace-Govan, 2016 - Halicki, Zaborek & Meylan, 2024).

Beaucoup de consommateurs recherchent en seconde main des objets uniques, introuvables en magasin. Cela leur permet de se différencier et d'avoir des pièces plus originales que celles issues de la production de masse. Certains acheteurs aiment fouiller, chiner, découvrir des objets inattendus (Guiot & Roux, 2010 - Machado, de Almeida, Bollick & Bragagnolo, 2019).

Pour beaucoup, la seconde main permet d'exprimer leur identité, de se démarquer en adoptant un style original et authentique, et même de suivre des tendances en matière de « vintage » ou de « seconde main chic » (Ferraro, Sands & Brace-Govan, 2016 - Balasubramanian & Sheykhmaleki, 2024).

Cette motivation est particulièrement marquée chez les jeunes et les personnes attachées à l'individualité dans leur style vestimentaire (Halicki, Zaborek & Meylan, 2024).

2.3 Motivations environnementales et alternatives à la consommation de masse

Pour certains consommateurs, leurs motivations à l'achat de seconde main reposent sur leurs préoccupations écologiques et sociales. Ils choisissent d'acheter d'occasion pour réduire le gaspillage textile, limiter l'impact environnemental de la mode et éviter de soutenir des entreprises impliquées dans des pratiques douteuses telles que la fast fashion et l'exploitation de la main-d'œuvre (Balasubramanian & Sheykhmaleki, 2024 - Halicki, Zaborek & Meylan, 2024). Cela rejoint l'idée du consommateur responsable qui cherche à prolonger la vie des objets et réduire son empreinte écologique (Guiot & Roux, 2010). Plus un consommateur est conscient des enjeux écologiques, plus il aura une attitude positive envers l'achat de vêtements de seconde main (Ek Styvén et Mariani, 2020).

Au-delà de l'aspect environnemental, la seconde main est aussi perçue comme une alternative aux logiques de consommation de masse. Pour certains, elle représente une forme de résistance à la surproduction et à la pression marketing des grandes enseignes (Ferraro, Sands & Brace-Govan, 2016). Elle offre une plus grande liberté de choix et permet de se détacher des circuits classiques jugés contraignants et normatifs (Guiot & Roux, 2010).

Les adeptes du slow fashion privilégient la qualité à la quantité et rejettent la logique du renouvellement rapide des collections dans la fast fashion (Machado, de Almeida, Bollick & Bragagnolo, 2019). Ces consommateurs rejettent les symboles de statut social liés aux biens de

consommation neufs et onéreux. Ils préfèrent accorder de la valeur à l'usage réel d'un objet plutôt qu'à son prestige ou son appartenance à une marque. Loin de la « mode », ils choisissent des objets pour leur utilité et leur singularité, sans chercher à afficher leur pouvoir d'achat (Guiot & Roux, 2010).

2.4 Motivations spécifiques à l'achat de seconde main en ligne

L'aspect financier est l'un des principaux moteurs de l'achat de seconde main en ligne. Certes, les consommateurs sont motivés par des produits à moindre coût et un meilleur rapport qualité-prix, mais il y a d'autres dimensions. Le pouvoir de négociation par exemple, les acheteurs sur des plateformes de C2C (Consumer to Consumer) et P2P (Peer to Peer) peuvent négocier le prix et cela renforce leur perception de faire de bonnes affaires (Padmavathy, Swapana & Paul, 2019).

L'achat en ligne offre une variété et une flexibilité accrues grâce aux filtres de recherche et à une expérience fluide, rendant la seconde main plus accessible et rapide. Les valeurs personnelles et les préférences subjectives peuvent également influencer l'achat de seconde main en ligne comme le besoin d'unicité et la nostalgie mais aussi la confiance. En effet, si les consommateurs perçoivent la plateforme comme fiable et sécurisée, ils seront plus enclins à acheter. Il y a également la possibilité d'obtenir des garanties ou des systèmes de remboursement qui renforcent la décision d'achat (Padmavathy, Swapana & Paul, 2019).

3. Obstacles à l'achat de seconde main

Bien que l'achat de vêtements de seconde main suscite un intérêt croissant en raison de ses bénéfices environnementaux et économiques, son adoption reste freinée par divers risques perçus, notamment sanitaires, esthétiques et psychologiques, qui influencent négativement l'intention d'achat des consommateurs (Koay, Cheung, Lom, & Leung, 2024).

Le principal frein à l'achat de seconde main est l'embarras social. L'achat d'occasion est souvent associé à un statut économique faible. Les consommateurs craignent le regard des autres et le risque d'être perçus comme incapables d'acheter du neuf (Silva, Santos, Duarte, & Vlačić, 2021).

De plus, la peur d'acheter un vêtement usé, mal entretenu ou de mauvaise qualité freine la recherche. L'impossibilité de toucher et d'essayer les vêtements avant achat constitue un obstacle. La qualité étant incertaine, le consommateur peut craindre que les produits sont en mauvais états ou contrefaits (Silva, Santos, Duarte, & Vlačić, 2021). Ces préoccupations influencent fortement le comportement des consommateurs, en particulier sur les plateformes en

ligne, où l'absence de contact physique avec le produit renforce l'incertitude quant à son état réel (Calvo-Porrà, Orosa-González & Viejo-Fernández, 2024).

Certains consommateurs ont une aversion psychologique à porter des vêtements ayant appartenus à d'autres personnes. Ces vêtements sont parfois perçus comme « sales » car ils ont déjà été portés. Ces préoccupations sont souvent liées à la peur de bactéries, de parasites ou d'odeurs résiduelles présentes sur les vêtements d'occasion (Balasubramanian & Sheykhmaleki, 2024) .

4. Critiques et paradoxes des plateformes de seconde main

4.1 Incitation à la surconsommation via une interface favorisant les achats impulsifs

Bien que la seconde main soit perçue comme une alternative écologique à la fast fashion, elle peut aussi encourager une surconsommation qui va à l'encontre des principes de durabilité. Les économies réalisées sur l'achat d'occasion peuvent inciter les consommateurs à acheter davantage, annulant ainsi les bénéfices environnementaux attendus. Ce phénomène est connu sous le nom d'*effet rebond* (Parguel, Lunardo & Benoit-Moreau, 2017).

Même lorsque l'on adopte des modèles plus durables, comme la revente ou la location, cela peut parfois se retourner contre l'objectif écologique (Bocken, de Pauw, Bakker, & van der Grinten, 2016). Dans le contexte de l'économie du partage, l'effet rebond se produit lorsque le partage entraîne une augmentation de la demande, générant un impact environnemental supplémentaire (Acquier, Daudigeos & Pinkse, 2017). En proposant des vêtements à prix réduits, les plateformes encouragent les consommateurs à acheter plus que nécessaire. La facilité de revente pousse certains utilisateurs à acheter de nouveaux articles fréquemment, alimentant un cycle de consommation continu. Et, certains consommateurs minimisent l'impact de leurs achats en se convainquant qu'ils participent à une démarche durable (Dekhili, Achabou & Nguyen, 2024).

Ce paradoxe est appelé le "sustainability paradox" (Verboven & Vanherck, 2016), illustrant comment un acte perçu comme écologique peut en réalité avoir un effet inverse en raison des dynamiques économiques et comportementales sous-jacentes.

De plus, les plateformes de seconde main rendent les achats plus accessibles et attractifs grâce à des promotions, des facilités de transaction, de l'algorithme de recommandations et des notifications fréquentes. Cela peut également stimuler la surconsommation au lieu de réduire l'impact environnemental (Dekhili, Achabou & Nguyen, 2024).

Enfin, certaines pratiques comme le dropshipping qui consiste à acheter en gros des vêtements neufs de mauvaise qualité pour les revendre comme de la seconde main, démontrent également une incohérence avec les objectifs de durabilité (Panju, 2024).

4.2 L'impact environnemental des livraisons et de la logistique

Acheter ou revendre des vêtements d'occasion en ligne est souvent perçu comme un acte écoresponsable. Pourtant, derrière chaque transaction se cache une réalité un peu moins verte : le transport. Chaque envoi de colis génère des émissions de CO₂ (Iran & Schrader, 2017).

La manière dont on choisit de se faire livrer joue un rôle important. La livraison à domicile avec la logistique du dernier kilomètre, représente l'un des principaux contributeurs aux émissions de gaz à effet de serre, en raison de l'augmentation des livraisons individuelles et de la complexité croissante des circuits de distribution (Mangiaracina, Perego, Seghezzi & Tumino, 2021). À l'inverse, les points de collecte peuvent être une option plus durable car plusieurs colis sont regroupés en un seul trajet. Mais là encore, tout dépend du comportement des consommateurs. Si le consommateur décide de récupérer son colis en voiture plutôt qu'à pied, le bénéfice écologique peut vite s'annuler (Mommens, Rai, Lier & Macharis, 2021).

Un autre effet rebond semble exister : les modes de livraison écologiques encouragent la vente de vêtements d'occasion, mais paradoxalement, ils favorisent aussi l'achat de vêtements neufs. L'association d'éléments perçus comme vertueux tels que la facilité de transaction ou les modes de livraison écologiques, conduisent certains consommateurs à légitimer des comportements d'achat excessifs, voire contradictoires avec les principes de durabilité. (Dekhili, Achabou & Nguyen, 2024).

La croissance des marchés C2C (de particulier à particulier) en ligne s'est accompagnée d'une augmentation des besoins en matière de transport. Pour un gain de temps et de la commodité, beaucoup de gens choisissent la livraison plutôt que de rencontrer l'acheteur ou le vendeur en personne, même s'ils vivent dans la même ville. (Dragomir, Van Woensel & Doerner, 2022).

5. Réduction de la dissonance cognitive : application à la consommation de seconde main

Comme mentionné précédemment, les plateformes de revente de seconde main, en plus de prolonger la durée de vie des objets, peuvent encourager des comportements d'achat impulsifs et indulgents. Selon Parguel, Lunardo et Benoit-Moreau (2017), ces plateformes offrent un contexte favorable au self-licensing, un mécanisme où les consommateurs justifient leurs achats

excessifs en raison de l'image vertueuse associée à l'achat de seconde main, réduisant ainsi leur dissonance cognitive.

Cette dissonance ne se limite pas aux consommateurs, mais touche aussi les marques elles-mêmes. Certaines grandes enseignes de mode présentent leur entreprise comme fortement engagée envers la durabilité, tout en continuant à promouvoir une consommation rapide et abondante. Cette contradiction entre communication et pratiques peut s'interpréter de deux manières : d'une part, comme une forme de dissonance cognitive organisationnelle, lorsque l'entreprise croit sincèrement en ses engagements malgré des pratiques contraires ; d'autre part, comme une stratégie consciente de greenwashing, visant à améliorer son image sans véritable changement structurel (Gallego-Nicholls et al., 2024).

A l'échelle individuelle, cela peut renforcer le sentiment de confort psychologique chez les consommateurs : si même les grandes marques communiquent "vert" tout en produisant massivement différentes collections tout au long de l'année, alors leur propre consommation en seconde main, même excessive, semble d'autant plus justifiable (Blas Riesgo, 2024) .

Certains usagers valorisent leur recours à la seconde main comme un acte éthique et durable, tout en adoptant des comportements d'achat compulsifs ou d'accumulation. Cette tension est parfois minimisée en comparaison avec les pratiques des grandes enseignes de fast fashion. Le greenwashing pratiqué par certaines marques peut même renforcer , de manière paradoxale, la conviction que la seconde main reste une option préférable (Blas Riesgo, 2024).

Ces contradictions nous invitent à regarder de plus près le fonctionnement de Vinted, une plateforme qui se positionne comme durable, mais qui, dans la réalité, peut parfois encourager des pratiques allant à l'encontre de ses propres engagements.

6. Le cas Vinted: marketing, perception et réalité environnementale

Depuis sa création en 2008, Vinted s'est imposé comme le leader européen du marché de la seconde main avec 105 millions d'utilisateurs dans 15 pays, la France étant son plus grand marché avec 16 millions d'utilisateurs. En 2023, Vinted a enregistré une augmentation de 61 % de son chiffre d'affaires, atteignant 596,3 millions d'euros (Tournais, 2024).

6.1 Modèle et stratégie de communication

Le modèle de Vinted est principalement axé sur la rentabilité économique. Vinted met en avant une approche de l'économie circulaire qui repose uniquement sur la réutilisation (recommerce),

mais ne contribue pas directement à une véritable circularité (recyclage, refabrication) (Tournois, 2024).

En plus de ses arguments économiques, Vinted utilise des arguments écologiques dans sa communication (Tournois, 2024). Par exemple, « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun » (Vinted, s.d).

La communication de Vinted, sous des allures écologiques, repose sur des techniques classiques du marketing digital (UX, bundles, notifications, promotions) qui incitent à consommer plus, ce qui dilue voire annule les bénéfices écologiques attendus du marché de seconde main (Dekhili, Achabou & Nguyen, 2024).

Au-delà de son discours écologique, Vinted construit un récit qui permet de concilier consommation et responsabilité environnementale. Cette « réconciliation mythique » donne aux utilisateurs le sentiment de faire un choix vertueux, même dans le cadre d'une logique marchande (Beyaert-Geslin, 2021).

6.2 Analyse des engagements environnementaux

Selon l'Impact Report de Vinted (2023) , l'achat d'articles de sconde main sur la plateforme aurait permis d'éviter 679 000 tonnes de CO_{2e} cette année-là , soit environ 1,25 kg de CO_{2e} par achat. Toutefois, la plateforme reconnaît que son activité crée aussi des émissions, dont 98% sont générées par les livraisons. Celles-ci ont augmenté entre 2021 (1,28 kg CO_{2e}) et 2023 (1,63 kg CO_{2e}), principalement à cause d'un nouveau modèle de calcul plus précis.

Pour limiter cet impact, Vinted mise sur la livraison en point relais et des options à faible émission de carbone, notamment via sa propre solution logistique *Vinted Go* (Vinted, 2023). Ce service s'inscrit dans une stratégie plus large de Vinted pour renforcer sa crédibilité environnementale (Cardoso, 2024). Toutefois, cette initiative mérite d'être nuancée, car la livraison via point relais était déjà la norme sur la plateforme, et elle est également proposée par d'autres plateformes de revente. La responsable logistique de Vinted a d'ailleurs déclaré : « *Depuis ses débuts, Vinted a proposé la livraison hors domicile, via des consignes ou des relais, un mode de livraison plus économique et écologique* » (Plateforme Magazine, 2023).

Vinted s'inscrit par ailleurs dans une politique climatique alignée avec les objectifs de l'Accord de Paris, visant la neutralité carbone d'ici 2050. Son *Climate Action Plan 2024* prévoit notamment :

- Réduction de 42 % des émissions directes et indirectes (bureaux, data centers...) d'ici 2030.
- Réduction de 52 % par colis pour Vinted Go (transport logistique propre).
- D'ici 2050 : réduction de 97 % par colis et de 90 % des émissions opérationnelles totales.

Si les engagements environnementaux de Vinted marquent des avancées, ils n'effacent pas les paradoxes liés à la consommation sur la plateforme. Comprendre comment les utilisateurs perçoivent et justifient ces contradictions sera central pour évaluer si Vinted favorise une consommation réellement durable ou simplement une déculpabilisation.

7. Conclusion

Cette partie théorique a permis de comprendre les motivations qui poussent à consommer de la seconde main (économie, plaisir, écologie) mais aussi les paradoxes qui en découlent, notamment la surconsommation et les impacts logistiques. L'analyse de la dissonance cognitive a fourni un cadre pour comprendre comment les consommateurs justifient leurs choix, oscillant entre aspiration écologique et comportements impulsifs. Ces éléments apportent un éclairage précieux sur l'écart entre les attitudes déclarées et les pratiques effectives des utilisateurs.

Dans ce contexte, Vinted apparaît comme un cas particulièrement pertinent. Bien qu'elle se positionne comme une solution durable, la plateforme peut encourager des comportements peu responsables. La question de recherche "*Acheter sur Vinted : solution ou déculpabilisation ?*" reste au cœur de la réflexion. La suite du mémoire visera à explorer, à travers une approche empirique, la manière dont les utilisateurs perçoivent leur impact environnemental et les stratégies qu'ils mobilisent pour réduire la dissonance cognitive, afin d'identifier les leviers susceptibles de favoriser une consommation réellement plus responsable.

Partie 2 : Étude qualitative

À la lumière du cadre théorique présenté, une phase exploratoire qualitative a été menée afin de vérifier l'existence de formes potentielles de dissonance cognitive chez les utilisateurs de Vinted, en mettant en évidence les contradictions entre les valeurs (écologiques, éthiques) et leur comportement d'achat. Cette étape visait également à identifier les mécanismes de rationalisation ou de justification morale mobilisés pour atténuer ces tensions.

1. Méthodologie

Un guide d'entretien a été élaboré afin d'encadrer la conduite des interviews. Il sert de base au déroulement des échanges et figure en Annexe 1.

12 entretiens semi-directifs ont été réalisés avec des utilisateurs réguliers de Vinted (18–50 ans), choisissant des profils variés (genre, situation familiale, sensibilité écologique). La saturation théorique a été atteinte. Les entretiens se trouvent en Annexe 2.

Nom	Genre	Âge	Situation	Sensibilité écologique	Motivation d'usage de Vinted
Juan	Homme	50	En couple (3 enfants)	Faible	Économique pour vêtements enfants
Séverine	Femme	43	Ancienne maman célibataire	Modérée (fait attention pour d'autres choses)	Économique , marque à petit prix
Ana	Femme	26	2 enfants	Élevée	Écologique , économique , style
Amaal	Femme	23	Étudiante	Élevé (en progression)	Garde-robe éthique, qualité à petit prix
Jessica	Femme	30	En couple (propriétaire en rénovation)	Élevé	Économique, accès à des marques de qualité à prix abordable
Charlotte	Femme	31	Mariée	Très élevée	Écologique (réemploi), pratique et économique
Florence	Femme	38	Célibataire, 1 enfant	Modéré	Économique
Lucas	Homme	40	En couple , 1 enfant	Faible (non prise en compte dans ses choix)	Plaisir personnel, pièces rares ou vintage
Whislay	Homme	23	Étudiant	Moyenne (en progression)	Économique et éthique

Lucie	Femme	23	Étudiante	Faible à modérée (réflexions)	Économique , pratique
Elisa	Femme	43	Vit seule avec ses animaux	Faible (conscience partielle , pas prioritaire)	Économique
Sophie	Femme	21	Étudiante	Modérée (budget limité , ouverte à progresser)	Économique (accès à des marques)

Tableau 1: Tableau récapitulatif des entretiens

2. Principaux résultats

2.1 Une motivation économique dominante

Chez tous les répondants, quel que soit l'âge ou le profil, l'argument économique reste le facteur principal d'utilisation de Vinted. Les petits prix permettent d'accéder à des vêtements variés, souvent de marque, sans compromettre le budget personnel ou familial. C'est particulièrement déterminant pour les parents, les étudiants, ou ceux avec des moyens plus limités.

Juan : « Évidemment, le prix ben oui si je peux payer 50 % moins cher un vêtement, je préfère le payer 50 % moins cher, s'il me plaît et qu'il est plus ou moins pareil, ben voilà. »

Séverine : « J'ai commencé à acheter sur Vinted parce qu'à un moment j'étais maman solo et j'avais un ado qui voulait des marques. C'était pour moi l'occasion de pouvoir lui acheter des marques sans que ça ne me coûte trop cher. »

Jessica : « Vu qu'on retape la maison nous-mêmes, on ne fait pas de prêt travaux... donc Vinted, c'est super pratique pour trouver des vêtements sympas à petit prix. »

2.2 Une conscience écologique variable

La conscience écologique est présente chez les répondants, mais à des degrés et sous des formes très diverses. Certains montrent un vrai recul et articulent un argument écologique clair : éviter la fast fashion pour réduire leur impact, notamment en CO₂. Pour eux, la seconde main est un choix réfléchi, plus responsable.

Pour d'autres, l'aspect écologique est perçu comme un avantage parmi d'autres, rarement décisif. La seconde main est vue comme « plus écologique », mais pas comme une solution miracle. L'écologie s'ajoute alors à d'autres motivations, plus pratiques ou économiques.

Ana : « Déjà c'est meilleur pour l'environnement d'acheter plutôt de la seconde main. [...] Je me dis que si j'achetais en magasin, le niveau de CO₂ derrière il est catastrophique, donc j'essaie de faire attention à ça. »

Amaal : « Mon utilisation de Vinted se fait surtout pour avoir une garde-robe plus écoresponsable et de long terme. Je veux éviter au maximum la fast fashion. »

Juan : « C'est quand même écologique, peut-être pas 100 %, mais on va dire à 80 %. »

2.3 Le plaisir de consommer et l'expression de soi

Au-delà du prix, Vinted est aussi un espace de plaisir et d'expression de soi. Certains y cherchent des pièces uniques ou stylées, affirmant ainsi leur identité vestimentaire. Le fait de chiner, de composer un style personnel, donne du sens à l'achat, bien au-delà de l'aspect pratique.

Ce rapport plus affectif et esthétique à la consommation traduit un usage détourné de la seconde main : non plus seulement pour « faire une bonne affaire », mais pour affirmer sa singularité, notamment chez les jeunes.

Ana : « J'essaie maintenant d'avoir un style plus coloré. [...] Sur Vinted je trouve plus facilement ce que je cherche que dans les magasins. »

Lucas : « J'aime bien dénicher des fringues un peu originales, vintage parfois. [...] Ce n'est pas que pour économiser. »

2.4 Une tension cognitive entre valeurs et pratiques

Les entretiens révèlent une tension manifeste entre les valeurs environnementales exprimées par les répondants et leurs comportements d'achat sur Vinted. Cette dissonance cognitive (Festinger, 1957) se manifeste notamment chez les individus sensibles à l'écologie, confrontés à des achats perçus comme excessifs ou impulsifs.

Ana, par exemple, reconnaît une contradiction entre ses convictions et ses habitudes de consommation :

« J'ai eu une prise de conscience, mais je ne suis pas non plus irréprochable. [...] J'essaye de limiter, mais je continue d'acheter souvent. »

Lucie partage ce même tiraillement :

« *Je sais qu'il y a un problème de la surconsommation dans notre société. Et ça, c'est quelque chose que j'aimerais bien travailler sur moi et faire attention aux vêtements. Et éviter que je surconsomme pour rien.* ». Ce verbatim exprime clairement une dissonance entre des convictions écologiques affirmées et un comportement perçu comme problématique, avec une volonté explicite de changement.

Pour atténuer ce malaise, les utilisateurs mobilisent différentes stratégies de rationalisation, que la littérature qualifie de techniques de neutralisation (Sykes & Matza, 1957 ; Antonetti & Maklan, 2014) ou de self-licensing.

Certains invoquent des justifications économiques, comme Séverine suggérant que l'économie réalisée compense la fréquence accrue des achats. « *On se dit : j'ai un budget, j'achète moins cher, donc je peux en avoir deux* ».

Une autre forme de justification repose sur la réduction perçue du choix. Certains répondants expliquent leurs écarts à leurs valeurs par un manque d'alternatives réellement durables ou accessibles. Ce sentiment de contrainte permet de déplacer la responsabilité hors d'eux-mêmes. Amaal déclare : « *C'est difficile de trouver des alternatives vraiment durables à un prix abordable* », tandis que Charlotte évoque les limites de l'offre locale. Cette rationalisation contribue à atténuer la dissonance sans la résoudre pleinement.

Sophie, étudiante, exprime cette même tension : « *C'est important pour moi mais je pense que ça coûte plus cher d'acheter des produits qui sont meilleurs pour l'environnement, les plus locaux et tout. Et donc même si c'est important d'un côté, le fait est que comme je suis encore étudiante, j'ai pas nécessairement les moyens de payer plus cher pour aller dans des trucs plus locaux et le choix est moins grand aussi souvent.* » Cette déclaration illustre une stratégie de rationalisation fondée à la fois sur des contraintes économiques et une offre perçue comme limitée, permettant de justifier un écart entre valeurs et actes sans renier son engagement écologique.

Enfin, le discours sur l'impact écologique supposé joue un rôle apaisant. Juan considère que « *c'est quand même écologique, peut-être pas 100 %, mais on va dire à 80 %* », exprimant une minimisation des conséquences.

Au total, ces justifications permettent aux utilisateurs de réconcilier leurs valeurs avec leurs actes, et soutiennent l'idée que la plateforme Vinted offre une forme de légitimation morale à la consommation, même lorsqu'elle est excessive.

2.5 Limites perçues de l'impact écologique

La plupart reconnaissent que l'aspect écologique mis en avant par Vinted a du sens, mais que ce message devrait être traité avec plus de nuances. Certains apprécient qu'on valorise le recyclage, d'autres restent sceptiques sur l'empreinte réelle du modèle, surtout à cause du transport et de la logique de plateforme.

Florence : C'est bien parce qu'il y a de la réutilisation de choses qui ne servent à personne. Mais au point de vue du transport et des colis, je ne sais pas si c'est si vert que ça. »

Lucas : « Au niveau des livraisons, etc., suivant qu'on commande via Mondial Relay ou Homer, parfois, ça prend des plombes, etc. Parce que le colis va d'abord au Pays-Bas, avant de redescendre en Belgique, etc. Donc, je suis pas sûr qu'au niveau de l'environnement, ce soit si top que ça, quoi. »

Lucie : « Mais oui, l'aspect transport est plutôt l'aspect négatif. »

2.6 Une écologie instrumentalisée

Enfin, face aux limites environnementales de la seconde main, de nombreux répondants mobilisent des justifications pour atténuer leur culpabilité : même s'ils achètent beaucoup, ils estiment que c'est toujours mieux que d'acheter neuf. Cette logique leur permet de se sentir en accord avec leurs valeurs.

Mais cette forme de rationalisation peut aussi masquer une contradiction. Acheter fréquemment, même d'occasion, n'est pas toujours compatible avec une démarche écologique. En valorisant le réemploi, certains finissent par légitimer une consommation excessive, loin des principes de sobriété qu'ils revendiquent.

Juan : « Parce que même si les gens devraient se déplacer pour aller chercher la marchandise, ils devraient quand même utiliser un moyen de transport, on ne sait pas toujours utiliser un vélo ni aller à pied. Donc malgré tout, le coefficient zéro n'existe pas. Mais c'est déjà mieux que de faire construire des vêtements dans des usines. C'est toujours ça de gagner malgré tout mais bon aucun système n'est parfait. »

Charlotte : « Je pense que le mieux, c'est d'acheter dans des magasins physiques de seconde main tout près de chez soi. Mais ça limite aussi encore plus le choix, les tailles. Donc un jour, peut-être. Mais à l'heure actuelle, je pense que c'est quand même mieux que les grosses chaînes d'acheter neuf. »

Whislay : « Donc malgré tout, même s'il peut y avoir des excès d'achats, je suis quand même content parce que je sais que ça peut aider l'environnement à se sentir mieux, à aller mieux. »

L'analyse qualitative exploratoire a permis de faire émerger des éléments clés dans les discours des utilisateurs, servant ainsi de base à la formulation des hypothèses de recherche.

Partie 3 : Étude quantitative

Sur base de ces tensions identifiées dans l'analyse qualitative, les hypothèses suivantes visent à explorer les facteurs qui influencent la dissonance post-achat et la fréquence de consommation.

1. Élaboration des hypothèses

L'élaboration des hypothèses de recherche s'appuie sur les modèles théoriques issus de la littérature et sur les résultats exploratoires de la phase qualitative. Cette approche mixte permet de renforcer la validité des hypothèses, en intégrant des dimensions concrètes et subjectives rapportées par les utilisateurs de Vinted. La transition entre analyse qualitative et quantitative illustre ici une démarche de recherche inductive et ancrée dans les pratiques réelles, en cohérence avec les objectifs de ce travail.

1.1 Hypothèse 1

a) Arguments théoriques

Les individus engagés écologiquement cherchent à agir en cohérence avec leurs valeurs (White et al., 2019). Or, selon la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957), un écart entre convictions et comportements provoque un inconfort psychologique. Ainsi, même si Vinted est perçue comme une alternative plus durable, les consommateurs très engagés peuvent tout de même ressentir un malaise si leur consommation sur la plateforme entre en contradiction avec leurs principes écologiques. Cette tension entre valeurs et comportements peut être interprétée comme une dissonance cognitive (Ek Styvén & Mariani, 2020 ; Antonetti & Maklan, 2014).

b) Arguments empiriques

Les entretiens illustrent cette dynamique. Par exemple, Ana manifeste une dissonance, elle confie : « *Je me suis vraiment dit : mais est-ce que j'en ai vraiment besoin en fait ?* », révélant un questionnement intérieur lié à un écart perçu entre achat et nécessité réelle, typique de la dissonance cognitive.

Lucie exprime un sentiment similaire : « *Je sais qu'il y a un problème de surconsommation dans notre société [...] c'est quelque chose que j'aimerais bien travailler sur moi. Et éviter que je surconsomme pour rien.* ». Ce verbatim illustre la même tension entre convictions écologiques et pratiques actuelles, avec une volonté explicite de changement, caractéristique de la dissonance cognitive.

Elle exprime également un doute sur la réelle durabilité du modèle : « *C'est bien de faire de la seconde main, tout ça. Mais je ne sais pas si c'est non plus plus durable [...], le transport ça pollue quand même pas mal, je crois.* » Cette prise de recul illustre un inconfort généré par un décalage entre les valeurs écologiques et la réalité perçue de l'achat sur Vinted.

À l'inverse, certains répondants moins concernés par les enjeux écologiques évoquent davantage des motivations pratiques ou économiques, et ne semblent pas affectés par un conflit de valeurs. Juan explique ainsi : « *Je pensais juste pour payer moins cher, [...]. Mais voilà, je ne pense pas spécialement à la planète.* » illustrant une absence de tension entre comportement et valeurs, puisque celles-ci ne sont pas fondées sur une logique écologique.

Cela confirme que plus l'engagement écologique est élevé, plus la dissonance cognitive peut émerger si les comportements d'achat ne sont pas perçus comme pleinement cohérents avec les valeurs personnelles.

⇒ H1 : Plus l'engagement écologique des consommateurs est élevé, plus ils ressentent une dissonance cognitive liée à leurs achats sur Vinted.

1.2 Hypothèse 2

L'hypothèse 1 a mis en évidence que plus l'engagement écologique d'un consommateur est fort, plus il peut ressentir une dissonance cognitive liée à ses achats sur Vinted. Cependant, cette relation semble s'expliquer en partie par la manière dont ces consommateurs perçoivent la plateforme. En effet, les individus fortement engagés écologiquement tendent à avoir une vision plus critique de l'impact environnemental réel de Vinted, ce qui affaiblit son image écologique perçue. Cette image plus négative renforce le sentiment d'incohérence, et donc la dissonance cognitive.

L'hypothèse 2 propose ainsi que l'image écologique perçue de Vinted médie cette relation.

a) Arguments théoriques :

Selon la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957), plus l'engagement écologique est élevé, plus un écart entre valeurs et comportements d'achat génère un malaise. L'image écologique perçue de Vinted peut atténuer cette dissonance en servant de justification morale (White et al., 2019). En revanche, lorsque cette image est faible, elle ne parvient plus à jouer ce rôle, et la dissonance augmente (Parguel et al., 2017 ; Dekhili et al., 2024).

⇒ H2 : L'image écologique perçue de Vinted médie la relation positive entre l'engagement écologique et la dissonance cognitive : un engagement écologique plus fort conduit à une perception plus critique de l'image écologique de Vinted, ce qui augmente la dissonance cognitive.

1.3 Hypothèse 3

a) Arguments théoriques :

Selon Festinger (1957), la dissonance cognitive résulte d'un écart entre les valeurs personnelles et les comportements adoptés. Dans le cadre de la consommation responsable, une communication perçue comme crédible peut atténuer cette tension en servant de justification externe. Ainsi, si l'image écologique de Vinted est jugée sincère et fiable, elle renforce la cohérence perçue entre les convictions écologiques du consommateur et son acte d'achat, réduisant ainsi la dissonance post-achat (Antonetti & Maklan, 2014).

b) Arguments empiriques :

Plusieurs entretiens illustrent ce phénomène. Jessica souligne qu'une communication perçue comme trop superficielle peut nuire à la cohérence ressentie : « *Si on creuse plus loin, ça retire peut-être le côté quand même écologique.* » Ana affirme que le recours à Vinted lui permet de « *se donner bonne conscience* », soulignant l'importance du message écologique pour justifier ses achats. Amaal partage cette perception : « *Quand je pense à Vinted, l'image qui est le plus mise en avant, c'est l'écoresponsabilité* », ce qui montre que l'image verte de la plateforme contribue à renforcer la cohérence entre valeurs et comportements. Même Juan, peu sensible à l'écologie, justifie ses achats en évoquant que « *c'est quand même un peu écologique* », illustrant que la crédibilité perçue suffit parfois à réduire la dissonance.

En résumé, la crédibilité de la communication écologique joue un rôle essentiel pour aider les consommateurs à se sentir en accord avec leurs valeurs, réduisant ainsi leur dissonance post-achat.

⇒ H3 : Plus l'image écologique de Vinted est crédible, plus la dissonance cognitive post-achat est faible.

Afin d'approfondir cette relation entre la crédibilité perçue de l'image écologique de Vinted et la dissonance post-achat, l'hypothèse H4 introduit une variable modératrice : le niveau d'engagement écologique du consommateur.

1.4 Hypothèse 4

a) Arguments théoriques :

Les individus fortement engagés sur le plan écologique recherchent une forte cohérence entre leurs valeurs et leurs comportements (White et al., 2019). Lorsqu'ils perçoivent la communication écologique d'une marque comme peu crédible, cette incohérence génère une dissonance plus marquée (Festinger, 1957). À l'inverse, les consommateurs faiblement engagés sont moins sensibles à la crédibilité du message, car l'écologie ne constitue pas un repère identitaire central (Parguel et al., 2017 ; Dekhili et al., 2024). L'engagement écologique vient ainsi amplifier l'effet de la crédibilité perçue sur la dissonance post-achat.

b) Arguments empiriques :

Charlotte incarne ce profil : « *L'éco-responsabilité. C'est le fait de ne pas acheter un vêtement neuf juste pour dire que j'ai acheté un vêtement neuf.* » Pour elle, Vinted permet de rester fidèle à ses convictions, et la communication durable de la plateforme renforce ce sentiment de cohérence.

Jessica va dans le même sens : « *Si c'est utilisé intelligemment, ça peut aider.* » Sa sensibilité écologique rend la communication environnementale de Vinted d'autant plus significative, en consolidant son engagement éthique.

À l'inverse, chez les individus dont l'identité écologique est moins marquée, l'effet de cette communication est plus limité. Leurs motivations étant davantage tournées vers le prix, la praticité ou le choix, le message écologique agit moins fortement comme facteur de réduction de dissonance.

⇒ H4 : L'engagement écologique modère la relation entre la crédibilité de l'image écologique de Vinted et la dissonance cognitive post-achat : plus le consommateur est engagé écologiquement, plus la crédibilité perçue accentue la dissonance.

1.5 Hypothèse 5

a) Arguments théoriques :

Lorsque les consommateurs perçoivent l'achat d'occasion comme un acte bénéfique pour l'environnement, en prolongeant la vie des produits, en luttant contre la fast fashion ou en limitant le gaspillage, ils le considèrent comme moralement acceptable (Guiot & Roux, 2010 ; Ek Styvén & Mariani, 2020). Cette valorisation morale permet de justifier les achats, y compris impulsifs ou répétés, tout en limitant la dissonance ressentie entre comportements de consommation et valeurs écologiques (Festinger, 1957). Ce processus repose sur un mécanisme de justification morale, parfois assimilé à du self-licensing, par lequel le sentiment d'avoir agi de manière responsable donne au consommateur une forme de permission morale à continuer à consommer (Parguel et al., 2017). Ainsi, la justification morale agit comme médiateur entre la perception écologique de l'achat et la réduction de la dissonance cognitive.

b) Arguments empiriques :

Plusieurs entretiens confirment ce rôle de la justification morale. Charlotte perçoit l'achat d'occasion comme un compromis acceptable : « *Je pense que c'est quand même mieux que les grosses chaînes d'acheter neuf* », illustrant une forme de légitimation éthique malgré des concessions pratiques.

Ana relativise l'impact écologique de la livraison, affirmant : « *Il y a de l'exportation [...] mais je pense qu'au niveau de l'empreinte carbone, elle n'augmente pas plus qu'un camion qui part avec trois colis dedans.* » Cette justification montre comment une perception maîtrisée de l'impact environnemental permet de maintenir une cohérence morale, et ainsi de réduire la dissonance post-achat. Elles montrent bien le rôle médiateur du discours moral entre la perception écologique de l'acte et la cohérence ressentie.

⇒ H5 : La perception de l'achat sur Vinted comme écologique réduit la dissonance cognitive post-achat, un effet médié par des justifications morales.

1.6 Hypothèse 6

a) Arguments théoriques

Le self-licensing décrit un mécanisme par lequel un comportement perçu comme vertueux permet de justifier des choix moins cohérents par la suite (Parguel et al., 2017). Appliqué à Vinted, le fait d'acheter d'occasion, perçu comme écologique (Guiot & Roux, 2010 ; Ek Styvén & Mariani, 2020), peut donner au consommateur le sentiment d'agir moralement. Cette perception renforce une forme de permission intérieure à consommer plus librement, sans

culpabilité. Ainsi, la valorisation écologique de l'achat favorise une consommation plus fréquente, portée par une logique de justification morale.

b) Arguments empiriques ;

Plusieurs témoignages illustrent ce phénomène de consommation encouragée par le sentiment d'avoir fait un « bon geste ». Ana affirme : « *Je pense que c'est aussi une façon de faire attention à la planète, même si ce n'est pas parfait* », ce qui suggère qu'elle perçoit ses achats comme bénéfiques, justifiant ainsi leur fréquence. De même, Charlotte indique que même si Vinted n'est pas l'alternative la plus éthique possible, elle reste préférable aux grandes chaînes, ce qui conforte son comportement d'achat. Enfin, Séverine compare l'usage de Vinted à d'autres formes de consommation impulsive : « *Comme avec l'exemple d'Action, tout le monde rentre pour acheter un truc et ressort avec 10* », montrant que malgré une surconsommation, l'argument écologique ou économique permet de la rationaliser. Ces extraits traduisent une forme de self-licensing : la perception de l'achat comme écologique sert de justification à une consommation fréquente voire excessive.

⇒ H6 : Le lien entre la perception d'un achat comme écologique et une consommation plus fréquente sur Vinted est médiatisé par un mécanisme de self-licensing : la perception d'un achat comme écologique augmente le recours au self-licensing, ce qui conduit à une consommation plus fréquente sur Vinted.

2. Récapitulatif des hypothèses

<u>Hypothèse</u>	<u>Relation testée (nos variables)</u>	<u>Type d'effet</u>
H1 : Plus l'engagement écologique est élevé, plus la dissonance cognitive est forte.	Engagement écologique → Dissonance cognitive	Effet direct
H2 : L'image écologique perçue de Vinted médie la relation positive entre l'engagement écologique et la dissonance cognitive : un engagement écologique plus fort conduit à une perception plus critique de l'image écologique de Vinted, ce qui augmente la dissonance cognitive.	Engagement écologique → Image écologique perçue → Dissonance cognitive	Effet de médiation
H3 : Plus l'image écologique de Vinted est crédible, plus la dissonance cognitive post-achat est faible.	Crédibilité image écologique → Dissonance cognitive	Effet direct

H4 : L'engagement écologique modère la relation entre la crédibilité de l'image écologique de Vinted et la dissonance cognitive post-achat : plus le consommateur est engagé écologiquement, plus la crédibilité perçue accentue la dissonance.	Crédibilité × Engagement écologique → Dissonance cognitive	Effet de modulation
H5 : La perception de l'achat sur Vinted comme écologique réduit la dissonance cognitive post-achat, un effet médié par des justifications morales.	Achat perçu comme écologique → Justification morale → Dissonance cognitive	Effet de médiation
H6 : Le lien entre la perception d'un achat comme écologique et une consommation plus fréquente sur Vinted est médiatisé par un mécanisme de self-licensing : la perception d'un achat comme écologique augmente le recours au self-licensing, ce qui conduit à une consommation plus fréquente sur Vinted.	Achat perçu comme écologique → Self-licensing → Fréquence consommation	Effet de médiation

Tableau 2: Récapitulatif des hypothèses

3. Échelles de mesure

Afin de tester les hypothèses formulées, il est essentiel de pouvoir mesurer les différentes variables de notre étude. Nous avons utilisé des instruments de mesure provenant de la littérature, que nous avons adaptés à notre contexte spécifique. Nous utilisons principalement des échelles de Likert à 5 points. Les items sont présentés en Annexe 3. Chaque variable a été définie à l'aide d'un outil validé, comme indiqué dans le tableau 3 ci-dessous.

Variables	Sources	Nombre d'items
Engagement écologique	Roberts & Bacon (1997)	11
Dissonance cognitive liée aux achats sur Vinted	Bardhi & Arnould (2005)	5
Image écologique perçue de Vinted	Baumann et al. (2020) Hartmann et al. (2009)	5
Crédibilité de l'image de Vinted	Ohanian (1990)	11
Achat perçu comme écologique	Hamari et al. (2016)	5
Justification morale	Bandura et al. (1996) Parguel et al. (2017)	5

Mécanisme de self -licensing	Mazar & Zhong (2010) Parguel et al. (2017)	4
Fréquence de consommation	Yang et al., 2020 Delarue et al., 2022	4

Tableau 3: Echelles de mesure

4. Élaboration du questionnaire

Le questionnaire a été conçu sur la plateforme Qualtrics (Annexe 4). Les questions suivent les échelles de mesure précédemment présentées, mais dans un ordre différent afin de ne pas influencer les réponses des participants. Les participants ont été informés de manière claire du caractère volontaire, anonyme et confidentiel de leur participation, dans le respect du RGPD. Leur consentement éclairé a été requis avant le début de l'enquête.

5. Échantillon

Afin de collecter les données nécessaires à l'analyse quantitative, le questionnaire a été diffusé en ligne, principalement via les réseaux sociaux tels que Facebook et LinkedIn. Cette méthode de diffusion a permis de toucher un large public, et ainsi d'obtenir un total initial de 150 répondants. Toutefois, un nettoyage des données a été nécessaire pour garantir la qualité des réponses. Nous avons exclu de l'échantillon final les participants qui n'ont pas répondu à l'ensemble du questionnaire, ceux qui n'ont pas accepté de poursuivre après l'introduction, ainsi que les personnes ayant mal répondu aux questions filtres.

Après ces exclusions, l'échantillon final se compose de 111 répondants exploitables. Toutes les tranches d'âge y sont représentées, avec une majorité de participants âgés de 18 à 24 ans (36 %). Concernant le genre, 79 % des répondants s'identifient comme des femmes, 21 % comme des hommes.

6. Analyse de la fiabilité, validité et dimensionnalité des échelles de mesure

Pour évaluer la validité et la fiabilité des échelles, une analyse en composantes principales (ACP) est réalisée. La validité de l'ACP est confirmée si l'indice KMO est supérieur à 0,5, indiquant une bonne corrélation entre les items. La fiabilité des échelles est mesurée par l'alpha de Cronbach, qui doit dépasser 0,7 pour être jugée satisfaisante. Enfin, la dimensionnalité des échelles est considérée adéquate si la variance expliquée est supérieure à 60 % (Ducarroz et Sinigaglia, 2024).

Voici le récapitulatif des résultats des analyses statistiques présentées en Annexe 5, incluant l'ACP, l'indice KMO, l'alpha de Cronbach et le pourcentage de variance expliquée. Certains items ont été supprimés afin d'améliorer la validité et la fiabilité des échelles, comme détaillé également dans l'annexe. Les items retirés présentaient soit une formulation trop générale ou ambiguë, soit une corrélation trop faible avec les autres items de leur échelle. Leur suppression n'a pas altéré la validité de contenu des échelles, car les dimensions centrales de chaque concept restent bien couvertes par les items conservés. Ces ajustements ont permis d'optimiser la cohérence interne des mesures tout en restant fidèle à la littérature théorique mobilisée.

Variable	KMO	%Variance	Alpha de Cronbach	Nb d'items initiaux	Nb items finaux
Fréquence de consommation	0,6809	69,83%	0,7815	4	3
Image écologique perçue de Vinted	0,8309	66,67%	0,8739	5	5
Crédibilité de l'image de Vinted	0,8940	64%	0,9186	11	8
Achat perçu comme écologique	0,6262	63,89%	0,7156	5	3
Dissonance cognitive liée aux achats sur Vinted	0,6628	60,99%	0,7859	5	4
Justification morale	0,7733	65,85%	0,8238	5	4
Mécanisme self-licensing	0,8000	64,93%	0,8192	4	4
Engagement écologique	0,8136	60,99%	Dimension 1 : 0,8360 Dimension 2 : 0,6368	11	8

Tableau 4: Résultats des analyses statistiques de fiabilité, de validité et de dimensionnalité des échelles de mesures

7. Analyse des hypothèses

7.1 Analyse de l'hypothèse 1

Hypothèse 1 : Plus l'engagement écologique des consommateurs est élevé, plus ils ressentent une dissonance cognitive liée à leurs achats sur Vinted .

Pour tester cette hypothèse, nous avons effectué une régression linéaire sur SPSS pour voir s'il existe une relation entre l'engagement écologique des consommateurs et la dissonance cognitive liée à leurs achats sur Vinted. Les tableaux de l'analyse se trouvent en Annexe 6.

H₀ : Il n'y a aucune relation entre l'engagement écologique et la dissonance cognitive.

H₁ : Il existe une relation significative entre l'engagement écologique et la dissonance cognitive.

Le coefficient de détermination R² est de 0,035, ce qui signifie que seulement 3,5 % de la variance de la dissonance cognitive est expliquée par l'engagement écologique. Le coefficient bêta de l'engagement écologique est de 0,186 et sa p-valeur est de 0,051, soit légèrement au-dessus du seuil de 0,05.

D'un point de vue strict, cette relation n'est pas statistiquement significative au seuil de 5 %, et l'hypothèse nulle ne peut donc pas être rejetée. L'hypothèse 1 n'est pas confirmée à ce stade. Toutefois, la proximité immédiate du seuil ($p = 0,051$) peut être interprétée comme une tendance marginalement significative, suggérant une possible relation positive entre l'engagement écologique et la dissonance cognitive.

7.2 Analyse de l'hypothèse 2

Hypothèse 2 : L'image écologique perçue de Vinted médie la relation positive entre l'engagement écologique et la dissonance cognitive : un engagement écologique plus fort conduit à une perception plus critique de l'image écologique de Vinted, ce qui augmente la dissonance cognitive.

Les variables sont définies comme suit :

X = engagement écologique

M = image écologique

Y = dissonance cognitive

Avec la méthode de Baron et Kenny, nous devons remplir 4 conditions. Cependant, nous ne remplissons pas la première condition suite à l'analyse de l'hypothèse 1 où l'engagement écologique (X) n'a pas un effet significatif sur Y. Donc selon cette méthode, il n'y a pas de médiation possible.

Mais une méthode plus moderne existe qui dit qu'une médiation peut exister même si l'effet total ($X \rightarrow Y$) n'est pas significatif, tant que l'effet indirect ($X \rightarrow M \rightarrow Y$) l'est. Cette méthode est la méthode PROCESS de Hayes. Les tableaux de cette analyse sont réalisés sur SPSS et sont en Annexe 7.

La première étape est de calculer l'effet de X sur M : l'effet de l'engagement écologique de l'acheteur sur l'image écologique de Vinted. Le coefficient est de 0,2122 et la p-value est à

0,0489. Cela signifie que l'engagement écologique a un effet direct significatif sur l'image écologique de Vinted.

La deuxième étape consiste à calculer l'effet de M sur Y : l'effet de l'image écologique de Vinted sur la dissonance cognitive. Le coefficient est de 0,1588 et la p-value est à 0,1454. Cela veut dire que l'image écologique de Vinted n'a pas d'effet direct significatif sur la dissonance cognitive.

La troisième étape est de calculer l'effet direct de X sur Y : l'effet de l'engagement écologique de l'acheteur Vinted sur la dissonance cognitive liée à son achat. Le coefficient est de 0,2052 et la p-value est à 0,0970. Donc l'effet direct est non significatif.

La quatrième étape mesure l'effet total de l'engagement écologique sur la dissonance cognitive. Le coefficient est de 0,2389 avec une p-valeur de 0,0509. Cet effet n'est pas significatif au seuil conventionnel de 5 %, mais il peut être considéré comme marginalement significatif, traduisant une tendance positive à explorer plus en détail dans des recherches ultérieures.

La dernière étape calcule l'effet indirect de X sur Y. L'intervalle de confiance bootstrap pour l'effet indirect inclut 0 [-0,0176 ; 0,0977], ce qui indique que l'effet indirect n'est pas statistiquement significatif à 95 %.

Ces résultats ne permettent pas de valider l'hypothèse 2, bien que certains résultats montrent des pistes à approfondir, notamment en élargissant l'échantillon ou en mobilisant d'autres variables explicatives. Donc, l'image écologique ne joue pas un rôle de médiateur significatif dans la relation entre l'engagement écologique et la dissonance cognitive, selon les analyses effectuées via le modèle PROCESS.

7.3 Analyse de l'hypothèse 3

Hypothèse 3 : Plus l'image écologique de Vinted est crédible, plus la dissonance cognitive post-achat est faible.

Pour tester cette hypothèse, nous avons effectué une régression linéaire sur SPSS pour voir s'il existe une relation entre la crédibilité de l'image écologique de Vinted pour les consommateurs et la dissonance cognitive liée à leurs achats sur Vinted. Les tableaux de l'analyse se trouvent en Annexe 8.

H₀ : Il n'existe pas de relation significative entre la crédibilité de l'image écologique et la dissonance cognitive.

H₁ : Il existe une relation significative entre la crédibilité de l'image écologique et la dissonance cognitive.

Le coefficient de détermination R^2 est de 0,037, ce qui signifie que seulement 3,7 % de la variance de la dissonance cognitive est expliquée par la crédibilité de l'image écologique de Vinted. Le coefficient bêta de l'engagement écologique est de 0,193 et sa p-valeur est de 0,043, soit inférieure au seuil de 0,05. La relation est donc statistiquement significative.

Cependant, la direction de la relation est contraire à celle anticipée : la crédibilité perçue de l'image écologique de Vinted est positivement corrélée à la dissonance cognitive. Cette observation ne soutient donc pas l'hypothèse formulée, qui prévoyait une relation négative. H3 n'est donc pas confirmée.

7.4 Analyse de l'hypothèse 4

Hypothèse 4 : L'engagement écologique modère la relation entre la crédibilité de l'image écologique de Vinted et la dissonance cognitive post-achat : plus le consommateur est engagé écologiquement, plus la crédibilité perçue accentue la dissonance.

L'analyse de cette hypothèse a été réalisée à l'aide du modèle de modération simple (modèle 1) du macro PROCESS de Hayes sous SPSS. Les tableaux de résultats détaillés issus de cette analyse sont présentés en Annexe 9.

Les variables sont définies comme suit :

X = crédibilité de l'image de Vinted

W = engagement écologique

Y = dissonance cognitive

L'interaction entre la variable indépendante (la crédibilité de l'image de Vinted) et le modérateur (l'engagement écologique) n'est pas significative au seuil conventionnel de 0,05 ($B = 0,2919$ $p = 0,0666$), ce qui suggère qu'il n'y a pas de preuve statistiquement concluante d'un effet modérateur. Toutefois, cette valeur proche du seuil peut indiquer une tendance à la modération, qui mériterait d'être explorée davantage dans des études futures.

Le tableau des effets conditionnels du prédicteur principal (la crédibilité de l'image de Vinted) à différents niveaux du modérateur (l'engagement écologique) :

- À un faible niveau d'engagement écologique (2,75) : L'effet de X sur Y est négatif mais non significatif ($p = 0,7832$), donc aucune relation détectée.

- À un niveau moyen de d'engagement écologique (3,625) : L'effet est positif mais marginalement significatif ($p = 0,0956$), ce qui suggère une tendance mais pas une preuve solide.
- À un niveau élevé d'engagement écologique (4,26) : l'effet de X sur Y est positif et significatif ($B = 0,3874$, $P\text{-value} = 0,0096$). Cela signifie que lorsque l'engagement écologique est élevé, la crédibilité de l'image de Vinted a un effet positif sur la dissonance cognitive post-achat.

Les résultats ne permettent pas de valider pleinement l'hypothèse H4, bien que des éléments suggèrent une tendance modératrice : l'effet de la crédibilité perçue sur la dissonance cognitive devient significatif uniquement à des niveaux élevés d'engagement écologique.

7.5 Analyse de l'hypothèse 5

Hypothèse 5 : La perception de l'achat sur Vinted comme écologique réduit la dissonance cognitive post-achat, un effet médié par des justifications morales.

Les variables sont définies comme suit :

X = Achat perçu comme écologique

M = Justifications morales

Y = Dissonance cognitive

Nous utilisons la méthode PROCESS de Hayes. Les tableaux de cette analyse sont réalisés sur SPSS et sont en Annexe 10.

La première étape est de calculer l'effet de X sur M : l'effet de l'achat perçu comme écologique sur Vinted sur les justifications morales. Le coefficient est de 0,3857 et la p-value est à 0. Cela signifie que l'achat perçu comme écologique sur Vinted a un effet direct significatif sur les justifications morales.

La deuxième étape consiste à calculer l'effet de M sur Y : l'effet des justifications morales sur la dissonance cognitive post-achat. Le coefficient est de 0,2278 et la p-value est à 0,1171. Cela veut dire que les justifications morales n'ont pas d'effet direct significatif sur la dissonance cognitive post-achat sur Vinted.

La troisième étape est de calculer l'effet direct de X sur Y : l'effet de l'achat perçu comme écologique de l'acheteur Vinted sur la dissonance cognitive liée à son achat. Le coefficient est de 0,1334 et la p-value est à 0,3250. Donc l'effet direct est non significatif.

La quatrième étape mesure l'effet total de X sur Y. Le coefficient est de 0,2213 et la p-value est à 0,0765. L'achat perçu comme écologique sur Vinted n'a pas d'impact significatif sur la dissonance cognitive post-achat.

La dernière étape calcule l'effet indirect de X sur Y. L'intervalle de confiance bootstrap pour l'effet indirect inclut 0 [-0,0507 ; 0,2522], ce qui indique que l'effet indirect n'est pas statistiquement significatif à 95 %.

Ces résultats ne permettent pas de valider l'hypothèse 5. Les justifications morales ne jouent pas un rôle médiateur significatif dans la relation entre l'achat perçu comme écologique sur Vinted et la dissonance cognitive post-achat, selon les analyses effectuées via le modèle PROCESS.

7.6 Analyse de l'hypothèse 6

Hypothèse 6 : Le lien entre la perception d'un achat comme écologique et une consommation plus fréquente sur Vinted est médiatisé par un mécanisme de self-licensing : la perception d'un achat comme écologique augmente le recours au self-licensing, ce qui conduit à une consommation plus fréquente sur Vinted.

Les variables sont définies comme suit :

X = Achat perçu comme écologique

M = Mécanismes de self-licensing

Y = Fréquence de consommation

Nous utilisons la méthode PROCESS de Hayes. Les tableaux de cette analyse sont réalisés sur SPSS et sont en Annexe 11.

La première étape est de calculer l'effet de X sur M : l'effet de l'achat perçu comme écologique sur Vinted sur les mécanismes de self-licensing. Le coefficient est de 0,5220 et la p-value est à 0. Cela signifie que l'achat perçu comme écologique sur Vinted a un effet direct significatif sur les mécanismes de self-licensing.

La deuxième étape consiste à calculer l'effet de M sur Y : l'effet des mécanismes de self-licensing sur la fréquence de consommation sur Vinted. Le coefficient est de 0,3658 et la p-value est à 0,0026. Cela veut dire que les justifications morales ont un effet direct significatif sur la fréquence de consommation sur Vinted.

La troisième étape est de calculer l'effet direct de X sur Y : l'effet de l'achat perçu comme écologique de l'acheteur Vinted sur la fréquence de consommation. Le coefficient est de 0,1203 et la p-value est à 0,4261. Donc l'effet direct est non significatif.

La quatrième étape mesure l'effet total de X sur Y. Le coefficient est de 0,3112 et la p-value est à 0,0310. L'achat perçu comme écologique sur Vinted a un impact significatif sur la fréquence d'achat.

La dernière étape calcule l'effet indirect de X sur Y. L'intervalle de confiance bootstrap pour l'effet indirect n'inclut pas 0 [0,0598 ; 0,3828], ce qui indique que l'effet indirect est statistiquement significatif à 95 %.

Ces résultats ne permettent pas de valider l'hypothèse 5. Les justifications morales ne jouent pas un rôle médiateur significatif dans la relation entre l'achat perçu comme écologique sur Vinted et la dissonance cognitive post-achat, selon les analyses effectuées via le modèle PROCESS.

L'hypothèse 6 est confirmée : le lien entre la perception écologique d'un achat sur Vinted et une consommation plus fréquente sur la plateforme est bien médié par le self-licensing. Cela signifie que les consommateurs qui perçoivent leurs achats sur Vinted comme écologiques ont davantage tendance à se livrer à du self-licensing, ce qui les conduit à consommer plus fréquemment sur la plateforme.

8. Conclusion

Parmi les six hypothèses testées, seule l'hypothèse 6 est pleinement confirmée, révélant un effet médiateur du self-licensing. Les autres hypothèses ne sont pas validées de manière significative, bien que certaines présentent des tendances marginales intéressantes. Ces résultats suggèrent des mécanismes psychologiques complexes et ouvrent la voie à des recherches futures plus approfondies.

Discussion et conclusion

Ce mémoire s'est attaché à comprendre si les comportements d'achat sur la plateforme Vinted relèvent d'une véritable démarche écoresponsable ou s'ils constituent principalement un mécanisme de déculpabilisation face à une consommation toujours aussi soutenue. En mobilisant la théorie de la dissonance cognitive, ce travail a permis d'éclairer les tensions ressenties par les consommateurs entre leurs valeurs écologiques et leurs pratiques effectives.

Une double approche méthodologique, qualitative puis quantitative, a permis de construire et tester six hypothèses.

L'hypothèse 1 n'a pas été validée statistiquement. Elle supposait qu'un engagement écologique plus élevé serait associé à une dissonance cognitive plus forte. Néanmoins, le résultat est proche du seuil de significativité, ce qui laisse entrevoir une tendance, mais insuffisante pour établir une relation significative. L'hypothèse 2, selon laquelle la crédibilité perçue de l'image écologique de Vinted jouerait un rôle de médiateur entre l'engagement écologique et la dissonance cognitive, a également été rejetée.

L'hypothèse 3, qui présumait qu'une image perçue comme plus crédible réduirait la dissonance cognitive post-achat, n'a pas été validée non plus. Bien qu'un effet significatif ait été observé, il va dans le sens inverse de celui attendu : plus l'image de Vinted est perçue comme crédible, plus la dissonance cognitive augmente.

L'hypothèse 4 n'a également pas été confirmée de manière significative. Cette hypothèse proposait que l'engagement écologique modère la relation entre la crédibilité perçue et la dissonance cognitive. Toutefois, une tendance modératrice a été observée : chez les individus les plus engagés, l'effet de la crédibilité sur la dissonance devient significatif.

L'hypothèse 5, selon laquelle les justifications morales joueraient un rôle médiateur entre la perception écologique de l'achat et la dissonance cognitive, a été rejetée : aucun effet indirect significatif n'a été détecté.

Enfin, l'hypothèse 6 a été validée. Elle établit que la perception de l'achat comme écologique favorise le recours au self-licensing, conduisant à une consommation plus fréquente sur Vinted. L'effet indirect est significatif, confirmant le rôle de médiateur du self-licensing dans cette relation.

Limites

Cette recherche présente plusieurs limites méthodologiques. Tout d'abord, la taille de l'échantillon, composée de 111 répondants, reste relativement restreinte et ne permet pas de généraliser les résultats à l'ensemble des utilisateurs de Vinted. De plus, la méthode de collecte via les réseaux sociaux introduit un biais de sélection potentiel : le profil des participants est majoritairement jeune, connecté et déjà sensibilisé aux enjeux environnementaux, ce qui peut influencer les réponses. De plus, l'étude repose exclusivement sur des données auto-déclarées, ce qui expose les résultats à un biais de désirabilité sociale : les répondants peuvent avoir cherché à présenter leurs comportements sous un jour plus vertueux. Enfin, certains facteurs psychologiques ou contextuels, tels que la culpabilité, le sentiment d'efficacité personnelle ou la pression sociale, pourraient enrichir le modèle et mieux expliquer la dissonance.

Recommandations managériales

Cette étude révèle que Vinted, bien qu'associée à une consommation plus responsable, peut involontairement encourager des comportements excessifs via un mécanisme de self-licensing. Pour limiter cet effet, il serait bénéfique pour la plateforme d'intégrer des mesures incitatives à la modération, telles que des notifications en cas d'achats fréquents ou une mise en avant de la sobriété d'usage.

Ensuite, il serait pertinent de renforcer la crédibilité écologique de Vinted en adoptant une communication plus transparente : affichage de l'impact environnemental des livraisons ou un score environnemental par utilisateur. Cette transparence renforcerait la confiance et réduirait les perceptions de greenwashing.

Enfin, la plateforme pourrait aussi jouer un rôle actif de sensibilisation en intégrant du contenu éducatif sur l'impact environnemental du e-commerce, les bonnes pratiques d'achat responsable ou l'intérêt réel de la seconde main.

Conclusion

En réponse à la question posée, acheter sur Vinted peut être une solution partielle, mais devient une forme de déculpabilisation dès lors que le comportement reste inscrit dans une logique de consommation impulsive et répétée. Pour qu'une telle plateforme contribue pleinement à la transition écologique, elle devra aller au-delà de la simple communication verte, en intégrant des incitations concrètes à la modération, à la transparence logistique, et à la sensibilisation des utilisateurs.

Bibliographie

- Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.07.006>
- Adamo, I., Lupi, G., Morone, P. *et al.* Vers l'économie circulaire dans l'industrie de la mode : le marché de l'occasion comme meilleure pratique de responsabilité durable pour les entreprises et les consommateurs. *Environ Sci Pollut Res* 29 , 46620–46633 (2022). <https://doi.org/10.1007/s11356-022-19255-2>
- Antonetti, P., & Maklan, S. (2014). Feelings that make a difference: How guilt and pride convince consumers of the effectiveness of sustainable consumption choices. *Journal of Business Ethics*, 124(1), 117–134. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1841-9>
- Balasubramanian, M., & Sheykhmaleki, P. (2024). Comprehending the Consumer Behavior toward Sustainable Apparel. *Sustainability*, 16(18), 8026. <https://doi.org/10.3390/su16188026>
- Balińska, A., Jaska, E., & Werenowska, A. (2024). The Importance of the Vinted Application in Popularizing Sustainable Behavior among Representatives of Generation Z. *Sustainability*, 16(14), 6213. <https://doi.org/10.3390/su16146213>
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (1996). Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 364–374. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.71.2.364>
- Bardhi, F., & Arnould, E. J. (2005). *Thrift shopping: Combining utilitarian thrift and hedonic treat benefits*. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(4), 223–233. <https://doi.org/10.1002/cb.12>
- Beobank. (2023, 1 décembre). *Un tiers des Belges est prêt à payer plus pour des services ou produits plus respectueux de l'environnement*. https://www.beobank.be/sites/default/files/2023-12/CP_Un%20tiers%20des%20Belges%20est%20pr%C3%AAt%20%C3%A0%20payer%20plus%20pour%20des%20services%20ou%20produits%20plus%20respectueux%20de%20l%E2%80%99environnement.pdf
- Beyaert-Geslin, A. (2021). Des valeurs « prêtes à réaliser » : l'exemple de l'application Vinted. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (23). <https://doi.org/10.4000/rfsic.11939>

- Binninger, A. et Robert, I. (2008) . Consommation et développement durable Vers une segmentation des sensibilités et des comportements. *La Revue des Sciences de Gestion*, n°229(1), 51-59. <https://doi.org/10.3917/rsg.229.0051>.
- Blas Riesgo, S. (2024). *From shoppers to agents of change: Consumer behavior and collaborative fashion consumption in Spain*. In J. F. Gallego-Nicholls & A. Carrilero-Castillo (Eds.), *Textile industry and the SDGs: Exploring synergies for a better future* (pp. 61–86). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-97-5073-3_5
- Bocken, N. M. P., de Pauw, I., Bakker, C., & van der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 33(5), 308–320. <https://doi.org/10.1080/21681015.2016.1172124>
- Boston Consulting Group. (2022, 14 septembre). *La transition environnementale : une priorité pour les consommateurs mondiaux*. <https://www.bcg.com/press/14september2022-transition-environnementale>
- Calvo-Porrà, C., Orosa-González, J., & Viejo-Fernández, N. (2023). Barriers to online second-hand purchase behavior. *Marketing Intelligence & Planning*, 42(2), 213–233. <https://doi.org/10.1108/MIP-03-2023-0093>
- Cardoso, G. F. (2024). *Community-driven consumption dynamics: An analysis of how consumer participation in fashion retailing can strengthen sustainability*. Fashion Highlight, No. 03/2024. Firenze University Press. <https://doi.org/10.36253/fh-2712>
- Cervellon, M., Carey, L. and Harms, T.(2012), « Something old, something used : Determinants of women’s purchase of vintage fashion vs second-hand fashion », *International Journal of retail & Distribution management*, Vol. 40 No. 12, PP. 956-974. <https://doi.org/10.1108/09590551211274946>
- Commission européenne. (2014). *Clothing and textiles*. European Commission. https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel/product-groups-and-criteria/clothing-and-textiles_en
- Conseil de l'Union européenne. (2025). *Fit for 55*. <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/fit-for-55/>
- Dekhili, S., Achabou, M. A., & Nguyen, T.-P. (2024). *When the pro-ecological intentions of second-hand platforms backfire: An application in the case of Vinted*. *Journal of Cleaner Production*, 486, 144399. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.144399>

- Dragomir, A. G., Van Woensel, T., & Doerner, K. F. (2022). The pickup and delivery problem with alternative locations and overlapping time windows. *Computers & Operations Research*, 143, 105758. <https://doi.org/10.1016/j.cor.2022.105758>
- Ek Styvén M, Mariani MM. (2020). Understanding the intention to buy secondhand clothing on sharing economy platforms: The influence of sustainability, distance from the consumption system, and economic motivations. *Psychology Marketing*. 2020; 37: 724–739. <https://doi.org/10.1002/mar.21334>
- Encino-Munoz, A. G., & Yilan, G. (2025). Second-hand clothing and sustainability in the fashion sector: Analysing visions on circular strategies through SWOT/ANP method. *Journal of Cleaner Production*, 493, 144909. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2025.144909>
- European Commission. (2025). *Digital Services Act package*. Digital Strategy. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/node/27/printable/pdf>
- Farrant, L., Olsen, S. I., & Wangel, A. (2010). Environmental benefits from reusing clothes. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 15(7), 726–736. <https://doi.org/10.1007/s11367-010-0197-y>
- FashionNetwork.com. (2023, 11 Juillet). *Vinted: How sustainable is the king of second-hand fashion?* FashionNetwork.com. <https://us.fashionnetwork.com/news/Vinted-how-sustainable-is-the-king-of-second-hand-fashion-,1535667.html#chanel>
- Ferraro, C., Sands, S., & Brace-Govan, J. (2016). The role of fashionability in second-hand shopping motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 262–268. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.07.006>
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.
- Gallego-Nicholls, J. F., & Carrilero-Castillo, A. (Eds.). (2024). *Textile industry and the SDGs: Exploring synergies for a better future*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-97-5073-3>
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). *The Circular Economy – A new sustainability paradigm?* *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
- Goodwin, N., Nelson, J. A., Ackerman, F., & Weisskopf, T. (2008). Consumption and the consumer society. *Global Development and Environment Institute*, 126. https://www.bu.edu/eci/files/2019/06/Consumption_and_the_Consumer_Society.pdf

- Guiot, D. and Roux, D. (2010). A second-hand shoppers' motivation scale: Antecedents, consequences, and implications for retailers. *Journal of Retailing*, [e-journal] 86(4), pp.355-371. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2010.08.002>.
- Halicki, D., Zaborek, P., & Meylan, G. (2024). Sustainable Fashion Choices: Exploring European Consumer Motivations behind Second-Hand Clothing Purchases. *Administrative Sciences*, 14(8), 174. <https://doi.org/10.3390/admsci14080174>
- Hamari, J., Sjöklint, M. and Ukkonen, A. (2016), The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *J Assn Inf Sci Tec*, 67: 2047-2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Hansen, U., Schrader, U. A Modern Model of Consumption for a Sustainable Society. *Journal of Consumer Policy* 20, 443–468 (1997). <https://doi.org/10.1023/A:1006842517219>
- Hartmann, P., & Apaolaza-Ibañez, V. (2009). Green advertising revisited: Conditioning virtual nature experiences. *International Journal of Advertising*, 28(4), 715–739. <https://doi.org/10.2501/S0265048709200837>
- Heinberg, R. (2010). What is sustainability? In R. Heinberg & D. Lerch (Eds.), *The Post Carbon Reader: Managing the 21st Century's Sustainability Crises* (pp. 1–18). Watershed Media. <https://survivingprogress.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/03/what-is-sustainability.pdf>
- Iran, S., & Schrader, U. (2017). Collaborative fashion consumption and its environmental effects. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 21(4), 468-482. <https://doi.org/10.1108/JFMM-09-2016-0086>
- Johnstone, M.-L., & Tan, L. P. (2015). Exploring the gap between consumers' green rhetoric and purchasing behaviour. *Journal of Business Ethics*, 132(2), 311–328. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2316-3>
- Koay, K. Y., Cheung, M. L., Lom, H. S., & Leung, W. K. S. (2024). *Perceived risk and second-hand clothing consumption: A moderated-moderation model*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 28(2), 240-253. <https://doi.org/10.1108/JFMM-01-2023-0001>
- Kumar, S., & Yadav, R. (2021). The impact of shopping motivation on sustainable consumption: A study in the context of green apparel. *Journal of Cleaner Production*, 295, 126239. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126239>

- Lerner, A. P. (1972). *The Economics and Politics of Consumer Sovereignty*. *The American Economic Review*, 62(1/2), 258-266.
https://www.jstor.org/stable/1821551?casa_token=VciM8Ulo_HQAAAAA%3AWMoU1C-k04L4C7C_QToaZXt1sfngYnKto1YcC3RqQdDdnS6VaUbVyJXn4z3hTycnyYUXb2ZXAIImkhPFFgxHGKkS3fQgc7YiB9UtkuVdI4AjO3kh0ys&seq=1
- Liang, J., & Xu, Y. (2018). *Second-hand clothing consumption: A generational cohort analysis of the Chinese market*. *International Journal of Consumer Studies*, 42(1), 120–130.
<https://doi.org/10.1111/ijcs.12393>
- Machado, M. A. D., de Almeida, S. O., Bollick, L. C., & Bragagnolo, G. (2019). *Second-hand fashion market: Consumer role in circular economy*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 23(3), 382-395. <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2018-0099>
- Mangiaracina, R., Perego, A., Seghezzi, A., & Tumino, A. (2021). Sustainable logistics in e-commerce: A literature review and research agenda. *Sustainability*, 13(5), 2463.
<https://doi.org/10.3390/su13052463>
- Marchand, A., De Coninck, P. & Walker, S. (2005). La consommation responsable : perspectives nouvelles dans les domaines de la conception de produits. *Nouvelles pratiques sociales*, 18(1), 39–56. <https://doi.org/10.7202/012195ar>
- Marchand, A. (2010). Consommation responsable et perception de produits: au-delà de l'environnement. *Les ateliers de l'éthique*, 5(2), 90-100.
<https://www.erudit.org/en/journals/ateliers/2010-v5-n2-ateliers03557/1044319ar/abstract/>
- Mazar, N., & Zhong, C.-B. (2010). Do Green Products Make Us Better People? *Psychological Science*, 21(4), 494-498. <https://doi.org/10.1177/0956797610363538>
- Miklosovic, J. C. (2010). *Cognitive dissonance: Effects of perceived choice on attitude change*. *Modern Psychological Studies*, 15(2), Article 3.
<https://scholar.utc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1175&context=mps>
- Mommens, K., Buldeo Rai, H., van Lier, T., & Macharis, C. (2021). Delivery to homes or collection points? A sustainability analysis for urban, urbanised and rural areas in Belgium. *Journal of Transport Geography*, 94, 103095. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2021.103095>
- Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39–52.
<https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673191>

- Padmavathy, C., Swapana, M., & Paul, J. (2019). Online second-hand shopping motivation – Conceptualization, scale development, and validation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 19-32. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.014>
- Palomo-Domínguez, I., Elías-Zambrano, R., & Álvarez-Rodríguez, V. (2023). Gen Z's Motivations towards Sustainable Fashion and Eco-Friendly Brand Attributes: The Case of Vinted. *Sustainability*, 15(11), 8753. <https://doi.org/10.3390/su15118753>
- Panju, M. (2024). What goes around comes around?: The sustainability paradox of second-hand clothing marketplaces in a cross-cultural context. *East African Journal of Interdisciplinary Studies*, 7(1), 1-27. <https://doi.org/10.37284/eajis.7.1.1799>
- Parguel, B., Lunardo, R., & Benoit-Moreau, F. (2017). *Sustainability of the sharing economy in question: When second-hand peer-to-peer platforms stimulate indulgent consumption*. *Technological Forecasting & Social Change*, 125, 48–57. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.029>
- Parlement européen. (2023, 1er juin). *Résolution du Parlement européen du 1er juin 2023 sur la stratégie de l'Union européenne pour des textiles durables et circulaires (2022/2197(INI))*. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0215_FR.html
- Parlement européen. (2024). *Directive sur les allégations écologiques* (EPRS_ATA(2024)759609). Service de recherche du Parlement européen. <https://www.europarl.europa.eu/thinktank>
- Persson, O., & Hinton, J. B. (2023). Second-hand clothing markets and a just circular economy? Exploring the role of business forms and profit. *Journal of Cleaner Production*, 390, 136139. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652623002974#section-cited-by>
- Plateformes Magazine. (2023). *Vinted : la logistique de la mode réinventée*. Plateformes Magazine. <https://plateformes-magazine.com/articles/vinted-la-logistique-de-la-mode-reinventee>
- Portney, K. E. (2015). *Sustainability*. MIT Press. <https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=WXr6CgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP6&dq=sustainability&ots=umQyf5sRI7&sig=hvu6rmL6inytPbX6TcQxoDsn6Rk#v=onepage&q=sustainability&f=false>
- Purvis, B., Mao, Y. & Robinson, D. Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustain Sci* 14, 681–695 (2019). <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5>
- Roberts, J. A., & Bacon, D. R. (1997). Exploring the Subtle Relationships between Environmental Concern and Ecologically Conscious Consumer Behavior. *Journal of Business Research*, 40, 79-89. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(96\)00280-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(96)00280-9)

- Rumpala, Y. (2009). La consommation durable comme nouvelle phase d'une gouvernementalisation de la consommation. *Revue française de science politique*, 59(5), 967-996. <https://shs.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2009-5-page-967?lang=fr>
- Silva, S. C., Santos, A., Duarte, P., & Vlačić, B. (2021). *The role of social embarrassment, sustainability, familiarity and perception of hygiene in second-hand clothing purchase experience*. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(6), 717-734. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2020-0356>
- Sinigaglia, N., & Ducarroz, C. (2023). *Méthodes et modèles en marketing* [Notes de cours]. LSM Mons.
- Sneddon, C., Howarth, R. B., & Norgaard, R. B. (2006). Sustainable development in a post-Brundtland world. *Ecological Economics*, 57(2), 253–268. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2005.04.013>
- Speck, M., & Hasselkuss, M. (2015). Sufficiency in social practice: Searching potentials for sufficient behavior in a consumerist culture. *Sustainability: Science, Practice, & Policy*, 11(2), 1–19. <https://doi.org/10.1080/15487733.2015.11908143>
- SPF Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement. (2023). *Consumption and biodiversity: Consumer behaviour – Executive Summary*. https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/consumption_and_biodiversity_study_executive_summary_fr.pdf
- Stahel, W. R. (2010). *The performance economy* (2e éd.). Palgrave Macmillan.
- Sykes, G. M., & Matza, D. (1957). Techniques of neutralization: A theory of delinquency. *American Sociological Review*, 22(6), 664–670. <https://doi.org/10.2307/2089195>
- ThredUp. (2024). *2024 Resale Report*. ThredUp. https://cf-assets-tup.thredup.com/resale_report/2024/ThredUp_2024_Resale%20Report.pdf
- Tournois, L. (2024). *Circular economy practices and value creation paradoxes of secondhand platforms: The case of Vinted*. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5082225>
- United Nations Environment Programme (UNEP) (2002). *Tracking Progress: Implementing Sustainable Consumption Policies* (UNEP and Consumers International), New York, United Nations Publications.
- Ur Rahman, S., Chwialkowska, A., Hussain, N., Bhatti, W. A., & Luomala, H. (2023). Cross-cultural perspective on sustainable consumption: Implications for consumer motivations and promotion.

- Environment, Development and Sustainability*, 25(3), 997–1016.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10668-021-02059-8>
- Verboven, H., & Vanherck, L. (2016). The sustainability paradox of the sharing economy. *UmweltWirtschaftsForum*, 24(4), 303–314. <https://doi.org/10.1007/s00550-016-0410-y>
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable food consumption: Exploring the consumer “attitude–behavioral intention” gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169–194. <https://doi.org/10.1007/s10806-005-5485-3>
- Vinted. (s.d.). *Durabilité*. Vinted. Consulté le 31 mars 2025, <https://company.vinted.com/fr/sustainability>
- Vinted. (2023). *Impact report 2023*. https://press-center-static.vinted.com/Impact_Report_EN_2023_d4e3d4399e.pdf
- Vinted. (2024). *Climate action plan 2024*. https://press-center-static.vinted.com/Climate_Action_Plan_2024_1d8d622aa5.pdf
- White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). *How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework*. *Journal of Marketing*, 83(3), 22–49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>
- Woolridge, A. C., Ward, G. D., Phillips, P. S., Collins, M., & Gandy, S. (2006). Life cycle assessment for reuse/recycling of donated waste textiles compared to use of virgin material: An UK energy saving perspective. *Resources, Conservation and Recycling*, 46(1), 94–103. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2005.06.006>
- Yrjölä, M., Hokkanen, H., & Saarijärvi, H. (2021). A typology of second-hand business models. *Journal of Marketing Management*, 37(7-8), 761–791. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1880465>

Annexes

Annexe 1 : Guide d'entretien vierge

1. Intro et Mise en confiance

Merci beaucoup de prendre le temps de participer à cet entretien. L'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse : ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences, tes ressentis.

Tout ce que tu me diras restera confidentiel, et bien sûr anonyme. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise.

- Peux-tu me parler un peu de toi ? (âge, quotidien, centres d'intérêts ,..)
- Quel rôle ont les vêtements dans ta vie ?
 - o Tu peux me dire ce que tu ressens à l'idée de t'habiller, de choisir un vêtement ?

2. Habitudes d'achat en général

Maintenant , parlons un peu de tes achats de vêtements

- Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ?
 - o Qu'est ce qui te vient en premier à l'esprit ?
- Parle-moi de tes dernières expériences, qu'est-ce que tu as acheté en vêtement ?
 - o Qu'est-ce qui t'a motivé à faire cet achat ?
- Tu l'as acheté comment ? En ligne ? en magasin ? ailleurs ?
 - o Est-ce que t'as une préférence ? Pourquoi ?
- Où fais-tu tes achats d'habitude ?
 - o Tu peux m'expliquer pourquoi?
 - o Y en a-t-il d'autres que tu utilises moins fréquemment ?
- Quand tu achètes en magasin/sur un site (selon la réponse) , qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?
 - o Est-ce que certains lieux ou sites te donnent plus envie de regarder ou d'acheter ?
 - o Tu peux me décrire un exemple où l'aménagement (d'un magasin ou d'un site) t'a vraiment aidé ou marqué ?
- Qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

- Tu penses à quoi spontanément ?
- Prix , style, marque , impact ,...) (à citer si le répondant n'a pas d'idée)
- Tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?
 - Qu'est-ce qui t'a marqué ?
- Je crois savoir que tu achètes en seconde main, c'est correct ?

3. La seconde main et Vinted

Tu utilises Vinted....

- Peux-tu me raconter comment tu as découvert Vinted ?
- Qu'est-ce qui t'as donné envie de l'essayer ?
 - Tu te souviens de ce qui t'a attiré au départ ?
- A quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?
 - Tu peux m'en dire plus ?
- Qu'est-ce que tu apprécies dans l'usage de Vinted ?
 - Tu peux me dire ce que tu ressens quand tu utilises l'application ?
- Qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable ?
- Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes ou vends d'occasion, par rapport au neuf ?
- Quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ?
 - Est-ce que les raisons qui t'ont poussé à utiliser Vinted ont changé ? Si oui, pourquoi ou en quoi?

4. Sens et valeur

On va un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi...

- Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?
 - As-tu en tête un message, un slogan, un principe ?
 - Qu'est-ce que tu crois qu'ils essaient de faire passer comme idée ou comme valeurs à travers leur plateforme ?
 - (SI la personne ne sait pas), Qu'est-ce que tu dirais toi comme arguments, slogans ?
 - (SI la personne connaît bien), Comment tu perçois ces messages ?
 - Est-ce qu'il y a des idées dans leur communication qui te semblent justes, pertinentes, ou au contraire discutables ?

- Un de leurs arguments qu'ils mettent en avant est : « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun » ? Que penses-tu du message ?
 - Si la personne ne voit pas (« c'est pertinent » ? « c'est correct » ? ça te séduit ?)
- Comment tu réagis face à ce genre de message ?

5. Réflexions et tensions personnelles

Maintenant, j'aimerais qu'on parle de moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir ...

- Peux-tu me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?
 - Qu'est ce qui t'a fait douter à ce moment-là ?
- Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?
 - Qu'est-ce que tu as ressenti après cet achat ?
- Est-ce que ce genre de situation t'arrive souvent ou c'est plutôt rare ?
- Tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose, mais tu as changé d'avis ?
 - Qu'est ce qui a pesé dans ta décision ?
 - Qu'est-ce que tu as ressenti après avoir renoncé ?
 - Est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas en fin de compte ? Si oui, lesquelles ?
- Penses-tu que ce type de réflexion arrive aussi à d'autres personnes autour de toi ?
 - Qu'est ce qui te fait penser ça ?
- Selon toi , qu'est ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Si la personne ne parle pas du tout d'écologie :

- Quand tu achètes quelque chose, est ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement?
 - C'est important pour toi ?
- Tu m'as déjà dit que ... Si j'ai bien compris As -tu déjà changé certaines habitudes d'achat pour être plus en accord avec ces valeurs ?
 - Tu peux m'en donner un exemple ?

- Est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour ça ?
 - o (Si la personne répond oui) Tu sais que parfois, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur. Qu'est-ce que ça t'évoque ?
- Penses-tu que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ? Ou pas forcément ?
- D'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?
- C'est un aspect auquel tu avais déjà réfléchi ?
- Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?
 - o Qu'est-ce qui pourrait les amener à le faire ?
- Qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?
 - o Est-ce ton cas, parfois ?
 - o Tu peux me donner un exemple ?
 - o Que penses-tu alors ?
 - o Est-ce que cela te pose un problème ?
- Sais-tu si d'autres personnes y pensent ?
 - o Est-ce que ça les ferait réagir ?
 - o Qu'en penses-tu ?
- Penses-tu qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes, acheteurs sur Vinted ?
 - o Penses-tu que ça peut les faire réfléchir ?
- Qu'est-ce qu'on pourrait faire, par exemple, concrètement ? Comment ?

6. Conclusion

Si j'essaye de résumer, tu m'as dit ceci, et ceci ...

- Est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

On arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé. C'était vraiment intéressant, et ça va beaucoup m'aider.

Répondants 1 - Juan

Ines : Merci beaucoup de prendre le temps de participer à cet entretien. L'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse : ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences, tes ressentis. Tout ce que tu me diras restera confidentiel, et bien sûr anonyme. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise. Peux-tu me parler un peu de toi ?

Juan : J'ai 50 ans, voilà je suis en couple, j'ai trois enfants, j'ai deux beaux-enfants. Je travaille à la maison communale de Waterloo. Et j'aime le sport, les couteaux suisses.

Ines : Quel rôle ont les vêtements dans ta vie ?

Juan : Ils ont un rôle important sans ça quand même c'est un peu compliqué selon la situation voilà quand même. Enfin c'est important. J'aime bien être bien habillé.

Ines : Maintenant , parlons un peu de tes achats de vêtements. Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ?

Juan : Bah des vêtements qui me plaisent au fait je ne cherche rien de spécial au fait, il faut que le vêtement me plaise, et puis voilà et ensuite j'achète.

Ines : Parles moi de tes dernières expériences, qu'est-ce que tu as acheté en vêtement ?

Juan : J'ai acheté deux paires de chaussures, deux shorts et une veste de costume.

Ines : Qu'est-ce qui t'a motivé à faire cet achat ?

Juan : C'étaient trois achats différents. La veste de costume, c'était pour un mariage et les shorts pour les vacances.

Ines : Tu l'as acheté comment ? En ligne ? en magasin ?

Juan : Certains en ligne et d'autres magasins.

Ines : Est-ce que t'as une préférence ?

Juan : Bah quand je connais ma taille, des fois en ligne c'est plus facile parce qu'on ne doit pas se déplacer. On n'a pas toujours le temps. La semaine on court et le week-end on est occupé, donc c'est vrai qu'en ligne c'est quand même plus facile quand on connaît notre taille.

Ines : Où fais-tu tes achats d'habitude ?

Juan : Cela dépend, j'achète souvent en ligne ou sinon on va au shopping de Nivelles ou au Grand Prés.

Ines : Quand tu achètes en magasin et en ligne, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ? Est-ce que certains lieux ou sites te donnent plus envie de regarder ou d'acheter ?

Juan : Non, j'achète souvent sur le même site parce que voilà, c'est là qu'on a souvent les meilleurs prix. Et c'est souvent le même site, donc qu'il soit présenté d'une manière ou d'une autre, peu importe. Et puis dans les magasins, j'avoue, je regarde les vêtements qui me plaisent. En général, dans les magasins, c'est toujours bien présenté. Ce sont toujours des magasins de marques connues.

Ines : Qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Juan : Que le vêtement me plaise et qu'il soit de bonne qualité. Évidemment, le prix ben oui si je peux payer 50 % moins cher un vêtement, je préfère le payer 50 % moins cher, s'il me plaît et qu'il est plus ou moins pareil, ben voilà.

Ines : Tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Juan : En général, ils me plaisent plus ou moins tous, je n'ai pas de préférence.

Ines : Je crois savoir que tu achètes en seconde main, c'est correct ?

Juan : De temps en temps, ça m'est arrivé.

Ines : Tu as répondu à mon annonce pour l'interview, donc tu es un utilisateur de Vinted. Peux-tu me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Juan : Par une amie, qui elle achetait souvent pour son fils sur Vinted et c'est comme ça que j'ai découvert et j'ai commencé à acheter de temps en temps pour ma fille principalement.

Ines : Qu'est-ce qui t'as donné envie de l'essayer ?

Juan : Le fait que comme c'était pour ma fille et qui était toute petite et qui grandit vite, le fait d'avoir par exemple un pyjama qui coûterait entre 25 et 30 €, bah d'avoir le même pour cinq euros ou trois euros. Et qui sont en très bon état, ça vaut la peine et vu qu'elle va le mettre peut-être 3 ou 4 mois et après c'est fini. Je trouve ça ridicule de payer le prix plein surtout s'ils sont en bon état.

Ines : A quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?

Juan : Par saison quand j'ai besoin surtout pour la petite. Quand j'ai besoin pour elle, je regarde sur Vinted.

Ines : Qu'est-ce que tu apprécies dans l'usage de Vinted ?

Juan : Bah c'est que c'est moins cher, et pareil, c'est en ligne donc on ne doit pas spécialement se déplacer, on le reçoit à la maison. Et puis bon, il y a quand même beaucoup de choix.

Ines : Qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable ?

Juan : De voir s'il y a des contrefaçons ou pas, parce qu'il y a des vêtements de marque et on ne sait toujours pas si ce sont des vêtements de contrefaçon ou pas. En général, non, mais il y a des possibilités en général que ce soient des contrefaçons.

Ines : Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes ou vends d'occasion, par rapport au neuf ?

Juan : Franchement, à part le prix, rien de spécial.

Ines : Quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ?

Juan : Non, ce sont toujours les mêmes raisons.

Ines : On va un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Juan : Pour moi, on va dire c'est un peu un système de reconditionnement en fait. En fait, les vêtements sont réutilisés, c'est un peu écologique, on va dire. Ce n'est pas jeté à la poubelle

directement parce qu'il y a des vêtements parfois qui sont nickel que les enfants ont mis peut-être 2-3 fois quand ils sont petits. Et qu'on revend à des prix très bas et moi je trouve ça ridicule d'aller acheter du neuf alors qu'on peut réutiliser ces vêtements-là. Et c'est pareil si moi je les réutilise qu'elle met que quelques fois et que c'est nickel et que je peux revendre. Et ça peut servir quand même à deux, trois, voire quatre enfants, je dis pourquoi pas. Parce que quand on était petit, quand on était 4-5 frères et sœurs. En général, on mettait les vêtements du plus grand, et ainsi de suite. On va dire c'était notre Vinted à nous, mais c'était comme ça qu'on faisait. Maintenant Vinted permet à beaucoup de gens de faire entre guillemets pareil en dépensant moins de sous et en permettant un peu de recycler, de moins dépenser de l'argent bêtement et enfin voilà je trouve que c'est beaucoup plus intéressant et plus écologique.

Ines : Un de leur arguments qu'ils mettent en avant est : « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun » ? Que penses-tu du message ?

Juan : C'est un très bon message. C'est exactement ça.

Ines : Comment tu réagis face à ce genre de message ?

Juan : Bien, puisque tout le monde y trouve son compte. Il y en a pour tous les goûts. Je ne dis pas qu'on trouve tout le temps, mais on trouve souvent quand même.

Ines : Maintenant, j'aimerais qu'on parle de moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Peux-tu me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Juan : Oui, une montre. J'ai hésité car je doutais que ce soit une contrefaçon et cela s'est avéré car quand je me suis décidé quand même à l'acheter, j'ai reçu un message de Vinted deux jours après comme quoi la vente est annulée parce qu'il y avait suspicion de contrefaçon. Et j'ai été remboursé d'ailleurs.

Ines : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Juan : Non.

Ines : Tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose, mais tu as changé d'avis ?

Juan : Non.

Ines : Penses-tu que ce type de réflexion arrive aussi à d'autres personnes autour de toi ?

Juan : Oui bien sûr, on pense pas tous pareil. Il y a des gens qui doivent hésiter en se disant s'ils vont recevoir la marchandise dans le même état que sur les photos. Parfois, les photos ne reflètent pas la réalité. Une amie a eu le cas en achetant une paire de chaussures, sur la photo elle était nickel mais en réalité elle était abîmée. Heureusement, elle a pu les remballer de nouveau et la personne a été honnête.

Ines : Quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Juan : Franchement, à la base non. Je pensais juste à payer moins cher et à réutiliser des vêtements qui ont déjà été très peu utilisés, qui sont nickels, et à ne pas racheter bêtement. Mais voilà, je ne pense pas spécialement à la planète.

Ines : Est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour ça ?

Juan : Oui, pas parfaite mais oui.

Ines : Tu sais que parfois, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur. Qu'est-ce que ça t'évoque ?

Juan : C'est pour ça que je dis qu'elle n'est pas parfaite. Les émissions zéro, ce n'est pas possible malgré tout quand on veut faire des ventes comme ça. Parce que même si les gens devraient se déplacer pour aller chercher la marchandise, ils devraient quand même utiliser un moyen de transport, on ne sait pas toujours utiliser un vélo ni aller à pied. Donc malgré tout, le coefficient zéro n'existe pas. Mais c'est déjà mieux que de faire construire des vêtements dans des usines. C'est toujours ça de gagné malgré tout, mais bon, aucun système n'est parfait.

Ines : Penses-tu que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ? Ou pas forcément ?

Juan : Non.

Ines : D'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Juan : Ben oui, parce que c'est quand même écologique, peut-être pas 100 %, mais c'est quand même écologique, on va dire à 80 %.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Juan : J'en sais rien.

Ines : Qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Juan : Je ne sais pas, pour certaines personnes ça doit être vrai mais pour d'autres non. Parce que malgré tout, il y a quand même des personnes qui achètent que ce dont ils ont besoin, même si c'est moins cher. Et d'autres, oui, si c'est moins cher, ils vont profiter pour dépenser plus, mais ça, ce sont des gens que même en achetant neuf ils achèteraient beaucoup aussi.

Ines : Est-ce ton cas, parfois ?

Juan : Non.

Ines : Penses-tu qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes, acheteurs sur Vinted ?

Juan : Oui.

Ines : Penses-tu que ça peut les faire réfléchir ?

Juan : Peut-être.

Ines : Qu'est-ce qu'on pourrait faire, par exemple, concrètement ? Comment ?

Juan : Bah ça, malheureusement, on ne sait pas faire grand-chose. Parce que les gens qui ont envie d'acheter, ils achèteront toujours peu importe que ce soit une occasion ou que ce soit du neuf. Il y a ceux qui achètent quand ils ont vraiment besoin, et puis on a tous un plaisir et des fois on achète par plaisir et pas par nécessité, donc si on trouve ce plaisir-là sur Vinted, ben voilà.

Ines : Est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Juan : Non.

Ines : On arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé. C'était vraiment intéressant, et ça va beaucoup m'aider.

Répondant 2 – Séverine

Ines : Merci beaucoup de prendre le temps de participer à cet entretien. L'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse : ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences, tes ressentis. Tout ce que tu me diras restera confidentiel, et bien sûr anonyme. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise. Peux-tu me parler un peu de toi ?

Séverine : J'ai commencé à acheter sur Vinted parce qu'à un moment j'étais maman solo et j'avais un ado qui voulait des marques. C'était pour moi l'occasion de pouvoir lui acheter des marques sans que ça ne me coûte trop cher. Je suis éducatrice sociale, je travaille dans un CPAS, je m'occupe de réfugiés et de jeunes en insertion. J'ai 43 ans et j'aime faire la fête.

Ines : Quel rôle ont les vêtements dans ta vie ?

Séverine : J'aime bien m'habiller mais je n'ai pas envie de dépenser une fortune. Après, de temps en temps je me fais plaisir : si je craque sur une paire de chaussures à 250 €, je le fais. Sinon, généralement j'achète une robe, même chez Zeeman. Enfin voilà, j'aime bien m'acheter des vêtements et changer, mais pas forcément claquer énormément de fric, et c'est pour ça que je vais sur Vinted aussi.

Ines : Maintenant, parlons un peu de tes achats de vêtements. Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ?

Séverine : J'achète plus pour les autres que pour moi. Parce que moi c'est vraiment au coup de cœur. Sinon, je regarde quand même à la qualité parce qu'il y a des matières où tu te dis, tu laves une fois, ça n'a plus de forme, ça ne tient pas. Donc, j'aime bien trouver des vêtements qui me vont bien et qu'il ne faut pas trop repasser.

Ines : Parle-moi de tes dernières expériences, qu'est-ce que tu as acheté en vêtement ?

Séverine : Un jean, un chemisier et des sous-vêtements, j'ai tout acheté cette semaine.

Ines : Qu'est-ce qui t'a motivé à faire cet achat ?

Séverine : Ben en fait je n'avais pas décidé d'acheter tout ça, et puis quand j'étais au magasin, j'ai dit « Ah ça c'est bien, j'ai plus de robe noire et je vais me reprendre un nouveau jeans ». Voilà, c'était une petite folie comme ça, j'avais envie. Ce n'était pas prévu.

Ines : Tu l'as acheté en magasin, du coup ?

Séverine : Là oui, je l'ai acheté en magasin.

Ines : Est-ce que tu achètes également en ligne ?

Séverine : Pour moi, j'aime autant parfois acheter en magasin parce que j'aime bien essayer. Par contre, pour les enfants, j'achète plus souvent en ligne. Parce que j'essaye toujours de bénéficier d'une promo, car avec le boulot, j'ai des réductions chez Zalando, des trucs comme ça. Du fait que j'ai pas mal de réductions avec le boulot, j'achète parfois plus en ligne maintenant qu'avant.

Ines : Quand tu achètes en magasin et en ligne, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Séverine : Quand c'est pour moi, je trouve qu'on voit quand même de plus en plus des mannequins qui ont des formes. Parce que si tu vois un beau pantalon mais qu'il est présenté sur quelqu'un de très grand et très mince, qui est tout le contraire de moi, j'ai parfois un peu plus de mal à acheter. Et comme on utilise quand même de plus en plus de mannequins ou des gens un peu plus ronds. Bah je me dis « ah bah ça peut m'aller quand même ».

Ines : Donc cela peut t'influencer ?

Séverine : Oui, par rapport à la morphologie.

Ines : Tu m'as dit que tu fonctionnes au coup de cœur, mais qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Séverine : La matière et le style. La marque ne m'intéresse pas personnellement mais pour mes garçons, eux sont plus marque.

Ines : Tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Séverine : J'ai flashé sur un chemisier chez Riverwoods à 150€ , je le voulais et je pense que je vais le garder encore pendant 10 ans. On voit à la qualité qu'il y a quand même une différence.

Ines : Je crois savoir que tu achètes en seconde main ? Donc oui, car tu viens de me parler de Vinted. C'est correct ?

Séverine : Oui, mais j'achète aussi en brocante, ou de racheter des affaires sur Facebook.

Ines : Peux-tu me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Séverine : C'était pour mon fils, tout le monde m'en parlait et j'ai installé l'application. Je regarde régulièrement. Je ne vais pas dire que j'achète tous les mois, mais régulièrement. Je regarde en fonction de ce qui peut m'intéresser, j'ai mes critères et voilà. J'en ai entendu parler comme ça de bouche à oreille et j'ai testé. J'ai essayé de vendre mais j'ai un peu plus de mal parce que comme j'ai des vêtements pas forcément de marque, bah voilà. Je trouve que c'est bien pour les marques. J'ai déjà vendu, mais pas par rapport à ce que j'ai acheté, j'ai plus acheté que vendu.

Ines : Qu'est-ce qui t'a donné envie de l'essayer ?

Séverine : Le fait de pouvoir acheter parfois du neuf avec ou sans étiquette sur Vinted, donc ça permet quand même d'avoir une certaine qualité, d'avoir un produit correct.

Ines : Qu'est-ce que tu apprécies dans l'usage de Vinted ?

Séverine : C'est facile et quand même assez rapide. Et le fait d'avoir des marques à plus petit prix.

Ines : Qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable ?

Séverine : J'ai plus de difficulté à vendre. Parfois, j'ai un vêtement qui est encore neuf avec étiquette, je l'ai payé 78 € et j'aimerais bien le revendre à 15 €. Mais même Vinted fait une estimation de prix et va me le mettre à 7 €, je mets 15€ quand même mais ça ne part pas.

Ines : Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes ou vends d'occasion, par rapport au neuf ?

Séverine : J'ai fait une économie, donc cela fait du bien à mon portefeuille. J'ai acheté deux pièces au lieu d'une donc je suis satisfaite niveau budget.

Ines : Quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ?

Séverine : Oui

Ines : On va un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Séverine : Je parlerai d'économie, toujours fixer sur le budget. Après, il y a des personnes qui utilisent Vinted car la seconde main est bien contre le gaspillage, ils partent dans une politique un peu bobo, écologique et tout. Mais pour moi, c'est financier. Je fais attention à la planète mais je ne suis pas à fond là-dessus.

Ines : Un de leurs arguments qu'ils mettent en avant est : « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun » ? Que penses-tu du message ?

Séverine : C'est bien, je m'y retrouve parce que cela parle de l'économie. Après l'écologie, je ne suis pas contre mais je ne le fais pas dans ce but.

Ines : Maintenant, j'aimerais qu'on parle de moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Peux-tu me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Séverine : Parfois j'hésite parce que j'essaie de voir par rapport aux frais de port, d'où ça vient. Parce que si tu as un article à 5€ mais que t'as 7€ de frais de port même si ça revient moins cher au final, j'hésite quand même. Parfois c'est par rapport aussi à un coloris de vêtement. Parce qu'acheter du noir, j'aime bien le noir, mais si c'est pour récupérer un noir délavé, non, par exemple.

Ines : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Séverine : Oui par rapport à l'état où ils me disent que c'est très bon. Et parfois, on n'a pas la même notion de « très bon ».

Ines : Qu'est-ce que tu as ressenti après cet achat ?

Séverine : Je me suis dit : « Merde, j'ai perdu 10€ ».

Ines : Est-ce que ce genre de situation t'arrive souvent ou c'est plutôt rare ?

Séverine : Non, c'est rare.

Ines : Tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose, mais tu as changé d'avis ?

Séverine : Non.

Ines : Penses-tu que ce type de réflexion arrive aussi à d'autres personnes autour de toi ?

Séverine : Oui, tout dépend de la personne et de son caractère. J'ai des amies qui craquent sur quelque chose, puis réfléchissent et au final ne l'achètent pas. Elles se posent la question si cela va lui aller et puis voilà. Moi je fonce un peu plus.

Ines : Selon toi, qu'est-ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Séverine : D'avoir peur au niveau de la qualité et de l'état du produit. Ou se dire qu'on ne connaît pas les gens avant, même si on lave, on ne sait pas d'où ça vient.

Ines : Tout à l'heure tu m'as dit que tu n'achetais pas forcément sur Vinted pour l'écologie, mais, quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Séverine : Non, du tout.

Ines : Est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour ça ?

Séverine : Je pense que oui, je ne le fais pas dans ce but-là mais en effet cela peut être bien.

Ines : Tu sais que parfois, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur. Qu'est-ce que ça t'évoque ?

Séverine : Je ne fais pas attention à ça. Je regarde quand cela arrive plus ou moins, mais c'est tout.

Ines : Penses-tu que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ? Ou pas forcément ?

Séverine : Non.

Ines : D'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Séverine : Non, je ne suis pas dans ce truc-là mais je n'ai pas cette vision. Moi, j'ai toujours la mise en avant sur l'économie, donc je n'ai pas réfléchi en disant que j'achètais sur Vinted parce que c'est plus écologique, que je recycle ou des choses comme ça. Et je n'ai pas l'impression que la pub met en avant ceci.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Séverine : Je pense que oui car les gens font plus attention qu'avant, il y a aussi un effet de mode. Je fais d'autres choses par rapport à l'écologie mais pas forcément en vêtements.

Ines : Qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Séverine : Ça d'office, car on se dit : « J'ai un budget et vu que j'achète moins cher, je peux en avoir deux. Donc il y a ce sentiment d'avoir plus et donc je trouve qu'on est tenté. C'est comme dans les magasins Action, on se dit que ce n'est pas cher mais au final on remplit le caddie pour 400 €. Donc je pense que oui, on achète plus d'office.

Ines : Est-ce que cela te pose un problème ?

Séverine : Non.

Ines : Sais-tu si d'autres personnes y pensent ?

Séverine : Oui, je pense que tous y pensent une fois qu'il s'agit du portefeuille et du budget. Je pense que, comme avec l'exemple d'Action, tout le monde rentre pour acheter un truc et ressort avec 10.

Ines : Penses-tu qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes, acheteurs sur Vinted ?

Séverine : Oui parce que les gens n'y pensent pas toujours. Il faudrait inciter les gens à faire des achats sur Vinted parce que si tu n'as pas testé, tu ne peux pas te rendre compte de l'économie que tu peux faire.

Ines : Si j'essaye de résumer, tu m'as dit que tu fais tes achats sur Vinted pour ton portefeuille, que Vinted ne promeut pas des arguments écologiques dans ses publicités.

Séverine : Non, après je ne les ai peut-être pas vus car je me focus sur le budget.

Ines : Est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Séverine : Globalement, je suis satisfaite car je continue d'acheter dessus.

Ines : On arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé. C'était vraiment intéressant, et ça va beaucoup m'aider.

Répondant 3 – Ana

Ines : Merci beaucoup de prendre le temps de participer à cet entretien. L'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse : ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences, tes ressentis. Tout ce que tu me diras restera confidentiel, et bien sûr anonyme. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise. Peux-tu me parler un peu de toi ? (âge, quotidien, centres d'intérêts ...)

Ana : Je m'appelle Ana, j'ai 26 ans et deux enfants. Je suis pompier professionnel. Je fais beaucoup d'activités sportives.

Ines : Quel rôle ont les vêtements dans ta vie ?

Ana : C'est assez important parce que moi je suis quelqu'un qui peut très souvent refaire sa garde-robe, je me lasse très vite de mes vêtements. Tous les étés, j'aime bien changer. Bon je garde toujours des pièces, comme par exemple celles qui vont coûter plus cher ou parce que j'essaie justement de pas trop non plus sur consommer. Mais c'est vrai que c'est quand même un rôle important. En plus, j'adore être bien habillée, je fais vraiment attention à ça.

Ines : Maintenant, parlons un peu de tes achats de vêtements. Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ?

Ana : On va dire du coup que ça soit forcément à mes goûts, aussi au niveau de la qualité du vêtement. Il faut vraiment que le vêtement tienne le goût parce que j'ai déjà eu des achats où le vêtement fait deux mois et puis il craque.

Ines : Parle-moi de tes dernières expériences, qu'est-ce que tu as acheté en vêtement ?

Ana : Alors récemment j'ai refait ma garde-robe pour tout ce qui était maillot de bain, robe de plage et robe d'été. Je suis partie en vacances récemment, et du coup c'était tous les achats que j'avais fait pour les vacances.

Ines : Tu l'as acheté comment ? En ligne ? en magasin ? ailleurs ?

Ana : Tout sur Vinted.

Ines : Est-ce que t'as une préférence entre en ligne ou en magasin ?

Ana : Je fais pratiquement tous mes achats en ligne. C'est vrai qu'enfin moi je suis dans une ville moyenne, mais pourtant je trouve que les magasins ne proposent pas un assez grand choix.

Ines : Donc tu vas moins fréquemment en magasin ?

Ana : J'y vais vraiment de temps en temps. Par exemple, là pendant mes vacances, on a fait un tour au centre commercial, donc j'ai jeté un coup d'œil, mais finalement je n'ai rien acheté.

Ines : Quand tu achètes en ligne, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Ana : On ne peut pas essayer, c'est ça aussi qui contraste par rapport au fait d'acheter directement en boutique. Mais des fois, je trouve que le produit donne plus envie sur des photos ou des choses comme ça que directement en magasin. Et en plus on a généralement plus de temps quand on regarde en ligne, on peut faire ça à tout moment alors qu'en magasin on doit se déplacer.

Ines : Qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Ana : Qu'il soit vraiment en bon état ou neuf. Après, moi je sais que c'est plutôt un style coloré que j'essaie d'adopter parce qu'avant c'est vrai que je m'habillais plutôt sobre, alors que maintenant je fais vraiment attention à ce qu'il y ait un minimum de couleurs.

Ines : Tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Ana : Oui, une robe Maje. Maje est une marque qui coûte normalement super cher. La robe valait dans les 300 € et là, du coup, j'avais payé que 80 € et franchement la robe était vraiment parfaite comme au magasin.

Ines : Je crois savoir que tu achètes en seconde main, c'est correct ?

Ana : Oui.

Ines : Tu utilises Vinted, peux-tu me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Ana : Alors du coup ça fait maintenant quatre ans que je suis sur Vinted. Je pense que c'est surtout par du bouche-à-oreille. J'ai dû voir des collègues ou des copines l'utiliser, puis je me suis lancée aussi dessus.

Ines : Qu'est-ce qui t'a donné envie de l'essayer ?

Ana : Je pense que c'est vraiment le choix et les prix bas aussi.

Ines : A quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?

Ana : Je dirais que je suis entre 5 et 10 achats par mois. Après, il y a des périodes où je vais faire plus. Par exemple, comme là, je suis partie en vacances, j'ai dû au moins faire une vingtaine d'achats, si pas plus. Dès qu'il va y avoir une nouvelle saison, forcément je vais commander plus, mais c'est vrai que même par mois je commande beaucoup, que ce soit pour moi ou les petits.

Ines : Qu'est-ce que tu apprécies dans l'usage de Vinted ?

Ana : La diversité, le contact avec les gens. Il y a des fois, ça ne se passe pas forcément bien avec certains acheteurs ou vendeurs, mais je trouve que des fois ça a un côté social aussi qu'on retrouve qui est plus agréable, j'ai envie de dire. Après, ce que j'aime beaucoup, c'est la diversité, le choix qu'il y a, c'est vraiment ça qui m'attire surtout sur Vinted.

Ines : Tu peux me dire ce que tu ressens quand tu utilises l'application ?

Ana : Déjà c'est meilleur pour l'environnement d'acheter plutôt de la seconde main. Après, des fois, je prends des articles neufs sur Vinted, mais ça reste un acte de seconde main. Je trouve que c'est du coup avoir une bonne conscience derrière, surtout moi qui achète quand même vraiment pas mal d'habits. Je me dis que si j'achetais en magasin, enfin le niveau de CO2 derrière il est catastrophique, donc j'essaie de faire quand même attention à ça.

Ines : Qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable ?

Ana : Les mauvaises surprises, quand on reçoit un colis où les vêtements ne sont pas comme notés sur la description. Ou quand il y a des gros retards de colis quand on est quand même assez pressé de recevoir.

Ines : Quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ?

Ana : Totalement. Bah même plus, car de base je voulais l'utiliser pour acheter deux-trois trucs, et au final, plus le temps passait, plus je me suis mise à acheter uniquement dessus.

Ines : On va un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Ana : Je resterais sur l'aspect écologique. Le fait d'acheter en seconde main et pas du neuf.

Ines : Un de leurs arguments qu'ils mettent en avant est : « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun » ? Que penses-tu du message ?

Ana : C'est totalement ça.

Ines : Comment tu réagis face à ce genre de message ?

Ana : Non, mais après ce serait bien que plus de personnes prennent conscience. Car j'ai eu une expérience il n'y a pas longtemps où je suis arrivée à la poste pour déposer un colis, et une dame m'a demandé pourquoi je venais de temps en temps déposer des colis comme ça. Et elle m'a dit : « Vous prenez de la seconde main, vous êtes pauvre. » J'aimerais bien que ce soit mieux vu par certaines personnes et c'est ça qui est encore compliqué pour certaines personnes.

Ines : Maintenant, j'aimerais qu'on parle de moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Peux-tu me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Ana : À un moment, quand j'achetais vraiment beaucoup, je me suis vraiment dit « mais est-ce que j'en ai vraiment besoin en fait ? ». Parce que c'est vrai que sur Vinted, on a tendance à avoir des trucs qui nous plaisent, on se dit que ce n'est pas cher donc ça va. Surtout au niveau des prix, on se dit que ça ne coûte pas cher donc je peux me faire plaisir, je peux acheter, et au final est-ce qu'on en a vraiment besoin ?

Ines : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Ana : Oui, ça m'est déjà arrivé, puisqu'au final je l'ai acheté et je l'ai remis en vente par derrière, ou alors il a traîné un bon moment dans mon dressing et ensuite je l'ai remis en vente aussi. Cela m'est déjà arrivé plus d'une fois.

Ines : Qu'est-ce que tu as ressenti après ce genre d'achat ?

Ana : J'étais un peu déçue sur le moment mais bon, ça arrive. Même au magasin, on achète des trucs et au final on ne les porte pas.

Ines : Est-ce que ce genre de situation t'arrive souvent ou c'est plutôt rare ?

Ana : Ça m'est déjà arrivé de temps en temps mais ça reste rare.

Ines : Tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose, mais tu as changé d'avis ?

Ana : Oui, ça m'est arrivé il n'y a pas longtemps. C'est surtout par rapport aux craintes de la taille. C'est aussi le petit inconvénient, c'est que comme on ne peut pas essayer, des fois la taille ne convient pas.

Ines : Est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas en fin de compte ? Si oui, lesquelles ?

Ana : Ça va être tout ce qui va être problème de taille ou alors les personnes qui ont du mal avec la seconde main.

Ines : Penses-tu que ce type de réflexion arrive aussi à d'autres personnes autour de toi ?

Ana : Oui, je pense.

Ines : Selon toi, qu'est-ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Ana : Je pense justement que les personnes qui ont cet avis-là ne connaissent pas réellement Vinted et devraient essayer de voir comment c'est. Parce qu'en plus on peut très bien retrouver des articles neufs, oui la plupart du temps ce sont des objets ou des vêtements de seconde main. Mais oui, ce serait vraiment que les personnes qui ont des préjugés comme ça voient la plateforme.

Ines : Tout à l'heure, tu m'as dit qu'un des messages principaux de Vinted est qu'ils mettent en avant l'écologie. Quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Ana : Ah oui j'y pense, en plus, j'avais fait une formation sur la fresque du climat et c'est vrai qu'on s'était rendu compte de l'impact des vêtements, de la fast fashion. Après, par exemple, Zara en fait énormément. J'adore Zara mais j'essaye maintenant de ne plus aller en boutique et justement j'étais que sur Internet. Parce qu'en plus les prix à Zara sont quand même élevés. Je me suis rendu compte vraiment de l'impact écologique que les vêtements ont, donc c'est pour ça que je préfère acheter des vêtements sur Vinted, tant pis si je n'ai pas la dernière collection, je

préfère attendre qu'elle passe un peu et pouvoir l'acheter du coup en me disant que j'ai évité de trop polluer derrière.

Ines : Tu m'as déjà dit qu'avant tu allais souvent en boutique mais depuis la découverte de Vinted, tu n'utilises plus que ça ou alors rarement en magasin physique. C'est surtout pour être en accord avec tes valeurs que tu as changé tes habitudes d'achats ?

Ana : Oui.

Ines : Est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour ça ?

Ana : Oui, totalement.

Ines : Tu sais que parfois, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur. Qu'est-ce que ça t'évoque ?

Ana : Alors ça, c'est un peu le problème au niveau du transport. Après, avec le nombre d'envois de colis qui est fait. Ce n'est pas comme avant où les transporteurs se trimbalaient trois colis. J'ai envie de dire maintenant oui, du coup il y a de l'exportation comme Vinted se fait entre plusieurs pays. Mais on n'est pas les seuls à acheter, il y a quand même un grand nombre de personnes derrière. Donc je pense qu'au niveau de l'empreinte carbone, elle n'augmente pas plus qu'un camion qui part avec trois colis dedans.

Ines : Penses-tu que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ? Ou pas forcément ?

Ana : Non, pas forcément. Après, ce qui est toujours conseillé, c'est quand on fait des lots ou ce genre de choses dans un dressing. C'est vrai qu'enfin faire voyager un petit truc, ce n'est pas forcément très bien, mais je pense que ça reste toujours moins polluant que vraiment d'acheter des vêtements neufs, comme par exemple des vêtements qui viennent directement de la Chine. Alors que là, c'est quand même un petit moment qu'ils sont en Belgique ou dans des pays à côté.

Ines : D'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Ana : Oui.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Ana : Oui, par exemple ma mère. Elle fait très attention à ça et c'est pour ça qu'elle l'a mis en avant dans son métier. Elle avait un peu une appréhension sur comment les parents des enfants qu'elle gardait pouvaient le prendre, et au final ils ont tous été très vite d'accord que c'était mieux. Sachant qu'en plus les enfants qu'elles gardent sont vraiment des petits, donc ils tâchent tout, ils vont très vite déchirer les choses, etc. Donc au final, c'était mieux niveau économique et écologique de plutôt prendre des choses de seconde main.

Ines : Qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Ana : C'est vrai parce que généralement en magasin les prix sont deux fois plus élevés, voire encore plus. On va du coup avoir tendance à plus acheter car, par exemple, on a un budget de 100 € dans un magasin, généralement on met 4 articles et on y est très vite aux 100 €. Alors que sur Vinted, bon après il y a des fois les frais de port quand même qui sont un peu élevés avec les frais de protection d'acheteurs. Après, quand on achète en lot justement, ça revient moins cher, mais on peut très vite acheter, si par exemple on achète en lot, on peut très vite acheter une dizaine de vêtements pour 100 €.

Ines : Que penses-tu alors ? Est-ce que cela te pose un problème ?

Ana : Justement, je le disais tout à l'heure, je me pose la question si on en a vraiment besoin. Cela nous pousse à acheter beaucoup. Et au final, peut-être pour des choses qu'on ne va pas forcément porter. Après, si c'est vraiment quelque chose dont on a besoin, ça peut être mieux d'acheter justement plus pour moins cher.

Ines : Sais-tu si d'autres personnes y pensent ?

Ana : Oui, je pense. Tous ceux qui utilisent Vinted autour de moi pensent plus ou moins comme ça.

Ines : Est-ce que ça les ferait réagir ?

Ana : Je pense, après, il faut vraiment avoir cette conscience que si on achète, il faut vraiment utiliser parce que derrière, si ça ne leur plaît pas ou des choses comme ça, c'est un peu compliqué aussi de revendre certaines choses. Donc, je pense qu'il faut faire quand même un minimum attention.

Ines : Penses-tu qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes, acheteurs sur Vinted ?

Ana : Oui, bien sûr.

Ines : Si j'essaye de résumer, tu m'as dit que tu utilises Vinted car c'est plus facile et il y a plus de diversité qu'en magasin, aussi pour une question d'écologie et d'économie. Est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Ana : Non, pas forcément. Après, la plateforme évolue vraiment bien, elle s'élargit de plus en plus avec tout ce qui est téléphone, ordinateur, etc. Tout ça, on ne pouvait pas avant, donc la plate-forme s'est bien, donc je pense qu'elle est en bonne voie. On peut acheter vraiment un peu de tout maintenant dessus.

Ines : On arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé. C'était vraiment intéressant, et ça va beaucoup m'aider.

Répondant 4 – Amaal

Ines : Tout d'abord, merci beaucoup de prendre le temps de participer à cet entretien. L'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et tes ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a donc pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences et tes ressentis. Tout ce que tu me diras restera confidentiel et bien sûr anonyme. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise. Tout d'abord, peux-tu me parler un peu de toi ?

Amaal : Bien sûr. Moi, je m'appelle Amaal. Je suis étudiante en dernière année de master en ingénieur de gestion. Et voilà, j'ai terminé ma session d'examen ici. Je prépare mon mémoire comme toi et j'aime beaucoup le shopping. Donc voilà.

Ines : En parlant de shopping, quels rôles ont les vêtements dans ta vie ?

Amaal : Ils ont un rôle très, très important. Je suis quelqu'un qui fait beaucoup attention à comment je m'habille, à mon image. Je n'aime pas sortir avec un look délabré. Je fais très attention à ça. Récemment ici, je fais aussi très attention à ne plus surconsommer, mais à acheter des vêtements qui vont durer dans le temps et que je peux remettre plusieurs fois avec plusieurs tenues.

Ines : Maintenant, parlons un peu des achats de vêtements. Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ?

Amaal : Moi, je recherche généralement des pièces simples, mais élégantes et sophistiquées, on va dire. J'évite tout ce qui est t-shirt court, t-shirt avec des trous, jeans à trous. Tout ce genre de vêtements, je n'achète pas du tout. Mais vraiment des pièces de bonne qualité, simples, avec des couleurs unies généralement. Je n'aime pas tout ce qui est à strass ou avec plein de motifs. Donc oui, ça va être vraiment quelque chose de simple et d'unifié.

Ines : Parle-moi de tes dernières expériences. Qu'est-ce que tu as acheté en vêtements ?

Amaal : Alors dernièrement, étant donné que j'étais partie en vacances, j'avais plutôt acheté des vêtements de vacances, on va dire des robes, des maillots, etc. Mais la dernière fois que j'avais fait une commande de vêtements, je pense que c'était avant mon stage, j'avais acheté des chemises, des pantalons pour avoir un look, on va dire, plus corporate.

Ines : Ok, tu m'as dit que tu as fait une commande, tu as acheté en ligne, c'est ça ?

Amaal : Exactement, oui, j'achète beaucoup, beaucoup en ligne.

Ines : Ok, tu as plus une préférence en ligne ou en magasin ?

Amaal : J'ai une préférence pour les achats en ligne, je trouve que c'est plus simple. En un clic, la commande est faite. Et aujourd'hui, avec des sites comme Zalando, moi je commande beaucoup sur Zalando, la commande peut être là parfois en 2-3 jours. Ça, c'est vraiment top. Magasin, ça fait très longtemps que je n'ai plus acheté en magasin, je t'avoue.

Ines : Et quand tu achètes sur un site, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Amaal : Je sais qu'il y a un algorithme de recommandation, ça veut dire que sur base de ce que j'ai acheté précédemment, ils ont recommandé au maximum le même style, et ça je le remarque beaucoup. Par exemple, quand j'ouvre l'application Zalando, il n'y a que des pièces que j'aime, c'est parce que l'algorithme se base sur mes achats précédents, sur les articles que j'ai likés, sur ce que j'ai mis en favori, etc. Du coup, c'est fait exprès pour que le consommateur achète encore et encore.

Ines : Et qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Amaal : Qu'est-ce qui compte le plus ? C'est déjà que le vêtement me plaise, mais pas que. Il faut aussi que je m'assure que je puisse le mettre avec plusieurs tenues. C'est sûr que si j'achète un pull orange, ça ne passera pas forcément partout, mais je m'assure que je puisse le porter avec plusieurs tenues, je m'assure de la qualité. Je regarde souvent aussi les avis des autres personnes, pour voir si l'article taille petit, si l'article taille trop grand, est-ce que la qualité, parfois, ça fait cheap. Donc, je fais attention à toutes ces choses-là.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Amaal : Pour être honnête, la majorité de mes achats me plaisent. C'est rare que je procède à des retours. On va dire que sur dix articles achetés, je procède à deux retours. Donc, je pense que ça va. Mais pour être honnête, la majorité des articles que je commande en ligne me plaisent. Parce qu'à force de commander, surtout quand tu commandes les mêmes marques, je sais que telle marque, je sais que ça taille un peu grand, je devrais prendre une taille en dessous. Telle marque, je sais que c'est de la bonne qualité. Du coup, à force de commander, tu réduis tes probabilités que l'article ne te plaise pas.

Ines : Je crois savoir que tu achètes en seconde main, c'est correct ?

Amaal : Oui. Ça m'arrive aussi d'acheter en seconde main, notamment sur Vinted. Récemment, j'ai fait un achat sur Vinted. J'avais commandé un pull. Il était encore neuf avec son étiquette et le prix, c'était vraiment trois fois rien. Donc ça, je trouve ça top. Mais pas que des vêtements que je commande en deuxième main. J'achète aussi des livres ou parfois des petits objets, des babioles.

Ines : Est-ce que tu peux me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Amaal : Comment est-ce que j'ai découvert Vinted ? Je me souviens, c'était une amie qui m'en avait parlé. Elle m'avait expliqué, pas qu'elle achetait sur Vinted, mais qu'elle vendait sur Vinted. Elle me dit qu'il y a cette application qui est géniale. Tu peux vendre tes vêtements en ligne, tes objets en ligne, n'importe. Ça m'avait plu parce que je pouvais également vendre. Au final, quand j'ai découvert l'application, j'ai plus voulu acheter que vendre. C'est pour ça que j'ai découvert.

Ines : À quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?

Amaal : Honnêtement, je regarde tous les jours, mais pas pour acheter ni vendre. Juste pour regarder le fil d'actualité, qu'est-ce qui se vend. Dès que j'ai en tête quelque chose de précis, je vais dans la barre de recherche. Je recherche pour l'acheter. Par exemple, récemment, je voulais acheter un livre. Finalement, ma sœur a pu l'acheter.

Ines : Qu'est-ce que tu apprécies le plus dans l'usage de Vinted ?

Amaal : Le fait que tu peux communiquer. Supposons que tu sois un acheteur. Par exemple, quand je suis acheteuse, j'aime le fait que je puisse communiquer avec le vendeur. J'aime le fait que je puisse recevoir d'autres photos de l'article, des informations supplémentaires, des choses qu'il n'a pas mises dans la description. Le fait que ça soit rapide. Le fait que deux personnes peuvent vendre la même chose à des prix totalement différents. Aussi, le fait que quand tu es vendeur, c'est super efficace. Tu discutes avec tes vendeurs, tu négocies. Je trouve ça très rapide et très protégé aussi.

Ines : Qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable ?

Amaal : Ça, c'est compliqué. Jusqu'ici, je n'ai pas eu de mauvaises expériences sur Vinted. Quand les personnes ne répondent pas. Quand on voit un article et qu'ils répondent une semaine après.

Ines : Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes ou vends d'occasion par rapport au neuf ?

Amaal : C'est vrai que quand tu achètes neuf, tu as toujours cette expérience en magasin. L'expérience du neuf, je veux dire. Supposons que tu achètes un pull de marque. Tu l'achètes, tu auras toujours son sac. Tu auras l'expérience avec les vendeurs qui te conseillent. Ça fait toujours plaisir d'acheter un article neuf. Alors que si tu l'achètes en deuxième main, tu as juste le pull. Et tu n'as pas toute l'expérience qui va avec. Ça, c'est dommage. Mais au final, l'article est le même.

Ines : Quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ? Tu m'as dit qu'au départ, tu as utilisé Vinted pour vendre. Mais au final, ce ne sont plus les mêmes raisons.

Amaal : En fait, les raisons pour lesquelles je voulais utiliser Vinted au départ, c'était pour vendre mes habits uniquement. Mais au fil du temps et au fil des années, mon utilisation de Vinted se fait surtout pour avoir une garde-robe plus écoresponsable et plus une garde-robe de long terme. Je veux éviter au maximum la fast fashion. Parce que c'est vraiment le poison d'une garde-robe, je dirais. J'aimerais avoir des vêtements qui durent sur le long terme, même si c'est un peu plus cher. Des vêtements de qualité et pas des vêtements qu'on a achetés comme ça juste parce qu'ils ont coûté 6 euros ou 7 euros. Et au final, la qualité, elle est horrible et on ne le met qu'une fois.

Ines : On va aller un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Amaal : Quand je pense à Vinted, l'image qui est le plus mise en avant, c'est l'éco-responsabilité. C'est le fait de ne pas acheter un vêtement neuf juste pour dire que j'ai acheté un vêtement neuf. C'est de se dire que je peux le trouver chez quelqu'un d'autre qui l'a peut-être à peine utilisé, à peine mis, et qui peut parfois même être neuf avec son étiquette. Et au final, c'est repris de chez quelqu'un d'autre. Donc oui, l'éco-responsabilité.

Ines : Et comment tu perçois ces messages ?

Amaal : Je trouve que c'est vraiment une bonne chose. Je trouve que c'est un bon message, qu'il est bon de faire véhiculer. Mais je pense que les jeunes d'aujourd'hui, de notre génération, sont très ouverts sur ce sujet. C'est un sujet qui est beaucoup mis en avant quand tu regardes un petit peu partout. Et je trouve ça vraiment positif. Et je trouve que ça doit continuer à être véhiculé.

Ines : Donc ici, un de leurs arguments qu'ils mettent en avant, c'est, je vais te le citer « la seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing, et pour votre porte-monnaie ». Que penses-tu de ce message ?

Amaal : Je trouve que c'est exactement... C'est la vérité. C'est vrai. C'est exactement ce qui est véhiculé aujourd'hui sur toutes les plateformes de seconde main. Donc oui, vraiment, j'ai rien à ajouter sur ce message, mais je suis parfaitement, entièrement d'accord.

Ines : Est-ce que ce genre de message te fait réagir ou ...

Amaal : Non, parce que j'en suis déjà consciente. Ça confirme juste ce que je pense.

Ines : Maintenant, j'aimerais qu'on parle des moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Donc est-ce que tu peux me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Amaal : Oui, c'était quand le vendeur n'était pas très réactif ou qu'il ne répondait pas à mes questions. Moi, j'aime bien qu'avant d'acheter un article, surtout quand il est pas très onéreux, mais que ça représente quand même un certain prix, j'aime bien qu'on réponde à toutes mes questions. Et quand les vendeurs ne sont pas réactifs, même si l'article a l'air parfait, je me désiste.

Ines : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Amaal : Une fois, j'avais commandé un pantalon et c'était pas la bonne taille. Et en fait, j'avais pas regardé la taille. Et c'est pas que ça m'a laissé un doute sur l'application en elle-même, mais c'est juste que je me suis dit que la prochaine fois, je devais être plus vigilante. Et sinon, à part ça, j'ai jamais eu d'expérience négative.

Ines : Et est-ce que tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose, mais tu as changé d'avis ?

Amaal : Oui, je me souviens. C'était quand ... Allez, je voulais acheter un ... C'était un petit carnet ou un petit livre. Et il était à 2 euros. Et avec les frais de transport, je sais pas pourquoi, c'est monté à 8 euros, du coup. Du coup, tout le bénéfice du Vinted pas cher, il est parti. Du coup, je me suis dit, tant pis.

Ines : Et qu'est-ce que tu as ressenti après avoir renoncé ?

Amaal : Ben, rien. C'était pas vraiment un article super intéressant. Donc voilà, je me suis juste dit, c'est vrai que parfois, avec les frais de transport, les frais de Porsche, ça peut revenir à plus cher que l'avis prévu, qu'initialement.

Ines : OK. Est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas, en fin de compte ?

Amaal : Je réfléchis ... Ben, le fait qu'elles se désistent, le fait que l'article ne leur plaise plus, finalement. C'est vrai que moi aussi, ça m'arrive parfois que des personnes soient intéressées par un de mes articles. Elles me posent énormément de questions, etc. Elles négocient. Et au final, elles achètent pas. Voilà. Et je sais pas, peut-être qu'elles se désistent parce qu'elles se disent que finalement, peut-être que l'article ne vaut plus son prix. Ou peut-être que finalement, elles n'en ont plus si besoin que ça. Je sais pas.

Ines : OK. Et selon toi, qu'est-ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Amaal : À réfléchir davantage avant d'acheter ? Ben, c'est pas réfléchir davantage, c'est, je dirais, communiquer davantage avec le vendeur, poser toutes leurs questions, bien lire la description. Ça, c'est super important parce qu'il y en a qui ... Il faut très bien lire la description de l'article. On peut regarder aussi les avis du vendeur pour voir ... Allez, parfois, on peut noter les vendeurs en fonction de petites étoiles. Si tu vois que le vendeur, il a une étoile et que des commentaires négatifs, il est peut-être prudent de ne pas acheter chez lui, je crois. Donc, voilà.

Ines : Tu m'as dit que tu essayais de faire ta garde-robe plus écoresponsable. Donc, quand tu achètes quelque chose sur Vinted, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Amaal : Oui. Et surtout, de plus en plus récemment. Donc, c'est vrai que c'est une question que je me pose beaucoup et j'essaie aussi beaucoup de m'éduquer sur le sujet parce qu'il y a énormément de choses que je ne sais pas et que j'essaie de comprendre aussi.

Donc, j'essaie de me renseigner, de m'éduquer sur le sujet, de voir quelles sont les matières qui sont les plus susceptibles de durer sur le long terme ou pas. Donc, ouais.

Ines : Et si j'ai bien compris, du coup, tu as changé certaines habitudes d'achat pour être plus en accord avec ces valeurs ?

Amaal : Exactement. Du coup, il y a certains sites de fast fashion que j'essaie d'éviter de plus en plus. Je pense que tu as déjà entendu parler du site Shein. C'est vrai que c'est un site qui est très efficace dans le sens où tu as des vêtements pas chers qui ont l'air beaux en images, mais quand tu les reçois, tu te rends compte que la qualité, elle est vraiment horrible. Elle est médiocre. Alors oui, tu n'as pas payé cher, mais au final, est-ce que ça en vaut la peine vu que cet article tu vas le mettre une ou deux fois ? Allez, la qualité, le vêtement, il va vite s'user en raison de sa qualité. Je préfère mettre un peu plus d'argent dans des vêtements plus durables, je t'avoue.

Ines : Donc, est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour l'environnement ?

Amaal : Pas toujours parce que, tu sais, sur Vinted, on vend aussi des vêtements Shein. Du coup, en fait, il faut juste savoir bien chercher.

Ines : Et tu sais que parfois, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur. Qu'est-ce que ça t'évoque ?

Amaal : Qu'est-ce que ça m'évoque ? Je sais que les entreprises utilisent de la main-d'œuvre bon marché, notamment en Asie. Et c'est vrai que ça relève de beaucoup de questions d'éthique et de droits de l'homme parce qu'on entend souvent qu'il y a des enfants qui travaillent, on fait travailler des enfants pour coudre des vêtements, etc. Du coup, c'est vrai que ça fait toujours aller un choc. Mais, je veux dire, à notre petite échelle, à part bien choisir où on achète nos vêtements, on ne peut pas faire grand-chose.

Ines : Est-ce que tu penses que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ou pas forcément ?

Amaal : Ça dépend. Parce que si, supposons que tu achètes un article neuf qui a été cousu par un enfant à l'autre bout du monde et que tu le revends sur Vinted, la personne qui va acheter ce pull, au final, le pull a été cousu par un enfant. Donc, peu importe si tu le mets sur Vinted ou pas, après, le pire a été fait. Du coup, je ne sais pas.

Ines : D'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Amaal : Oui. Oui, parce que je pense que c'est aussi tout l'intérêt d'une seconde main. Je pense que s'il y a bien un message à faire véhiculer, c'est bien le message d'écologie, de responsabilité, de durabilité, de long terme. Donc oui, c'est pertinent.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Amaal : Comme je t'ai dit tout à l'heure, les jeunes d'aujourd'hui, je trouve que oui, ils sont plus sensibles à la cause. Tu remarqueras plusieurs messages sur les réseaux sociaux, de plus en plus de pages liées à l'écoresponsabilité. Mais ce n'est pas tout le monde. Tu remarqueras que ce n'est vraiment pas tout le monde.

Ines : Et qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Amaal : C'est clair que je trouve qu'ils ont raison. C'est comme quand tu vas dans des magasins comme Action, c'est pas cher. Et du coup, vu que c'est pas cher, tu remplis ton caddie, tu remplis ton caddie, tu arrives à la caisse, t'en as pour 70 euros. Vu que c'est pas cher, t'as l'impression que tu peux te permettre plus, mais on se permet beaucoup trop plus. Et au final, ça revient à plus cher.

Ines : Et est-ce ton cas sur Vinted ?

Amaal : En fait, sur Vinted, c'est rare que j'achète plusieurs choses en même temps. Je fais pas des paniers comme je le ferais sur d'autres sites. Sur Vinted, c'est un article à la fois. Je pense pas que ma réponse sera pertinente ici.

Ines : Non, c'est bien. Et sais-tu si d'autres personnes y pensent ?

Amaal : Tout le monde autour de moi, ça se voit quand on l'achète dans des magasins pas chers. On est toujours tous choqués de l'addition finale, je vais dire. Donc oui, on pense tous à peu près la même chose.

Ines : Et qu'en penses-tu ?

Amaal : J'en pense que c'est vrai et que c'est dommage. Mais je pense que c'est peut-être psychologique et c'est fait exprès pour que le consommateur achète plus. Ça m'étonnerait même pas d'ailleurs. Non, c'est toujours lié. C'est toujours lié à ce qu'on consomme plus.

Ines : Et est-ce que tu penses qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes acheteurs sur Vinted ?

Amaal : Oui. C'est toujours bon de partager avec les autres.

Ines : Tu penses que ça pourrait les faire réfléchir ?

Amaal : Je pense qu'un bon message, c'est toujours bon à le faire véhiculer. Mais maintenant, est-ce que les gens changeront leurs habitudes ? Pas sûr.

Ines : Si j'essaie de résumer, tu m'as dit que toi, de base, tu vendais sur Vinted. Enfin, tu as été attirée pour vendre sur Vinted. Au final, tu achètes plus que ce que tu vends. C'est plus pour aller à une motivation écologique que tu le fais aussi. Est-ce qu'il y a d'autres choses que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Amaal : Pas vraiment, non. Je pense que j'ai tout dit. Tes questions étaient claires.

Ines : Voilà, on arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé.

Amaal : Merci à toi.

Répondant 5 – Jessica

Ines : Tout d'abord, merci beaucoup de prendre le temps de participer à cet entretien. Avec plaisir. L'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes, tes ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted.

Jessica : Ok, très bien.

Ines : Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences et tes ressentis. Tout ce que tu me diras restera confidentiel et bien sûr anonyme. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise. Ok, pas de souci, on peut commencer. Peux-tu me parler un peu de toi ?

Jessica : J'ai 30 ans, je m'appelle Jessica. Je travaille au service d'enseignement de la commune de Saint-Gilles pour coordonner les écoles. Je coordonne plus ou moins 10 écoles. C'est vérifier les législations, si on les applique bien, voir avec les directions d'écoles, qu'est-ce qu'on peut mettre en place, tout ce qui est pour les appels à projets, pour pouvoir organiser des projets, notamment culturels dans les écoles, sans que ça soit un coût financier pour les écoles. J'ai le dossier Erasmus+, j'organise des cérémonies, que ce soit les CEB, les prestations de serment, etc. Au niveau des temps libres, comme je disais, là je fais des études en néerlandais pour passer mon Selor. Je vois aussi des amis, je vais boire des verres. J'aime beaucoup cuisiner et quand j'ai le temps, j'ai des cours de danse aussi. C'est cool, tu sors, tu as une vie bien chargée.

Ines : Quel est le rôle des vêtements dans ta vie ?

Jessica : J'aime bien m'habiller correctement en fonction des événements. Après, c'est vite un budget aussi les vêtements. On vient d'acheter une maison il y a plus ou moins un an, qu'on retape totalement nous-mêmes. Par exemple, on n'a pas fait de prêts travaux, donc on finance tout nous-mêmes, ce qui est vite 100 euros par-ci, par-là. Aussi, tout ce qui est environnement, j'essaie de faire attention. J'achète des vêtements, c'est sûr, mais après, je n'ai pas une garde-robe de malade non plus. J'aime bien avoir des belles pièces qui peuvent, par exemple, aller ensemble, pour savoir faire plusieurs tenues. J'essaie d'acheter de la qualité pour garder longtemps mes vêtements aussi. Ce que j'ai, généralement, que ce soit les chaussures, j'essaie de privilégier des bonnes matières. Par exemple, des chaussures en cuir, etc. Au niveau consommation d'eau, c'est énorme, mais après, sur du long terme, ça reste longtemps. Par exemple, j'ai des chaussures qui sont nickels. Par exemple, c'est des chaussures d'hiver, des bottines en cuir. Je vais deux fois par

an les cirer, les entretenir correctement. Et ça fait une dizaine d'années que je les ai et elles sont presque comme neuves. Même chose, j'ai des pulls Ralph Lauren, que ce soit les gilets ou les pulls vraiment classiques en coton, bien torsadés, tissés, et en laine aussi. J'ai des mélanges coton et laine. Par exemple, il y a des pulls que j'ai depuis dix ans. Et même chose, ils sont comme neufs. Je préfère mettre un certain prix et garder longtemps mes vêtements pour tout ça. Après, ça a l'air confortable, mais de là à acheter du neuf chez Ralph Lauren, par exemple, à 300 euros le pull, ce n'est pas possible pour moi. C'est un trop gros budget. Là, par exemple, je vais privilégier Vinted pour ça. Après, je prends le temps de regarder par rapport à ce que j'ai déjà ou ce que j'ai en tête. Et je prends le temps sur Vinted de chercher une marque que je souhaiterais, que ce soit autant les chaussures que les pulls. Qu'est-ce que j'achète d'autre ? Les t-shirts, chaussures, mais neufs exclusivement. Tout ce qui est pulls et t-shirts, j'achète en neufs ou neufs sans étiquettes. Si ça a été porté une ou deux fois, ça ne me dérange pas non plus. Par contre, les chaussures, là, je regarde vraiment que ça soit neuf, neuf, neuf parce que là, ça me dérange un petit peu plus. Les sacs à main aussi, je n'ai pas 50 sacs à main, mais ceux que j'ai, je les ai depuis très très longtemps. Et même chose, je fais attention, je les cire, je les entretiens. Donc, même chose, les sacs que j'achète, prix neuf, ce n'est pas abordable. Donc, je regarde aussi sur Vinted.

Ines : Ok. Tu as déjà répondu à pas mal de questions qui suivent.

Jessica : Oui, je me doute.

Ines : Non, mais pas de souci. Je vais quand même parcourir quelques questions. Donc, qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ?

Jessica : En fait, je suis quelqu'un de très très organisé. Donc, en fait, si j'ai un truc qui me vient à l'esprit, c'est que je n'ai plus assez de ça ou que j'en ai vraiment besoin. Par exemple, je m'explique : à chaque fin de saison, en hiver ou en été, à la fin, je regarde qu'est-ce que j'ai vraiment porté ou pas porté. Tout ce que je n'ai pas porté, pour moi, c'est que je n'en ai plus besoin. Du coup, soit je vais revendre sur Vinted, soit donner à des associations. Mais par contre, il y a parfois des hivers où, je ne sais pas, si j'ai depuis très très longtemps mes chaussures, peut-être qu'une semelle, à force de marcher, va par exemple peut-être flouter. Ou je ne sais pas, j'ai peut-être cassé un pantalon, ça arrive aussi. Mais je vais faire le point sur ce qui me manque réellement. Ou je ne sais pas, si je n'ai plus assez d'écharpes, j'ai peut-être perdu une écharpe dans le train, ce qui peut arriver aussi. Je vais faire une liste avec vraiment ce dont j'ai besoin. Je vais réfléchir à la couleur, une couleur qui irait avec tout, avec telle et telle couleur que j'ai déjà.

Et en fonction de cette liste, c'est sur cette base-là que je fais mes achats. Parce que je me dis que j'en ai réellement besoin.

Ines : Est-ce que tu sais me parler de tes dernières expériences ? Qu'est-ce que tu as acheté en vêtements ?

Jessica : Qu'est-ce que j'ai acheté dernièrement sur Vinted ? C'était des pulls d'hiver. Un pull Ralph et un pull Superdry en laine, bien chaud, bien épais, bien cosy.

Ines : Tu m'as dit que tu l'as acheté sur Vinted. Est-ce que tu achètes également sur d'autres sites en ligne, en magasin ?

Jessica : Oui, ça m'arrive aussi. J'avoue que je ne fais plus énormément les magasins par faute de temps. J'y vais peut-être une ou deux fois par an. Même chose, quand je fais les magasins, je n'achète pas directement. Je vais faire les tours du shopping. Par exemple, je vais aller à Mons, aux Grands Prés. Je vais regarder ce que j'aime bien ou ce que j'ai repéré. J'en fais des photos. Puis, je réfléchis si j'achète ou pas. Parfois, fonctionner qu'en coup de cœur, ça va. Sauf si j'ai vraiment un gros coup de cœur, alors j'achète. Généralement, j'essaie d'être raisonnable et de me dire que j'ai vu ça, etc. Par rapport au magasin, je regarde déjà en ligne s'il n'y a pas moins cher. Parfois, pour le même article, on paye 5 euros moins cher. Ou je vais regarder sur Vinted. Parce que parfois, il y a déjà des gens qui le vendent alors qu'ils ne l'ont pas... C'est encore un magasin. Ils ne l'ont pas porté et ça revient à moitié du prix. Oui, ça m'arrive d'acheter en magasin. Mais j'achète quand même vachement plus en ligne mes vêtements. Quand je dis en ligne, c'est soit Vinted ou soit ... Il y a déjà un petit magasin que j'aime bien qui a son siège social à Louvain-la-Neuve et qui vend en ligne exclusivement. J'achète là aussi. Ou je regarde sur les plus grosses plateformes. Par exemple, Amazon, je n'achète pas. Pour des raisons plutôt sociales et économiques. Tout ce qui est Temu, Shein, etc. Je n'achète pas non plus. Limite Zalando, j'évite aussi. About You, de temps en temps, ça arrive aussi mais pas énormément. C'est soit des plus petites structures en ligne avec un siège social belge, soit Vinted.

Ines : Quand tu achètes sur un site internet, vu que tu achètes plus en ligne, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Jessica : Ici, les petites boutiques en ligne que je connais, elles travaillent énormément sur Facebook. Il y a beaucoup de photos de présentation ou des vidéos de présentation. Leurs sites internet sont assez simples. Après, il y a quand même un budget derrière parce qu'un site, ça

coûte vite cher. Mais ce n'est pas une grosse plateforme comme Zalando ou About You qui pousse vraiment à l'achat et qui « facilite » de créer son panier, etc. Ce sont des sites beaucoup plus simples. Parfois, ce n'est même que des commandes via Facebook et elles font un panier directement sur leur site internet où il suffit de payer son panier. Ce ne sont pas des sites internet « waouh » et peut-être un peu parfois défraîchis ou lents. Après, ils permettent l'achat et de payer. Par rapport aux autres sites, ce n'est pas un choix de malade. Ce sont des collections par mois, par exemple. Si on va sur Zalando, About You ou Vinted, je trouve que ça prend un temps fou. Si on n'a pas une idée derrière la tête et qu'on se dit « je regarderais bien pour une paire de chaussures comme ça, par exemple », il y a moyen de scroller pendant des heures et des heures tellement il y a d'articles. Ça m'agace un petit peu, j'avoue. Même sur Vinted, je regarde vraiment quand j'ai une idée en tête d'un modèle que j'ai vu ou essayé ou vraiment flashé. Comme ça, je sais déjà la marque, la taille. Je sais vers quoi je mets mes filtres. Si tu n'as pas trop d'idées, je trouve que c'est compliqué. Sur des gros sites ou même Vinted, avec le flux qu'il y a, de finalement faire un choix.

Ines : Ok. Je pense que tu as déjà répondu à cette question, mais comme ça, je suis sûre. Qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Jessica : Je dirais la qualité et l'image qu'il renvoie. Par exemple, je fais fort attention aux détails. Personnellement, un pull qu'on achète chez Shein ou un vrai pull avec de la bonne laine torsadée ou un vrai coton torsadé, je le vois. Clairement, ça se voit que c'est de basse qualité chez Shein et que ça ne me donne pas envie de porter ça. Je fais vraiment attention à choisir des belles et bonnes matières parce que, mine de rien, dans la société où on est actuellement, tout ce genre de détails peut impacter fortement. Je viens d'une famille à niveau socio-économique très faible et ce qui permettait qu'on ne le voie pas trop et qu'on ne m'ait jamais posé de question, c'est qu'on s'habillait quand même bien à la maison. Parfois, on achetait en seconde main des friperies, etc., mais on s'est toujours très bien habillées, on a toujours été propres sur nous. Rien que ce fait-là, on passe une aversion. Ici, j'ai fait des études, etc., donc financièrement, c'est à moi mieux. Je suis dans la moyenne, mais j'ai toujours ce réflexe de faire très attention à ce que je porte, où je vais, où je m'habille en fonction, etc. Je trouve que les vêtements font beaucoup pour s'intégrer dans des milieux sociaux ou même au travail, finalement. Parfois, ça apporte aussi beaucoup, surtout que je travaille dans une commune, c'est fort politisé. Mine de rien, le fait de faire attention à mes vêtements, de faire attention à ce que je mets avant d'aller travailler, etc. Par exemple, s'il y a une réunion d'urgence et que les chefs ne savent pas, ils vont me dire « tu peux y aller », etc. Et même chose, c'est le genre de personnes qui font très attention à l'image qu'on

renvoie. Je trouve que les vêtements, mine de rien, ça représente un peu notre personnalité et ça peut influencer les comportements des gens.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Jessica : Particulièrement plu ... J'irais, c'était plutôt quand j'étais ado et j'attendais pendant des mois pour avoir un pull ou des chaussures ou un sac. Maintenant, j'attends toujours aussi avant d'acheter, mais ça me marque moins. Par exemple, à Noël, j'ai reçu un sac que je ne m'attendais pas, j'étais contente de l'avoir et je sais que je vais le garder longtemps. Mais ça marque peut-être moins qu'avant. Et puis, c'est mes achats aussi. Avant, peut-être que je devais dépendre aussi d'un tel ou d'un tel pour l'avoir.

Ines : Tu m'as dit que tu utilisais Vinted. Est-ce que tu peux me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Jessica : J'avoue que ça fait tellement longtemps que je l'utilise que je ne sais même plus comment je suis tombée dessus initialement. Parce qu'honnêtement, j'étais même encore en bachelier, je pense, quand j'ai commencé. Donc, vraiment, comment je l'ai découvert, je ne sais plus. Peut-être une pub sur les réseaux ou peut-être qu'à l'époque, on achetait beaucoup sur Facebook et qu'après, les gens commençaient à créer des comptes Vinted parce que ça aidait aux achats, il y avait une certaine sécurité. Donc, je pense que ça a dû commencer comme ça. C'est devenu, à un moment donné, un peu la mode de, quand on achetait les trucs sur Facebook, entre guillemets, demander à la personne de mettre sur Vinted, mais comment je l'ai découvert exactement, je ne sais plus. Mais c'était une sorte de sécurité, entre guillemets, pour les échanges d'argent, pour recevoir les colis, etc. Je ne sais pas si ça aide dans la question.

Ines : Non, il n'y a aucune mauvaise réponse.

Jessica : Vraiment, comment je l'ai découvert, je ne sais plus du tout. Ça date d'il y a trop longtemps.

Ines : Pas de souci. Mais est-ce que tu te souviens de ce qui t'a attiré au départ ? Pourquoi t'as eu envie de l'acheter ?

Jessica : Je pense que c'était vraiment ça parce qu'avant, on achetait plutôt sur Facebook. Donc, via le Marketplace, on regardait des vêtements, il y avait des gens qui faisaient des lots ou des partages d'amis via via. Mais à force des via via, tes amis proches ne connaissaient pas cette

personne. Et donc, il fallait regarder que la personne n'allait pas trop loin parce que tu devais aller chercher tes vêtements ou la personne devait te les apporter. Ou alors, il fallait prendre le risque, entre guillemets, de commander par la poste, que la personne te l'envoie. Mais bon, c'était un risque pour les deux, entre guillemets. Soit tu payais et tu n'avais pas un colis qui arrivait, soit la personne envoyait le colis, mais est-ce qu'elle allait avoir son argent ? Donc, c'était un peu compliqué. Donc, je pense que c'est comme ça que j'ai commencé à utiliser Vinted. C'était par rapport à des colis Facebook à l'époque qui n'étaient peut-être pas spécialement près de chez moi pour que je puisse payer l'achat et être sûre de l'avoir.

Ines : Qu'est-ce que tu apprécies le plus dans l'usage de Vinted ?

Jessica : C'est le côté, j'avoue, financier, déjà, parce que parfois, il y a des trucs neufs avec étiquettes qu'on paye la moitié du prix, si pas encore moins cher. Je me dis qu'on achète énormément de vêtements de manière générale. Après, tout le monde ne fonctionne pas comme moi. J'avoue que j'essaie de restreindre et de regarder un petit peu ce que je vais acheter, mais bon, après, il y a des personnes qui font beaucoup d'achats compulsifs ou qui achètent des caleçons à coup de cœur. Et je me dis que c'est déjà énormément de vêtements qui sont produits, qui ne sont pas utilisés. Et autant voir pour acheter ceux qui sont déjà là et produits qu'encore entraîner les firmes à produire plus. Donc, j'ai un côté un peu responsable aussi derrière.

Ines : Qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable avec la plateforme ?

Jessica : Avant, c'était quand même vachement moins utilisé. Donc, il y avait des articles, mais pas autant que maintenant. Maintenant, il y a vraiment tout. Donc, il faut vraiment mettre des bons filtres. Et par rapport à avant, j'ai l'impression qu'il y a beaucoup plus de faux profils, entre guillemets, des profils arnaques, entre guillemets, qui reprennent des photos, etc. Donc, il faut être, par rapport à l'époque, beaucoup plus vigilant de bien regarder les photos, voir un peu le profil, les évaluations, etc. Avant, il fallait être beaucoup moins vigilant, je trouve. Et puis, les gens aussi, pour ceux qui font des faux profils, ont un peu compris les failles du truc. Donc, par exemple, tu peux envoyer le colis, mais vide ou avec un truc cassé, etc. Et la plateforme ne gère pas toujours bien les litiges. Maintenant, moi, je touche du bois. Jusqu'à présent, je n'ai eu aucun souci. Mais parfois, il y a des témoignages qui ne sont pas très valorisants pour la plateforme. Mais moi, en tout cas, personnellement, je n'ai jamais eu de mauvaise surprise. Je lis les évaluations. J'essaie d'être fort, fort attentif. Et puis aussi, je fais attention aux évaluations, aux photos, etc. Mais même chose, si c'est un pull neuf qui a peut-être une valeur déjà de base de 300 balles et qu'on le fait à 50-100 euros, qui est dans la fourchette des prix, je me dis, OK, c'est plus

ou moins les prix du truc. Mais si je le vois à 20 euros ou à 10 euros chez quelqu'un d'autre, je ne vais peut-être pas l'acheter en me disant pourquoi il descend tant le prix. Donc, j'essaie de regarder aussi par rapport aux fourchettes de prix. J'ai fini la réponse.

Ines : Ça va. Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes ou vends d'occasion par rapport au neuf ?

Jessica : Franchement, pour moi, c'est la même chose. Après, quand je vends, je ne vends même pas à des prix exorbitants. Franchement, je vends pour dire de vendre ou je donne à des associations. Ça ne change rien pour moi, honnêtement.

Ines : OK. Et quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ?

Jessica : Oui, parce que le but, c'était quand même d'acheter à moindre prix des chouettes articles et d'avoir quand même une certaine sécurité. Après, il faut peut-être plus regarder qu'à l'époque, comme je le disais. Mais voilà. Donc oui, je dirais que c'est plus ou moins comme avant.

Ines : Donc, on va aller un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Jessica : J'avoue que vu qu'entretemps, ils ont fait énormément de pubs, que ce soit sur les réseaux, à la TV, etc., c'est « Tu ne le portes plus, vends-le sur Vinted. » Je dirais que c'est vraiment le truc-là qui ressort le plus dans mon imaginaire, en tout cas.

Ines : Ici, je vais te citer un de leurs arguments qu'ils mettent en avant. « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. » Que penses-tu de ce message ?

Jessica : C'est un petit peu ce que j'avais par moi-même. Ça se rejoint.

Ines : Est-ce que tu trouves ça pertinent ?

Jessica : Oui.

Ines : Et comment tu réagis face à ce genre de message ?

Jessica : Je trouve que ça a du sens, en fait, de la manière dont on vit. Je trouve qu'on consomme trop, on est trop achetés. On est vraiment dans une société de consommation. Ça limite peut-être

un petit peu le truc, quand on regarde tout ce qu'il y a derrière, que ce soit les grosses productions de masse en Chine, etc., ou même H&M, etc. C'est peut-être un sparadrap sur un torrent démentiel. Après, je pense que si chacun fait sa petite action et essaie d'être sensibilisé à ses achats et fait un minimum, peut-être qu'on s'en sortira un jour. Je me dis que, de mon côté, j'essaie de faire au mieux.

Ines : Maintenant, j'aimerais qu'on parle des moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Est-ce que tu peux me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Jessica : Comme je le disais, c'est par rapport au profil, aux évaluations, aux photos. Si, par exemple, je vois que les photos ne sont pas prises dans un même lieu ou qu'en fait, c'est des articles qui se ressemblent, mais ça se voit clairement que ce n'est pas exactement le même, ça va me faire douter et je ne vais pas acheter.

Ines : Est-ce que tu es déjà arrivée à faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Jessica : Je sais qu'une fois, j'avais acheté une paire de chaussures il y a quelques années et la couleur n'était pas vraiment 100 % la même que ce que la personne annonçait et même sur les photos. Après, c'était exactement le même modèle. Il était en bon état aussi. C'est juste cette fois-là où je râlais un petit peu parce que la couleur annoncée était brune camel et j'ai eu un truc beige et je voulais pas un truc beige. Après, je n'ai pas été plus loin parce que le truc était en bon état. Est-ce que la personne s'est mélangée dans ces photos ? Je n'en sais rien dans ces trucs. C'est vraiment la seule fois. C'était un petit problème de couleur. C'est resté très correct.

Ines : Est-ce que ce genre de situation t'arrive souvent ? C'est plutôt rare ?

Jessica : Non, vraiment, c'est la seule fois où, en achetant sur Vinted, je me suis dit que c'était pas ça. Et encore, c'était la même marque, c'était la même pointure. C'était une couleur qui n'était pas vraiment la même.

Ines : Tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose mais au final, t'as changé d'avis ?

Jessica : Oui, une fois, j'avais vu un article, mais je ne sais plus c'était quoi, et j'avais été voir les évaluations de la personne. Mais j'étais vraiment prête à acheter. Et puis, je me suis dit, zut, je n'ai pas été voir ses évaluations ni vraiment son profil en tant que tel. Et heureusement que j'avais

été voir parce que toutes ses évaluations étaient mauvaises et apparemment, elle envoyait des belles photos, mais les trucs n'étaient pas du tout la même chose. Je ne sais pas comment elle arrivait à faire ça, après ses photos, mais elle envoyait des articles qui n'avaient rien à voir apparemment. Voilà, c'est cette fois-là où je me suis dit : non, j'achète pas.

Ines : Est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas en fin de compte ?

Jessica : Peut-être peur, entre guillemets, d'avoir une mauvaise surprise. Peut-être qu'il y a trop de choix aussi en disant : « J'ai vu ça, j'ai vu ça, finalement, je ne sais pas quoi prendre. » Et puis, on se dit, je vais y réfléchir. Finalement, on se dit peut-être qu'on n'en a pas besoin ou on oublie l'article.

Ines : Et selon toi, qu'est-ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Jessica : Peut-être les évaluations, les photos. Peut-être comment les vendeurs parlent aussi. Peut-être que ça peut être un frein, que certains n'aiment pas la manière de parler ou je n'en sais rien.

Ines : Tu m'as dit que tu voyais aussi un peu le côté écoresponsable de la plateforme. Est-ce que quand tu achètes quelque chose sur Vinted, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Jessica : Oui, parfois, je regarde les kilomètres aussi, parce que je me dis que ça facilite les envois. Mais d'un autre côté, si c'est pour un T-shirt qui vient d'Italie, c'est ridicule de faire autant de trajets pour un T-shirt. Donc oui, je regarde quand même un petit peu la localisation des articles. Si c'est possible, parfois, j'enregistre des profils où les gens ont vraiment les mêmes goûts, on va dire, les mêmes goûts et même taille que moi. Et j'enregistre les profils comme ça. J'essaie de faire des lots aussi, plutôt que juste un article à envoyer.

Ines : As-tu déjà changé certaines habitudes d'achat pour être plus en accord avec ces valeurs-là ?

Jessica : Je dirais que oui, de manière globale, dans mes achats au quotidien. J'essaie de faire attention de manière générale.

Ines : Est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour ça ?

Jessica : Si c'est utilisé intelligemment, ça peut aider. Après, comme je disais, par exemple, quelqu'un qui va acheter de manière compulsive 50 T-shirts par semaine... Bon, j'exagère un petit peu, mais voilà, pour donner une grosse image. Et que c'est à chaque fois un T-shirt qu'on envoie par domicile d'un vendeur, et qu'il y en a un qui est en Italie, l'autre en Allemagne, l'autre en Espagne, l'autre en France... Ça n'a pas de sens, en fait.

Ines : Qu'est-ce que ça t'évoque de savoir qu'un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur ?

Jessica : C'est un peu comme tout. Les gens ne sont pas spécialement sensibilisés, ou ne font pas attention, ou ne sont pas formés. Il y a plein de facteurs où on se dit qu'on s'en fout, que ce n'est pas à nous de faire l'effort. Moi, je trouve que c'est un non-sens aussi, et qu'on devrait limiter aussi, par exemple, le périmètre, ou s'il y a X kilomètres, d'avoir peut-être autant d'articles, ou j'en sais rien, mais que c'est peut-être un peu plus de sens. Mais après, c'est comme tout. Il y a des gens qui achètent sur Chine, enfin, c'est comme tout, ou qui achètent de la honte, qui viennent du Kenya, ici, au mois d'août, alors qu'il y en a en Belgique.

Ines : Ok. Et penses-tu que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main, ou pas forcément ?

Jessica : Oui, ça pourrait. Après, je pense que ça ne remet pas en question la seconde main en tant que telle. C'est plutôt toujours le comportement du consommateur ou du vendeur aussi qui impacte sur tout. Si on pousse vraiment à la réflexion, cela peut impacter l'image de la seconde main.

Ines : D'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Jessica : Je pense que l'intention de base, oui. Après, si on creuse plus loin, ça retire peut-être le côté quand même écologique.

Ines : Est-ce que c'était un aspect auquel tu avais déjà réfléchi ?

Jessica : Peut-être pas aussi loin. Mais on va dire que dans mes comportements d'achat, j'essaie quand même d'y réfléchir. On va dire que j'ai repoussé ma réflexion.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Jessica : Très rarement en tout cas.

Ines : Qu'est-ce qui pourrait les amener à le faire ?

Jessica : Je ne sais pas. Je pense que c'est sociétal. Ça devrait être déjà appris dès tout petit. C'est un problème de société où tout le monde se renvoie la balle, que ce soit même au niveau des gouvernements, des pays. Je pense que c'est une généralité. C'est vraiment revoir sa manière de penser, mais de manière sociétale.

Ines : Et qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Jessica : C'est une réalité aussi que les gens préfèrent avoir beaucoup en ne payant pas cher qu'avoir moins en mettant peut-être le prix et le garder pendant plus longtemps. Comme je disais, on est vraiment dans une société de consommation, donc je pense qu'on est fiers entre guillemets, de dire « ah, j'ai acheté autant pour ce prix-là », alors qu'on va peut-être pas le garder longtemps. Parfois c'est mieux d'investir dans une bonne pièce et qui ne bouge pas.

Ines : Penses-tu qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes, acheteurs sur Vinted ?

Jessica : Pourquoi pas si ça peut un peu sensibiliser les gens.

Ines : Tu aurais des idées de ce qu'on pourrait faire par exemple, concrètement ?

Jessica : Je ne sais pas, cela pourrait être dans leur pub ou dans leur FAQ. C'est plutôt de manière sociétale, c'est plutôt à revoir les habitudes des gens et les sensibiliser de manière globale, que ce soit des plus jeunes aux plus vieux. C'est un peu utopique.

Ines : On arrive à la fin de l'entretien. Est-ce qu'il y a d'autres choses que tu aimerais rajouter sur ton expérience ou sur ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Jessica : Non.

Ines : D'accord, merci pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé.

Jessica : Derien, avec plaisir.

Répondant 6 – Charlotte

Ines : Alors d'abord, je tiens à te remercier pour le temps que tu me consacres pour cet entretien. L'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences et tes ressentis. Tout ce que tu me diras restera confidentiel et bien sûr anonyme. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise.

Charlotte : Ok, ça va.

Ines : Peux-tu me parler un peu de toi ?

Charlotte : Je m'appelle Charlotte, j'ai 31 ans. Je travaille dans le public. Mon quotidien, je suis à fond dans l'écologie, et donc mon but, c'est de ne pas trop consommer, en tout cas s'éviter de consommer des produits neufs. Et donc, c'est pour ça principalement que j'utilise aussi Vinted. Après, c'est vraiment dans une volonté d'éviter de consommer de trop aussi. Sinon, mon quotidien, voilà, j'aime bien le sport.

Ines : Ok, et quels rôles ont les vêtements dans ta vie ?

Charlotte : Alors, quand j'étais plus jeune, j'aimais bien être bien habillée, mais ça n'avait pas spécialement d'importance, dans le sens où j'apportais peu d'importance quand même au fait d'avoir beaucoup de vêtements. J'ai jamais manqué de rien, mais voilà, j'avais ce qu'il me fallait sans plus. Et puis, à la fin de l'adolescence, quand j'ai commencé l'université, j'ai rencontré un groupe de copines pour qui c'était hyper important d'être toujours à la mode, d'avoir beaucoup de vêtements. Et donc là, j'ai commencé à acheter, je ne sais même pas si je peux dire un peu plus, ou juste vraiment en fait à acheter des vêtements. Et donc là, j'ai commencé à acheter des vêtements, des accessoires, à en avoir de plus en plus. Et en fait, vu que j'avais déjà ma taille actuelle, que je n'ai plus vraiment grandi, que je n'ai pas trop grossi non plus, il y a beaucoup de vêtements que j'ai gardés. Donc en fait, j'ai accumulé beaucoup. Donc il y a beaucoup de vêtements qui rentraient et peu qui sortaient à un moment, voilà.

Ines : Maintenant, on va parler un peu de tes achats de vêtements. Donc, qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes un vêtement ?

Charlotte : Un vêtement qui me plaît visuellement, mais qui est aussi confortable en fait. Parce qu'à un moment, on ne fait pas trop attention à ça. Et puis maintenant, je me rends compte que c'est ça aussi, le fait que parfois, je ne porte pas de vêtements, c'est que je ne me sens pas bien dedans. Donc voilà, j'essaie de voir que les coutures ne me gênent pas, que je sois à l'aise, que ce soit la bonne taille. Et aussi visuellement et les couleurs, que tout ça me plaise.

Ines : Et est-ce que tu sais me parler de tes dernières expériences ? Qu'est-ce que tu as acheté ?

Charlotte : Alors en termes de vêtements, ça fait vraiment longtemps que je n'ai plus acheté. Mon dernier achat, c'était une commande en ligne. Parce que j'aime autant, en fait, acheter les vêtements et pouvoir les essayer ici à la maison avec des trucs que j'ai déjà. Parce que j'essaie de faire un maximum d'ensembles, d'avoir des vêtements qui vont tous les uns avec les autres. Et donc j'avais commandé, je crois que c'était chez Zara. Et j'avais pris plus de pantalons, parce que je trouve que les pantalons sont de mauvaise qualité maintenant. Et donc en fait, je les use tous vraiment jusqu'à ce qu'ils craquent. Et donc j'ai racheté des pantalons et quelques blouses, mais des classiques. En fait, maintenant j'essaie de racheter vraiment des classiques, en me disant comme ça je me lasserai moins aussi.

Ines : Et donc tu m'as dit que là tu avais commandé en ligne. Est-ce que tu vas également en magasin de temps en temps ?

Charlotte : À l'heure actuelle, j'aime bien essayer. Donc ça, il faut que j'essaye. Mais du coup maintenant, c'est facile de commander en ligne et de renvoyer aussi. Mais voilà, pour le transport, c'est pas non plus hyper écolo. Donc je dirais pas que j'ai une préférence dans le sens où, de toute façon, là j'achète vraiment quasi plus. Mais c'est vrai que du coup, les dernières fois où j'ai acheté, je suis allée en ligne. En me disant comme ça : je l'essaye ici et je dois pas en fait chercher en magasin. C'est quelque chose qui m'énerve aussi. Vu que j'achète des choses dont j'ai besoin, je veux plus en magasin, parce que là il y a tout et donc t'es plus vite poussé à acheter quand tu vois des choses dont t'as pas besoin mais qui sont jolies. Donc je vais aller en ligne, sélectionner vraiment ce dont j'ai besoin et alors commander vraiment ce qu'il me faut.

Ines : Et quand tu achètes sur un site en ligne, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Charlotte : Souvent, c'est pas top parce que ça dépend de quel site. Mais je vais beaucoup, enfin je vais beaucoup, donc comme je t'ai dit, je vais pas beaucoup, mais les dernières fois, c'était

chez Zara. Et donc j'aime bien en fait leurs produits, leurs vêtements, mais leur site je trouve très mal fait parce qu'on n'a pas une vue globale. Enfin les photos sont très mal mises, je sais pas, on voit pas bien. On n'a jamais une vue entière d'un vêtement. Et donc ouais, c'est difficile de se faire une bonne idée aussi du produit en fait. De comment il va aller parce qu'elles sont aussi super skinny et donc forcément tous les jours, c'est quand même rare de faire un XXS. Donc leur rendu est jamais pareil sur nous non plus, mais c'est pour ça que moi je dois essayer, parce que voilà. C'est jamais pareil. Donc pas top les sites, je trouve.

Ines : Et qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Charlotte : Comme j'avais dit, qu'il soit confortable, qu'il ait l'air de bonne qualité. Alors après, entre avoir l'air et être de bonne qualité, ça parfois c'est différent, mais on peut pas le savoir à l'avance. Après, le prix aussi forcément. Mais je me dis, les prix qu'on propose à l'heure actuelle sont pas la vraie valeur des vêtements. Donc j'aime autant parfois payer un peu plus cher si je sais que ça vaut la peine et que c'est une bonne marque. Mais même comme ça c'est pas facile. Mais donc voilà, l'un dans l'autre. Oui, la qualité, le confort et le prix en troisième position.

Ines : Tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Charlotte : En fait la plupart des basiques que j'achète pour le moment me plaisent vraiment beaucoup dans le sens où je peux faire plein d'assortiments différents, enfin de mix & match, je sais pas comment on dit, avec mes vêtements. Et donc ça, ça me plaît beaucoup. Je mets beaucoup de basiques pour le moment. Après un achat qui m'a vraiment transcendée, je sais pas. En vêtements, non, en accessoires plus. J'ai acheté un petit sac à dos il y a deux ans et je le mets tout le temps. Il est hyper pratique. Ça c'est vraiment un bon achat. Des paires de chaussures aussi. Souvent je prends mon temps, j'attends vraiment de savoir de quoi j'ai besoin et donc après souvent je suis contente de mes achats chaussures aussi.

Ines : D'accord. Et donc je crois savoir que tu achètes en seconde main aussi, c'est correct ?

Charlotte : Oui, tout à fait.

Ines : Tu m'as parlé au début de Vinted, est-ce que tu peux me raconter comment tu l'as découvert ?

Charlotte : Oula, ça, je ne saurais plus te dire. Je suppose qu'à un moment ... Non, je ne sais plus du tout. Est-ce que ça doit être une copine qui m'en a parlé, je pense. Parce que je ne me souviens pas avoir vu de pub là-dessus.

Ines : Pas de souci, c'est juste pour information. Tu te souviens de ce qui t'a attiré au départ ?

Charlotte : Oui, le fait que c'est un cycle fermé dans le sens où tu ne produis pas de nouvelles matières premières. Tu achètes des vêtements qui existent déjà et que des gens n'utilisent plus. Et donc tu fais du réemploi. Quand ça ne plaît plus à quelqu'un, ça peut t'offrir ce qui plaira à quelqu'un d'autre. Et c'est important d'utiliser ce qui existe déjà avant de produire de nouvelles choses. Donc c'est vraiment ça qui m'a attiré.

Ines : Et à quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?

Charlotte : Là, beaucoup moins. J'ai acheté beaucoup à un moment. Ici, j'essaye de ne plus acheter du tout tant que je n'ai pas un réel besoin. Mais j'ai acheté des accessoires. Donc en vêtements, je n'ai plus rien acheté. Mais j'ai acheté des accessoires de sport. Des raquettes, il y a un mois, un mois et demi. Des raquettes de padel. Mais en fait, je m'étais dit que c'était plutôt côté pratique, dans le sens où les louer à chaque fois, au final, c'est un budget aussi. Et là où on va, le magasin n'est pas toujours ouvert pour les louer. Donc c'est toujours un peu l'organisation. Vu qu'on joue une fois de temps en temps, on en a, on a un stock. On se les prête aussi en famille quand il y en a qui y vont. Et donc c'est vraiment côté pratique. Maintenant, on en a et on les utilise. Donc c'est un achat qui sert. Mais est-ce que c'était utile ? Non, très rarement. Mais c'est utilisé.

Ines : Et qu'est-ce que tu apprécies dans l'usage de Vinted ?

Charlotte : Tout est très bien. Enfin, tout est très bien. En vrai, non, parfois il y a des vendeurs ou des acheteurs qui sont un petit peu embêtants, quoi. Mais au-delà des gens, l'application est très chouette.

Ines : Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes d'occasion par rapport aux neufs ?

Charlotte : Ben, il n'y a rien de différent. Voilà, après moi, de toute façon, que j'achète neuf ou de seconde main, je lave toujours mes vêtements avant de les porter. Parce qu'on ne sait jamais où ça a été, même quand c'est neuf, qu'il a essayé ou quoi que ce soit. Mais donc, il n'y a rien de

différent. Moi, je sens de la satisfaction puisque je n'ai pas utilisé de nouvelles matières premières. Mais au-delà de ça, il n'y a rien de différent, quoi.

Ines : Et quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu recherchais ?

Charlotte : Ben oui. Après, j'ai l'impression qu'il y a de plus en plus de personnes qui vendent du neuf sur Vinted. Et ça, ça m'exaspère un petit peu. Avant, j'ai l'impression que ça n'existait pas, les gens qui faisaient un peu leur magasin ... Bon, de toute façon, je crois que c'est illégal. Mais ici, par exemple, la raquette de padel qu'on a achetée, je ne pense pas du tout que c'était de la seconde main. Elles étaient neuves. Et j'ai cherché pourtant des raquettes de seconde main, mais je n'ai pas trouvé. Et vraiment, toutes celles que les gens vendaient, c'était des neuves. Donc là, je ne comprends pas trop le business derrière. Et pourquoi Vinted ne check pas plus ça ? Parce que ce n'est pas le but pour moi de la plateforme. Donc voilà. Mais l'un dans l'autre ... Après, j'essaye de toujours chercher des personnes, je veux dire lambda, qui vendent vraiment de la seconde main. Mais là, pour les raquettes de padel, j'ai eu du mal et je n'ai pas trouvé de la seconde main.

Ines : Donc maintenant, on va aller un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant par la plateforme ?

Charlotte : Je ne sais pas.

Ines : Par exemple, si tu as en tête un message, un slogan, un principe.

Charlotte : Oui, je dirais juste le réemploi. C'est ce mot-là qui me vient en tête.

Ines : Ici, je vais te citer un de leurs arguments et tu me diras ce que tu penses de ce message. « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun. »

Charlotte : Oui, je suis relativement d'accord. Alors, pour votre portefeuille, par contre, parfois, il y a des gens qui ne comprennent pas le fait que tu revends quelque chose et que, pour moi, ça doit être quand même moins cher que le neuf. Mais ça, c'est ce que les gens en font. Donc, par rapport à leur message de base, oui, je suis d'accord.

Ines : Et comment tu réagis face à ce genre de message ?

Charlotte : Oh, très bien. Je suis contente qu'il y ait des gens qui se donnent pour faire changer les choses.

Ines : Donc, maintenant, j'aimerais qu'on parle des moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Est-ce que tu peux me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Charlotte : Oui, récemment, du coup, c'était les raquettes de padel parce que pour moi, c'était neuf et donc j'ai vraiment hésité à acheter parce que ce n'est pas le but pour moi d'utiliser Vinted. Mais sinon, dans un cas vraiment où c'était la seconde main, parce que peut-être c'est ça qui t'intéresse quand même le plus, c'est le fait de ne pas pouvoir essayer. Ça, ça reste le fait parce qu'après, tu peux toujours le renvoyer mais il faut justifier pourquoi tu renvoies. Ce n'est pas comme quand tu commandes dans un magasin en ligne. C'est un particulier, c'est quelqu'un qui fait du mieux qu'il peut mais tu n'as jamais aucune certitude de si ça va t'aller. Au final, point de vue taille, point de vue style rendu sur toi, ça, ça fait bien hésiter parfois.

Ines : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute par la suite?

Charlotte : Oui, il y a une jupe que j'ai achetée, une jupe-short que j'ai achetée il n'y a pas longtemps. Justement, j'essaye d'aller vers des marques que je connais parce que comme ça, vu que j'ai des affaires à la maison, je sais plus ou moins quelle taille je mets. J'ai acheté comme ça une jupe-short en jeans. Je crois que c'était Zara aussi. Et en fait, elle est 15 fois trop grande. Je n'aime pas le rendu que ça fait. Tu vois, elle me tient mais ça ne donne pas très bien. Je suis un peu déçue de mon achat.

Ines : Est-ce que ce genre de situation t'est arrivé souvent ou c'est plutôt rare ?

Charlotte : De ce que je me souviens, ça m'est arrivé deux fois. Une fois, cette jupe-là et une fois un pantalon qui était trop petit pour le coup. Et pourtant, j'ai acheté deux pantalons de la même marque, la même taille. Mais ça, c'est d'un modèle à l'autre. Mais après, c'est les deux exemples qui me violentaient. Donc, il ne doit pas y en avoir mille. Mais bon, je n'achète pas tous les mois. Mais bon, ça reste relativement rare, je dirais.

Ines : Et est-ce que tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose, mais au final, tu as changé d'avis ?

Charlotte : Oui, pour le mariage aussi parce qu'on s'est marié en février. J'essayais de tout chiner ou tout acheter en seconde main. Et il y a pas mal de petites décos, du coup, que j'étais à deux doigts d'acheter. Et puis, j'ai changé d'avis parce que vraiment, je me suis dit soit que je n'en avais pas besoin, soit que ça n'apportait pas de plus-value ou alors que c'était quand même cher pour ce que c'était et qu'il n'y avait pas le besoin derrière.

Ines : Et qu'est-ce que tu as ressenti après avoir renoncé ?

Charlotte : Rien. Je me suis dit que j'avais bien fait parce que je n'ai pas repensé.

Ines : Est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas en fin de compte ?

Charlotte : Je pense que ce qui me vient en tête, c'est plusieurs critères. C'est soit qu'il y a la peur, en effet, que la taille ne puisse pas convenir. Il y a le fait que ce soit trop cher, qu'ils n'aient pas réussi à négocier, en tout cas à trouver un arrangement avec le vendeur. Et qu'est-ce qu'il pourrait y avoir d'autre ? Et peut-être aussi peur de la qualité de certains produits qu'on connaît moins, que ce soit des accessoires ou de la déco ou du maquillage ou je ne sais pas, parce qu'il y a vraiment plein de trucs sur Vinted.

Ines : Et penses-tu que ce type de réflexion arrive aussi à des personnes autour de toi ?

Charlotte : Oui, je pense.

Ines : Quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Charlotte : Oui, toujours.

Ines : Est-ce que c'est important pour toi ?

Charlotte : Oui.

Ines : Tu m'as dit qu'à un moment, tu étais un peu plus influencée par tes amies parce qu'elles achetaient plus. Est-ce que maintenant, tu as changé certaines habitudes d'achat pour être plus en accord avec tes valeurs ?

Charlotte : Oui, bien sûr. Maintenant, je réfléchis à chaque achat et j'essaye de vraiment acheter que quand j'en ai besoin et pas quand j'en ai envie ou parce que la mode a changé. C'est très

difficile parce qu'on est confronté à plein de publicités à l'heure actuelle, où qu'on aille, même s'il y a les réseaux sociaux, mais il y a aussi les publicités à l'extérieur, il y a les gens qui portent les vêtements puisque maintenant, la mode change chaque semaine. Avant, on avait quatre saisons. Maintenant, chaque semaine, une nouvelle collection. C'est très difficile de renoncer à ça. La société nous impose un petit peu de s'habiller, de changer tout le temps, de renouveler, de ne pas mettre deux fois les mêmes tenues quand on va à un événement. J'essaie de me dire ce que je mets qui me définit et moi, je suis en accord avec mes valeurs. C'est un travail qu'il faut faire. Je comprends que quand on est jeune, ce soit plus difficile aussi de faire abstraction de tout ça. J'essaie d'être en accord avec mes valeurs.

Ines : Est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour l'environnement ?

Charlotte : C'est mieux, je pense. Si tout le monde passait à la seconde main, ce serait mieux. Après, le meilleur achat, quelque part, c'est celui qu'on fait quand on a besoin. Parce que si sur Vinted, on commande 15 trucs chaque semaine, ça reste beaucoup. Après, on n'a pas créé un vêtement. Donc oui, c'est positif, je pense, dans tous les cas.

Ines : Est-ce que tu sais que parfois, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur ? Qu'est-ce que ça t'évoque ?

Charlotte : Oui, tout à fait. Après, je me dis que c'est pareil pour tous les gros magasins qui s'approvisionnent. Les vêtements, les tissus, ils viennent souvent d'Inde, de Chine, et puis ils sont faits ailleurs. Et les personnes qui confectionnent les vêtements ne sont pas toujours rémunérées non plus comme il faut. Donc oui, clairement, de toute façon, on pollue parce qu'on est sur Terre. Donc il faut accepter ça. Mais se dire ... Moi, j'essaie de limiter au maximum. Après, je pense que ça limite quand même. Parce que moi, j'ai souvent des propositions, Belgique, France, mais je ne sais pas si c'est moi qui ai dû mettre des critères. À un moment, j'avais vraiment beaucoup d'espagnols. Ça fait réfléchir. Mais en effet, je sais que parfois, ça vient de loin.

Ines : Et penses-tu que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ou pas forcément ?

Charlotte : Pas forcément. Je pense que le mieux, c'est d'acheter dans des magasins physiques de seconde main tout près de chez soi. Mais ça limite aussi encore plus le choix, les tailles. Donc un jour, peut-être. Mais à l'heure actuelle, je pense que c'est quand même mieux que les grosses chaînes d'acheter neuf.

Ines : Et d'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Charlotte : Oui.

Ines : Et est-ce que c'était un aspect auquel tu avais déjà réfléchi ?

Charlotte : Oui, j'y avais déjà réfléchi. À l'heure actuelle, je trouve que c'est une bonne option. Ça ne me gêne pas trop. Mais je limite mes achats.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Charlotte : Non, malheureusement.

Ines : Qu'est-ce qui pourrait les amener à le faire ?

Charlotte : Le portefeuille. Quand on a moins les moyens, on a plus facile à se restreindre et à prendre conscience qu'on a pas forcément besoin d'autant de choses. Moi, j'essaie d'en parler autour de moi. Après, les gens sont encore fort réticents sur la seconde main. Ils trouvent ça parfois ennuyant de ne pas pouvoir essayer. Parfois, je ne sais pas si « sale », c'est le bon mot, mais ça ne les tente pas de réutiliser un vêtement qui a déjà été porté par quelqu'un d'autre. Je pense qu'il y a beaucoup de choses qui peuvent les arrêter. Mais pour moi, c'est des mauvaises excuses.

Ines : Et qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Charlotte : Malheureusement, ce que j'en pense, ce n'est pas du bien, mais je comprends aussi que ce soit tentant en quelque part. Mais ce n'est pas la vraie valeur des choses et ça pousse à la consommation. Et donc, justement, c'est un beau cercle vicieux, je trouve.

Ines : Et sais-tu si d'autres personnes y pensent ?

Charlotte : Je ne pense pas. Je ne sais pas. Je ne suis pas dans la tête des gens, mais je n'ai pas l'impression parce que les gens achètent beaucoup du neuf.

Ines : Et penses-tu qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes, acheteurs sur Vinted ?

Charlotte : Oui, parce qu'après moi, je trouve que sur Vinted, tout n'est pas nécessairement moins cher. Donc oui, potentiellement, on achète un peu plus, mais je me dis que les personnes

qui sont sur Vinted aussi, potentiellement, sont quand même dans cette idée du réemploi et donc limitent leurs achats. Mais c'est vrai que pas tous les acheteurs, en tout cas. Donc je pense que ça peut être positif, oui, d'en parler entre acheteurs et entre vendeurs, sur Vinted et hors Vinted aussi.

Ines : Et qu'est-ce qu'on pourrait faire, par exemple, concrètement ?

Charlotte : Ça, c'est un peu compliqué, mais qu'est-ce qu'on pourrait faire concrètement ? Je pense faire prendre conscience aux gens que ça pollue, que voilà, c'est moins cher, mais comme on disait tout à l'heure, il y a quand même les trajets aussi, que c'est moins cher, mais est-ce qu'on a besoin des vêtements ? Voilà, essayer d'expliquer. En fait, moi, je trouve que l'arme, entre guillemets, la plus importante, c'est l'information. Quand on sait, on peut agir en conséquence. Si on ne sait pas ou qu'en tout cas, on ne veut pas trop savoir et donc on ne se renseigne pas, on rate des infos et du coup, quand on a toutes les cartes en main, on peut ... Après, il y a toujours des gens qui diront, oui, je sais, mais je m'en fous. Donc ça ne fait pas tout, mais je trouve que l'information, c'est déjà un bon point, informer les gens.

Ines : Si j'essaye de résumer, tu m'as dit que tu utilises Vinted vraiment quand tu as besoin, c'est quand tu as une idée précise de ce que tu veux et que tu achètes moins de neuf ou alors que ce sont vraiment des basiques, des choses qui vont perdurer dans le temps. Est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Charlotte : Non, je pense que tu as bien résumé.

Ines : On arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé.

Charlotte : Avec plaisir.

Répondant 7 – Florence

Ines : Tout d'abord, merci beaucoup de prendre du temps pour participer à cet entretien. Donc l'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Ce qui m'intéresse, c'est vraiment ton point de vue personnel, tes expériences et tes ressentis. Tout ce que tu me diras restera confidentiel et tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise. Peux-tu me parler un peu de toi ?

Florence : Je suis Florence, j'ai 38 ans et j'ai une petite fille qui va bientôt avoir 2 ans. Je travaille à la commune, je suis employée.

Ines : Quels rôles ont les vêtements dans ta vie ?

Florence : Comme je suis en contact avec du public et ce public sont des citoyens, on représente quand même la commune. Il faut quand même que je sois, ... Je ne vais pas dire que j'ai un certain standing, mais il faut que je sois habillée correctement. C'est important d'avoir une tenue correcte au quotidien.

Ines : Maintenant, parlons un peu de tes achats de vêtements. Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ?

Florence : Je suis plutôt attirée par tout ce qui est chemisier, chemise et baskets.

Ines : Parle-moi de tes dernières expériences. Qu'est-ce que tu as acheté dernièrement ?

Florence : J'ai acheté une paire de baskets sur Vinted.

Ines : Qu'est-ce qui t'a motivée à faire cet achat ?

Florence : Je suis toujours sur Vinted, j'essaie toujours de trouver les promos, les meilleures affaires plutôt.

Ines : Tu m'as dit que tu l'as acheté sur Vinted. Est-ce que tu achètes également en magasin, en ligne, ailleurs que sur Vinted ?

Florence : Non. Franchement, c'est hyper rare que j'achète ailleurs. Par exemple, des chaussures pour la petite, j'achète dans un magasin. J'achète neuf pour ne pas qu'elles soient déformées. Une tutute, je vais acheter neuf. Mais tout le reste, je vais acheter en seconde main.

Ines : Qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Florence : Le rapport qualité-prix.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Florence : Particulièrement plu, c'est ça ? Tout ce que j'achète sur Vinted, ça me plaît.

Ines : Est-ce que tu sais me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Florence : Via une publicité, je pense. Il y a quand même quelques années, ils faisaient de la pub aussi bien sur YouTube que sur les réseaux, il y avait toujours des publicités. Avant, je vendais des choses sur deuxième main ou en brocante. Je suis tombée sur Vinted et j'ai trouvé ça bien.

Ines : Qu'est-ce qui t'a donné envie de l'essayer ?

Florence : C'était un peu la fraîcheur de la publicité. C'était pétillant, ça donnait envie d'aller voir. Après, l'outil de recherche est très bien fait. Tu sais tout ajuster pour personnaliser ta recherche.

Ines : À quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?

Florence : En moyenne, une fois par semaine.

Ines : Qu'est-ce que tu apprécies dans l'usage de Vinted ?

Florence : C'est très clair, c'est très pratique. Tu recherches un t-shirt avec des fleurs, tu sais taper t-shirt à fleurs avec ta taille. Tu peux choisir les couleurs, tu peux choisir la matière. Tu peux même choisir les motifs. L'outil de recherche est très affiné, c'est vraiment très pratique.

Ines : Tu peux me dire ce que tu ressens quand tu utilises l'application ?

Florence : J'adore, je la regarde tous les soirs pour m'endormir. Je m'endors avec ça.

Ines : Qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable ?

Florence : Ce que je trouve moins agréable, c'est qu'il n'y a pas vraiment de service après-vente disponible. Le SAV, j'ai déjà dû faire appel à eux une ou deux fois. Je trouve qu'il est présent,

mais c'est assez limité. Quand tu dois faire une réclamation, ils te disent d'abord de voir avec l'autre vendeur. Ils ne s'impliquent pas trop. C'est difficile pour eux de s'impliquer.

Ines : Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes d'occasion par rapport au neuf ?

Florence : J'ai l'impression que quand j'achète du neuf, je paye beaucoup trop cher.

Ines : Quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ?

Florence : Oui, ça n'a pas changé.

Ines : On va aller un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Florence : Entre guillemets, le recyclage, la réutilisation.

Ines : Est-ce que tu as un message, un slogan, en tête aussi ?

Florence : Oui. Tu ne le mets plus, vends-le. Ok.

Ines : Ici, je vais te citer un de leurs arguments qu'ils mettent en avant sur leur site. Je vais te le citer ici. « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun. » Qu'est-ce que tu en penses de ce message ?

Florence : C'est vrai, c'est ce qu'ils proposent.

Ines : Et comment tu réagis face à ce genre de message ?

Florence : C'est tout à fait dans mon mode de vie ou dans mon mode de pensée. C'est un peu bête. Il y a plein d'objets sur Terre que personne n'utilise, mais que des personnes recherchent. Il suffit juste d'être au bon endroit et de pouvoir les changer au bon endroit.

Ines : Maintenant, j'aimerais qu'on parle des moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Est-ce que tu peux me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Florence : Oui, il y a des choses que j'hésite à acheter parce que je ne vois pas bien sur la photo, ou ce n'est pas très net, ou la description n'est pas correcte. Il y a parfois aussi où j'hésite à acheter

parce que le nom de la personne, son pseudo, est complètement aléatoire. C'est comme si on avait tapé des lettres au hasard sur le clavier. Et donc, ça, c'est une arnaque. Mais je ne sais pas comment vraiment il pourrait t'arnaquer puisqu'il y a la protection acheteur qui est mise en place. Donc, j'ai parfois hésité à acheter des articles à cause de ça. Et sinon, c'est vrai que parfois, je regarde tellement Vinted et je like tellement de vêtements que parfois, je me dis que deux jours après, je vois ce que j'ai liké et je me dis que je ne vais pas acheter. Ça ne me servira à rien. Je ne mettrai pas ce pull.

Ines : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Florence : Ça m'est arrivé et donc, pour finir, je le revends sur Vinted.

Ines : Et qu'est-ce que tu ressens après cet achat ?

Florence : Parfois, une perte de temps. Parce que pour finir, j'attends le colis qui arrive. Et puis, il arrive et je suis déçue et je vais le rendre. Donc en fait, ça me prend du temps pour rien. Je n'ai pas perdu de temps à le déballer, dire que c'est ok et le revendre. Là, je perds du temps.

Ines : Et est-ce que ce genre de situation t'arrive souvent ou c'est plutôt rare ?

Florence : Non, je vais dire que si j'ai acheté 100 pièces sur Vinted, ça m'est peut-être arrivé 10 fois.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose mais tu as changé d'avis au final ?

Florence : Oui. Ça, ça arrive souvent en fin de mois, quand je me dis que je vais acheter ça et puis non, il ne reste quasi rien sur mon compte, ça ne sert à rien. Si dans une semaine, il est encore là et que j'ai des sous de nouveau, que je reçois mon salaire, j'aurai encore l'occasion de l'acheter. Donc parfois, je me suis dit que non, tu en as déjà trois ou quatre, des trucs comme ça, tu ne dois pas l'acheter.

Ines : Et qu'est-ce que tu as ressenti après avoir renoncé ?

Florence : Je me suis dit, t'as bien fait, ce n'est pas quelque chose de vital.

Ines : Est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas en fin de compte ?

Florence : Bonne question. Oui, je suppose qu'il y a des gens qui sont parfois indécis aussi, donc peut-être qu'ils font des achats compulsifs, mais qu'ils s'arrêtent au milieu de leur achat, je ne sais pas. Franchement, je ne sais pas.

Ines : Est-ce que tu penses que ce type de réflexion arrive aussi à d'autres personnes autour de toi ?

Florence : Oui, je pense qu'il y a d'autres personnes qui vivent ça, tout à fait.

Ines : Selon toi, qu'est-ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Florence : Peut-être que ça sera moins facile d'acheter. Il y a de plus en plus de points relais, et tout se fait en deux clics. En deux clics, on sait acheter un article sur Vinted, et donc s'il y avait plus de démarches à faire, peut-être que les gens achèteraient moins vite sur Vinted.

Ines : Quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça pourrait avoir sur l'environnement ?

Florence : Je me dis que j'achète quelque chose qu'on ne mettra pas à la poubelle et quelque chose qui n'est pas neuf. Déjà, en faisant ça, je trouve qu'il y a un impact. Maintenant, c'est vrai que j'achète une pièce à un endroit, et elle doit arriver, et ça arrive souvent très vite. Je choisis aussi toujours un transporteur qui s'appelle Homer, qui lui essaye de caser, de faire un peu de covoiturage de camions, qui essaye de réduire l'impact sur l'environnement.

Ines : Tu me dis que tu fais quand même un petit peu attention à ce que ça impacte moins sur l'environnement en choisissant comme transporteur Homer. Est-ce que tu as déjà changé certaines habitudes d'achat pour être plus en accord avec ces valeurs ?

Florence : Oui, c'est ça. Tout ce qui est GLS, je ne prends jamais. DHL non plus. Parce qu'en fait, leur but, c'est de livrer le plus vite possible. Parfois, ils vont prendre un colis à un endroit, le lendemain, ils vont retourner au même endroit pour aller chercher un autre colis. Alors que c'est bête, à quelques heures d'intervalle, on sait attendre peut-être un jour ou deux de plus et recevoir son colis plus tard.

Ines : Est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour l'environnement ?

Florence : C'est bien parce qu'il y a de la réutilisation de choses qui ne servent à personne. Mais au point de vue du transport et des colis, je ne sais pas si c'est si vert que ça.

Ines : Est-ce que tu sais que parfois, en parlant de transport, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur ? Qu'est-ce que ça t'évoque ?

Florence : Je pense que Vinted, c'est uniquement en Europe. Je ne sais pas s'il y a des bateaux qui transportent des paquets Vinted. Je ne me suis jamais posé la question. Parfois, ça fait quand même pas mal de kilomètres. Qu'est-ce que ça m'évoque ? Je ne sais pas.

Ines : Est-ce que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ? Ou pas forcément ?

Florence : Oui, parce que la seconde main, c'est la réutilisation, c'est le recyclage. On ne dépense pas pour rien. Il y a quelque chose qui fonctionne, mais on le réutilise. Mais par contre, utiliser plein de camions, pour l'environnement, ce n'est pas top. Maintenant, ça crée de l'emploi. Il y a des avantages et des inconvénients dans tous les morceaux de la chaîne.

Ines : D'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Florence : Oui, parce qu'ils ont des morceaux de la chaîne qui sont écologiques.

Ines : Est-ce que c'est un aspect auquel tu avais déjà réfléchi ?

Florence : Réfléchir, c'est un grand mot. J'ai déjà pensé à ça. Mais sans y réfléchir pendant des heures.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Florence : Je pense qu'il y en a, mais ils ne sont pas nombreux.

Ines : Et qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Florence : Moi en fait, quand je regarde un article, je regarde toujours si dans la garde-robe ou le dressing de cette personne-là, il y a d'autres choses qui me plaisent. Parce que comme ça, je peux grouper un colis. Et même parfois, il y a une réduction encore si tu prends 2 ou 3 pièces. Moi, je trouve que ça, c'est une bonne solution.

Ines : Est-ce que ça t'influence que ce soit moins cher pour acheter plusieurs choses dans le dressing de la personne ?

Florence : Oui, ça m'influence. Parce qu'on peut choisir d'activer les réductions ou pas. Je regarde quand même si la personne a activé les réductions. Je vais quand même essayer d'acheter autre chose. Dans le même dressing pour avoir la réduction.

Ines : Sais-tu si d'autres personnes y pensent ?

Florence : Autour de moi, je n'en connais pas.

Ines : Est-ce que tu penses qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes acheteuses sur Vinted ?

Florence : Peut-être bien qu'il faudrait leur dire, oui. Parce que finalement, tu te forces à acheter autre chose que tu n'as pas forcément besoin et qui va traîner dans ton armoire chez toi, peut-être.

Ines : Et qu'est-ce qu'on pourrait faire, par exemple, concrètement ?

Florence : Ça, c'est un peu comme une addiction, c'est compliqué. Je ne sais pas si on sait agir sur le comportement des gens à ce niveau-là. Ou alors, il faudrait supprimer les réductions d'achat par lot. C'est ça qui ferait que les gens achèteraient juste ce dont ils ont besoin.

Ines : Si j'essaie de résumer, toi, tu achètes principalement sur Vinted, sauf pour la petite, pour les chaussures, par exemple. C'est surtout intéressant pour toi au niveau économique. Tu fais quand même un petit peu attention à l'environnement avec le choix des transporteurs. Est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Florence : En fait, par exemple, moi, je n'achète aucun vêtement de Shein. Je sais bien que les autres marques ... Je ne sais pas pourquoi j'ai un blocage avec cette marque-là. Et donc là, mon second main, je n'achète pas ça. Mais alors, je trouve qu'il manque un outil de recherche ou un filtre où tu pourrais dire, sauf cette marque-là, cette marque-là, cette marque-là. Alors moi, j'enlèverais Shein.

Ines : On arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé.

Florence : Je t'en prie. Merci à toi. Il y a plein de questions que je ne m'étais jamais posées.

Répondant 8 - Lucas

Ines : Tout d'abord, merci beaucoup de prendre du temps, le temps de participer à cet entretien. Donc l'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted.

Lucas : Ok, parfait.

Ines : Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences et tes ressentis. Donc tout ce que tu me diras restera confidentiel et bien sûr anonyme. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise.

Lucas : Ok, d'accord, pas de problème.

Ines : Donc, peux-tu me parler un peu de toi ?

Lucas : Ben voilà, je m'appelle Lucas, j'ai 40 ans, je fais beaucoup de sport et je suis un dingue, j'adore les vêtements, les baskets et donc c'est comme ça que je suis arrivé sur Vinted. Je viens d'être papa dernièrement et donc j'utilise Vinted aussi pour mon petit garçon.

Ines : Félicitations du coup.

Lucas : Merci.

Ines : Quel rôle ont les vêtements dans ta vie ?

Lucas : Ben là, quand même pas mal parce que j'aime bien avoir un look un peu décalé ; et je suis arrivé à un âge où je me dis souvent que c'était mieux avant. Et j'aime bien un peu retrouver des trucs un petit peu vintage. Et pour ça, Vinted c'est pas mal puisque finalement je fais vite des connaissances et je trouve parfois des pièces qu'on ne trouve plus du tout en magasin.

Ines : Maintenant, on va parler un peu de tes achats de vêtements. Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ?

Lucas : Oui, en général, j'ai mes marques, j'y reste attaché. Sur Vinted, vraiment c'est les coups de cœur. Mais sinon, j'aime bien, je peux citer les marques, il n'y a pas de souci ?

Ines : Oui, il n'y a pas de souci.

Lucas : Moi, j'aime bien, je suis dingue des marques comme Carhartt, Vans, etc. C'est vraiment ce look-là que j'aime bien. Et sur Vinted, c'est plus les trucs un peu plus vintage. C'est les vestes Nike, un peu toutes flashy, etc., que j'aime bien.

Ines : Peux-tu me parler de tes dernières expériences, qu'est-ce que tu as acheté en vêtements ?

Lucas : En vêtements, des vestes. Mais c'est souvent avec des gens que j'ai appris à connaître sur Vinted, et on s'est suivi, on s'est abonné les uns aux autres. Et donc là, des vestes, j'en ai acheté pas mal, et des pantalons aussi.

Ines : Et donc là, tu m'as dit que tu as fait ton dernier achat sur Vinted, du coup ?

Lucas : Oui, sur Vinted, oui.

Ines : Est-ce que tu achètes également en ligne, en magasin ?

Lucas : En magasin, j'y vais plus du tout. Mais ça fait 2-3 ans où je ne trouve pas ce que je veux, parce que je suis assez difficile, et je trouve vraiment pas ce que je veux. Et c'est surtout sur Zalando que je suis, quoi.

Ines : Ok. Donc, quand tu achètes sur un site en ligne ou sur Vinted, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Lucas : Quand je regarde sur Zalando, etc., c'est souvent propre, et voilà, je sais ce que je veux, et je regarde vraiment la présentation, la coupe, etc. Sur Vinted, c'est parfois un petit peu plus compliqué, sauf quand on connaît les gens et qu'on peut leur faire confiance, parce que là, j'ai aussi eu des déceptions, parfois, où les photos sont vraiment trompeuses, quoi. Mais je regarde, oui, vraiment la coupe, c'est surtout ça qui me plaît, quoi.

Ines : Et qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Lucas : Le coup de cœur, vraiment. Le prix, etc., je regarde ça. C'est pas bien, mais je regarde ça après. C'est vraiment le coup de cœur, le truc qui me flashe, je craque.

Ines : Tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Lucas : Ouais, le dernier jeans que j'ai acheté sur Zalando, un Carhartt magnifique. Je suis super bien dedans, ligné, etc., et au boulot, il a son petit succès, donc moi, je suis content.

Ines : Tu m'as dit que tu achetais en seconde main sur Vinted, donc est-ce que tu peux me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Lucas : Vinted, je l'ai découvert il y a plus ou moins 5 ans, avec ma compagne, parce que c'est vrai que j'avais une tonne de fringues, il y en a dedans que je ne mettais plus du tout, et avant, je m'en séparaïs en allant les mettre aux puces, je ne sais pas si tu connais, enfin chez nous, il y a des puces dans lesquelles tu peux mettre tes vêtements que tu n'utilises plus, et ça revient à des gens qui n'ont pas beaucoup de moyens, etc. Et puis, elle m'a parlé de Vinted, elle s'est dit, voilà, comme je suis un gros consommateur, elle me dit : « Tu peux te faire un petit peu des sous, etc. » Et donc, j'ai mordu à ça, et c'est vrai que c'est super pratique, et pour les vêtements, pour les ventes, ou même là, je fais quand même aussi pas mal d'échanges pour des baskets, etc. Et voilà, c'est comme ça que j'ai connu ce site-là, et que voilà, depuis 5 ans, je l'utilise quand même régulièrement.

Ines : Et qu'est-ce qui t'a attiré au départ à l'utilisation ? Donc, c'était pour vendre, c'est ça ?

Lucas : Au départ, vraiment, c'était juste pour vendre et me débarrasser de mes vêtements, etc. Et puis, au fil du temps, en fouillant un petit peu, je trouvais que je pouvais y trouver des pépites, des trucs qui me plaisaient, que je ne trouvais pas en magasin, etc. Même, fin, bêtement, j'ai retrouvé là une paire de baskets, c'était ma première paire de baskets Nike quand j'avais 12 ans, et je l'ai retrouvée là sur le site, j'ai craqué. Voilà, c'est tout bête, mais des petits trucs comme ça, en magasin, on ne trouve plus, même des vestes, etc. Et donc, voilà, c'est comme ça que là, je me suis... C'était vraiment que de la vente les premiers mois, et puis là, maintenant, c'est plus ou moins moitié-moitié.

Ines : Et à quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?

Lucas : J'essaie de me calmer, si je dois être honnête, mais j'ai quand même beaucoup de favoris, mais je regarde au moins une fois ou deux par semaine quand même, quoi.

Ines : Et qu'est-ce que tu apprécies le plus dans l'usage de Vinted ?

Lucas : C'est la facilité, on fait vite des contacts. J'ai sympathisé aussi avec des gens, surtout aux Pays-Bas, où ils ont, je ne sais pas pourquoi, un gros vivier de basket là-bas, quoi. Et ils sont toujours très méticuleux, quoi. Et donc, voilà, il y a 5-6 personnes avec qui j'ai souvent des contacts, et même en dehors du réseau Vinted, maintenant, où on sympathise comme ça. Et voilà, ça s'est fait comme ça.

Ines : Et tu peux me dire ce que tu ressens quand tu utilises l'application ?

Lucas : Ben, souvent du plaisir, parce que c'est pour me faire plaisir un petit peu, quoi. Mais pas qu'à moi, évidemment, je ne suis pas égoïste, je pense, pas qu'à moi. C'est pour les autres, etc. Voilà, c'est facile, il n'y a pas besoin d'aller fouiller en magasin, etc. Dans le moteur de recherche, je tape ce que je veux. Et souvent, malheureusement, pour mon portefeuille, ça fait bingo, quoi. Donc oui, l'application est super bien foutue, c'est super facile. Et c'est sympa de communiquer avec des gens qui sont parfois en Italie, au Portugal, et de partager parfois une petite passion commune, que ce soit pour les vêtements ou les baskets.

Ines : Et qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable avec l'application ?

Lucas : Ben, le moins agréable, c'est les contrefaçons. Avant, je trouve que quand j'ai commencé sur l'application, il n'y en avait pas tellement. Et maintenant, il y en a énormément, que ce soit en vêtements, baskets, montres. Je regarde un peu parfois par curiosité. Ça, il faut vraiment être super vigilant. Et forcément, il y a des gens qui en profitent. Et puis aussi des faux profils qui vendent des produits qui n'existent pas. Et ça, je trouve que ça s'accumule aussi beaucoup. Et donc voilà, il faut être vigilant. En étant vigilant et en s'appuyant sur la personne de confiance, il n'y a pas de souci. Mais c'est vrai que si on y va un peu tête baissée et sans réfléchir, on peut vite être déçu.

Ines : Et qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes d'occasion par rapport aux neufs ?

Lucas : Ben, c'est vrai que quand je suis sur Vinted, je regarde quand même des produits qui n'ont pas trop vieilli. Ça, je fais quand même le tri. Et pour les vêtements, j'aime pas trop quand c'est trop vieux. Mais mis à part les vestes Nike, etc., c'est vintage. Ça, j'aime bien parce que c'est des vêtements qui ont vécu. Et ça a un peu une histoire pour moi. Mais sinon, non, je me dis que c'est du recyclage. Et ça donne une seconde vie un petit peu à des vêtements ou des chaussures. Voilà, parfois, il suffit de peu de choses pour les faire rebriller. Et ça me convient.

Ines : Donc maintenant, on va aller un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Donc quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Lucas : C'est ça, c'est de donner une seconde vie aux vêtements et peut-être éviter, comme je le fais parfois, de le surconsommer sur des magasins en ligne comme Zalando, etc., ou en magasin.

Ines : Comment tu perçois ces messages ?

Lucas : Bah, ça reste quand même... Ouais, au départ, ça reste du seconde main, etc. Mais au final, c'est quand même beaucoup de marketing, quand on voit les pubs, etc., la télé qui passe en boucle, etc. Bon, bah, voilà. Oui, on se donne une bonne conscience en se disant « Voilà, c'est du seconde main, on consomme pas, il y a pas de la surconsommation. » Mais derrière, forcément, il y a quand même toujours un petit peu d'argent, quand même. Mais on y est vite accro parce que c'est facile et... voilà, on trouve des trucs que tu ne peux pas trouver en magasin, quoi.

Ines : Donc ici, je vais te citer un de leurs arguments qu'ils mettent en avant : « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun. » Que penses-tu de ce message ?

Lucas : Bah, oui, c'est bien foutu, c'est du marketing, évidemment, quand on est accro aux vêtements. Oui, c'est vrai que c'est peut-être plus facile, etc., de donner une seconde vie aux vêtements. Mais voilà, le reste, ça reste pour moi quand même que du business puisque ça se développe à fond, je trouve, ces dernières années. Il y a des gens qui en vivent beaucoup. J'avais vu des reportages sur des gens qui gagnent leur vie en utilisant Vinted et qui se foutent complètement du seconde main. C'est juste une façon de gagner de l'argent d'une autre manière, quoi.

Ines : Et comment tu réagis face à ce genre de message, toi ?

Lucas : Bah, moi, je suis pas trop touché par ça. Je suis pas directement touché, je trouve. J'aime bien le principe du seconde main, etc., mais j'y vais pas par vraiment une conviction pure et dure en me disant « oui, c'est mieux », pour éviter ceci, cela. Moi, c'est vraiment juste ... C'est peut-être pas bien, mais c'est un petit plaisir personnel, quoi.

Ines : Ok, il n'y a pas de jugement. Maintenant, j'aimerais qu'on parle des moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Donc, est-ce que tu peux me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Lucas : Oui, ça arrive tous les jours, je vais pas te mentir. Et de nouveau, c'est le prix. Là, je ris quand même un petit peu, parce que je trouve aussi que depuis quelques années, il y a des gens qui ... Enfin, il y a parfois des choses qui partent à des prix fous. Et puis la contrefaçon, quoi,

beaucoup, qui me freine, parce qu'il y a des gens qui ont l'air de le mettre vraiment, vraiment bien en évidence. Et en grattant un petit peu, on se rend compte que ... Voilà, on essaye de nous rouler. Donc voilà, il faut vraiment être super vigilant.

Ines : Et est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute par la suite ?

Lucas : Oui, une fois, avec une paire de baskets où j'avais vraiment, vraiment un gros doute, sur photos, tout semblait nickel. Et en fait, il s'est avéré que c'était un faux profil. Et j'étais dans un magasin par curiosité, voilà, pour voir un petit peu ce qu'il en pensait. Et c'était évidemment une fausse paire. Mais vraiment, il y a des petits détails de rien du tout. Mais au final, une paire qui coûtait sans doute 10 euros au marché, ben je l'avais achetée 90 euros, quoi.

Ines : Et qu'est-ce que tu as ressenti après cet achat ?

Lucas : J'étais un petit peu dégoûté. Je me suis dit : « Je vais arrêter Vinted. » Mais la semaine après, c'était déjà oublié.

Ines : Est-ce que ce genre de situation t'arrive souvent ?

Lucas : Je me suis fait prendre une fois. Et maintenant, comme je t'ai dit avant, j'achète souvent à des gens que je connais et avec qui j'ai déjà eu des affaires, à qui j'ai vendu ou acheté. Et donc voilà, là, il y a vraiment, il y a confiance complète. Et puis je regarde souvent aussi par rapport aux gens qui ont beaucoup d'évaluations positives. Voilà, là, je suis beaucoup plus attentif à ça aussi, quoi.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose, mais tu as changé d'avis ?

Lucas : Oui, parce que j'avais trouvé de nouveau une paire de baskets qui me plaisaient vraiment beaucoup, beaucoup, beaucoup. Et j'ai longtemps hésité, mais le prix était vraiment pour une paire de seconde main, c'était vraiment abusé. J'ai hésité, hein. Et puis finalement, la raison l'a emportée et je me suis freiné, quoi.

Ines : Et qu'est-ce que tu as ressenti après avoir renoncé ?

Lucas : Je vais pas te mentir, un petit peu de frustration. Mais voilà, c'est passé après, quoi. Après, ça reste une paire de baskets, c'est pas très grave non plus.

Ines : Et est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas en fin de compte ?

Lucas : Bah, parce que comme moi, peut-être qu'ils en ont déjà une tonne et ils se disent une paire de plus ou une paire de moins. Bon, à un moment, il faut savoir un petit peu se freiner aussi. Donc voilà, je pense que c'est la raison qui l'emporte. Il y a d'autres choses que ça aussi dans la vie.

Ines : Et selon toi, qu'est-ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Lucas : Bah, moi, je pense que c'est le prix, quoi. Parce que je trouve qu'avant, il y avait moyen de se faire plaisir à petit prix. Et maintenant, soit les gens savent ce qu'ils ont entre les mains, soit ils sont très gourmands, mais je trouve que les prix ont vachement augmenté.

Ines : Quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Lucas : Honnêtement, j'ai fait des études d'environnement. Je suis agronome de formation et j'y pense pas une seule seconde. Voilà, je suis un peu franc, c'est pas bien du tout. Ou alors je me suis vraiment trompé d'études, mais j'y pense pas une seule seconde. Je pense juste que, que ce soit pour moi ou pour ma compagne, je veux des petits cadeaux, etc. Je pense vraiment juste à faire plaisir et à trouver un chouette truc qui fera du bien à porter, etc. Et ça, parce que c'est tout con, mais ça permet de se sentir bien dans sa peau aussi, je trouve, quoi. Et donc vraiment, ça passe vraiment en second plan, quoi. Mais c'est pas bien, peut-être, mais je l'assume, quoi.

Ines : Donc, est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour l'environnement ?

Lucas : À la base, je pense que c'était l'idée, mais maintenant, j'avais vu le reportage à la télé, c'est vraiment devenu un véritable commerce, et je suis pas sûr, quoi. Au niveau des livraisons, etc., suivant qu'on commande via Mondial Relay ou Homer, parfois, ça prend des plombes, etc. Parce que le colis va d'abord au Pays-Bas, avant de redescendre en Belgique, etc. Donc, je suis pas sûr qu'au niveau de l'environnement, ce soit si top que ça, quoi.

Ines : Voilà, ben, en parlant de transport, tu sais que parfois, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur. Donc, comme tu m'as dit, il va des Pays-Bas, il va jusqu'à je ne sais pas où. Et qu'est-ce que ça t'évoque ?

Lucas : Bon, au niveau environnement, on va me dire que c'est pas bien, mais j'y pense pas une seule seconde. Moi, je pense juste que c'est chouette, parce que ça permet de faire des connaissances, etc. Et souvent, c'est con, mais quand je vends des trucs ... Là, j'ai vendu des vêtements à un Portugais. Je lui ai filé ... C'est un petit cadeau. Parfois, ça dépend aussi du contact que t'as avec les gens. Je lui ai filé un petit cadeau de chez moi, quoi. Ça peut être con, ça peut être un bic. Moi, j'habite à Rochefort, j'habite dans la commune de Rochefort. Enfin, un petit truc d'ici, quoi. Un petit souvenir du coin. Et ça permet après d'établir un lien et un contact avec les gens. Et c'est surtout ça que je retiens, moi. Plus que l'impact au niveau de l'environnement, c'est de pouvoir faire des connaissances avec des gens qui habitent super loin et qui partagent une passion et une surconsommation de vêtements, de baskets, etc. Et voilà, c'est agréable, quoi. Mais c'est pas bien pour l'environnement. Mais voilà, quoi.

Ines : Est-ce que tu penses que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ou pas forcément ?

Lucas : Oh non, je pense pas, quoi. Les gens se disent que c'est de la seconde main et je pense que la plupart, ils vont pas chercher plus loin, quoi.

Ines : Et d'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Lucas : Ah oui, oui, c'est vendeur. Parce que je pense que pour la majorité, c'est surtout des surconsommateurs et des gens qui aiment bien ça. Et pour d'autres, ouais, c'est plus pour se donner peut-être une bonne conscience de se dire « Ouais, j'achète en seconde main et c'est mieux que d'aller en magasin et d'avoir le même truc deux fois plus cher, quoi. » À mon avis, oui, peut-être. Mais je pense que la majorité se soucie pas de cet aspect-là, quoi.

Ines : Et est-ce que c'est un aspect auquel tu avais déjà réfléchi ?

Lucas : Euh ... Oui, mais pas très longtemps. Vraiment, c'est peut-être pas bien. Je l'ai déjà pensé quand je vois des colis qui transitent à gauche et à droite. Je me dis : « Oh la vache, c'est vraiment une perte de temps, d'énergie, etc. » Mais au final, si je suis honnête, je pense plus à la finalité de l'achat qu'à l'impact sur l'environnement.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Lucas : Honnêtement, au boulot, il y en a beaucoup qui consomment Vinted et il y a personne qui se pose cette question-là, quoi.

Ines : Et qu'est-ce qui pourrait les amener à le faire ?

Lucas : Euh ... Ben, je leur reparlerai demain suite à notre interview. Mais sinon, juste entre nous, je pense pas qu'ils se disent que c'est de la seconde main, mais ça va pas chercher plus loin, enfin, en réfléchissant au transport, etc. Je pense pas que ça ... Non, je pense qu'ils pensent à l'achat, à se dire « Bon, voilà, une seconde main, c'est très bien comme ça », mais ils se tracassent pas plus, quoi.

Ines : Et qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Lucas : Ça aussi, c'est un piège. C'est vrai, quoi, que ... Quand tu compares en magasin, les prix sont quand même plus attractifs. En fouillant, il y a moyen de faire des super bonnes affaires. Et c'est vrai que tu peux te dire que « Oh, ben voilà, pour 40 balles, je peux m'acheter 3 sweats plutôt qu'en magasin ». C'est vrai que ça peut pousser à la surconsommation, quoi.

Ines : Et est-ce ton cas ?

Lucas : Euh... Je vais pas te mentir, oui. Parfois, oui, oui, il y a des marques en magasin qui sont quand même chères. Et voilà, il y a moyen de faire des bonnes affaires. Moi, j'achète ou je vends parfois en lot. Et voilà, c'est super avantageux et il y a moyen de négocier.

Et voilà, quand il y a moyen d'avoir 3 pulls plutôt qu'un, c'est vrai que parfois, j'hésite pas. Et c'est peut-être pas très bien, mais ... Et vraiment, le pull, j'en ai peut-être qui se ressemblent, mais je me dis « Allez, merde, c'est une bonne occasion, vas-y, fonce ! » Et puis voilà, je réfléchis pas plus, quoi.

Ines : Et sais-tu si d'autres personnes y pensent ?

Lucas : À mon avis, de nouveau, quand je vois les proches, etc., je pense que c'est vraiment le truc de faire une bonne affaire. Et c'est ça, à mon avis, le truc le plus important, quoi.

Ines : Est-ce que tu penses qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes, acheteurs sur une tête ?

Lucas : Euh ... Bah oui, peut-être, quoi. Oui, je pense, oui.

Ines : Est-ce que ça pourrait les faire réfléchir, tu penses ?

Lucas : Oui, je pense. Mais de nouveau, je pense que les gens sont plus fixés sur l'achat en lui-même, quoi.

Ines : Et qu'est-ce qu'on pourrait faire, par exemple, concrètement ?

Lucas : Il faut tout revoir. Alors il faut revoir notre système de consommation, la publicité, etc. Pour moi, c'est peine perdue. C'est impossible, parce qu'on vit dans ce monde-là. Il y a trop de publicité, il y a trop de consommation, il y a trop de télé, il y a trop d'écrans, et on est tenté, tenté, tenté. Et puis la mode qui évolue, etc., et on a envie d'être à la page, de se sentir bien dans ses vêtements, etc. Moi, je pense pas, quoi.

Ines : Donc, si j'essaye de résumer, tu m'as dit que toi, tu as commencé à utiliser Vinted pour vendre. Au final, maintenant, c'est kiff-kiff. Niveau environnement, tu ne fais pas attention plus que ça. Enfin, tu fais vraiment au coup de cœur. C'est vraiment le plaisir d'acheter, d'un peu chiner comme ça sur Vinted.

Lucas : Voilà, c'est ça.

Ines : Est-ce qu'il y a d'autres choses que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Lucas : Non, vraiment, je pense avoir tout couvert. Je pense avoir été honnête avec toi. Je me dis finalement que c'est peut-être pas bien avec le résumé que tu viens de faire, que je me fous un petit peu de l'environnement, mais voilà, j'ai été honnête. C'est vraiment se faire plaisir et dénicher la perle rare pour pas trop cher. Et c'est aussi un petit plaisir, quoi.

Ines : Voilà, on arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé.

Lucas : Merci beaucoup. Je te souhaite une bonne chance pour ton TFE. Je te souhaite de réussir et de cartonner ça.

Ines : Merci beaucoup.

Répondant 9 – Whislay

Ines : Tout d'abord, merci beaucoup de prendre du temps, le temps de participer à cet entretien. Donc l'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences et tes ressentis. Donc tout ce que tu me diras restera confidentiel et bien sûr anonyme. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise. Donc, peux-tu me parler un peu de toi ?

Whislay : Je m'appelle Whislay, je vais sur mes 23 ans. Je suis actuellement en 1^{ère} année de kiné à l'université d'Erasme, à l'ULB. Mes hobbies, c'est le sport en général mais plus particulièrement le foot. J'aime beaucoup les vêtements.

Ines : Justement, en parlant de vêtement, quel est le rôle des vêtements dans ta vie.

Whislay : Déjà il faut s'habiller, j'ai envie de dire. Je trouve que le vêtement reflète la personnalité d'une personne et du coup ça peut nous différencier les uns des autres. Ça, c'est un des facteurs les plus importants pour moi et le deuxième facteur le plus important, c'est le fait que pour moi les vêtements, ça nous permet de s'adapter aux conditions, tu vois. Donc s'il fait froid, s'habiller pour avoir chaud et vice versa.

Ines : Tu peux me dire ce que tu ressens par rapport à l'idée de t'habiller, de choisir un vêtement en particulier ou quoi ?

Whislay : Bah ça dépend des jours. Je t'avoue que si par exemple je suis en examen je m'en fous un peu, mais si jamais j'ai envie de sortir avec des potes et tout, bah ça fait toujours plaisir de s'apprêter et de se sentir beau dans ses vêtements.

Ines : Ok donc maintenant on va un peu parler de tes achats de vêtements. Donc qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes quelque chose ?

Whislay : Déjà je fais par rapport à ce que j'ai dans ma garde-robe. Et avant, j'avoue que j'étais un peu un acheteur compulsif. Donc c'était plus dans l'idée où je voyais un vêtement qui me plaisait, que ce soit en magasin ou sur internet, et je l'achetais, mais maintenant j'avoue que j'ai beaucoup diminué parce que je suis plus dans l'achat utilitaire, on va dire.

Ines : Et est-ce que tu sais me parler de tes dernières expériences ? Qu'est-ce que tu as acheté ?

Whislay : Eh bah dernièrement j'ai acheté une paire de AirMax 95. Je crois que c'était des Cortez et sur Vinted. Et je trouvais qu'elle était à bas prix, elle était en super bon état. Du coup j'ai préféré acheter sur Vinted que sur un site qui était juste là-bas. C'était juste beaucoup plus facile.

Ines : Tu m'as dit que tu as acheté sur Vinted. Est-ce que tu fais également des achats en ligne ou en magasin ?

Whislay : En vrai ça m'arrive surtout en ce moment. Sachant qu'il y a les soldes qui arrivent. J'avoue que je regarde assez fréquemment sur les sites tels que Zalando ou les sites plus basiques comme Bershka, Zara et tout. Mais en ce moment, je suis beaucoup sur Zalando. Et dernièrement j'ai acheté sur Zalando. Mais parce que c'était moins cher quoi.

Ines : Et quand tu achètes sur un site, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Whislay : En vrai, ce qui est bien sur les sites et pas en magasin, c'est que sur Zalando tu peux directement voir l'article porté. Et ça c'est ce qui est bien sur les sites, c'est que tu peux voir l'article porté et te projeter peut-être plus facilement que si tu vois juste le vêtement accroché à un cintre en magasin.

Ines : Et qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Whislay : Ça me plaît, tout simplement. Avant j'étais surtout dans le regard des gens, mais maintenant je suis plus dans le... Tant que l'article me plaît, c'est le principal quoi.

Ines : Et est-ce que tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Whislay : Ah bah dernièrement j'avais fait un double achat en fait. J'avais fait un achat d'une paire de chaussures roses. Les nouvelles Nike TN. Et j'avais acheté des Asics roses aussi pour l'anniversaire de ma soeur. Et c'est le dernier achat qui m'a marqué parce que ça l'a beaucoup plu et elle était super contente de son cadeau, donc voilà.

Ines : Tu as dit que donc tu as acheté en seconde main sur Vinted, c'est correct ?

Whislay : Oui.

Ines : Est-ce que tu peux me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Whislay : Alors ça, c'est une bonne question. Je crois que je l'avais tout d'abord découvert via les simples pubs où les gens... Ah bah si je me souviens, en fait c'était un youtubeur qui avait fait une certaine propagande autour de Vinted expliquant qu'il vendait ses vêtements là-dessus et beaucoup moins cher qu'il les avait achetés du coup. Et que ça lui avait permis de faire des outfits pour l'été et pour l'année beaucoup moins cher que s'il avait acheté en magasin. Et c'est comme ça que j'ai découvert Vinted.

Ines : Et qu'est-ce qui t'a donné envie de l'essayer ?

Whislay : Déjà les prix qui sont beaucoup plus abordables qu'en magasin ou sur les sites internet. Et surtout le fait que...En ce moment je privilégie surtout le fait de réutiliser des vêtements et pas tout le temps pousser à la consommation.

Ines : Et à quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?

Whislay : Ça dépend des périodes. Là il y a une forte période où j'en achetais. J'achetais je dirais toutes les semaines quasiment. Après c'est des petits articles. C'était un petit tee-shirt à 10 euros ou un pantalon même chose. Et après j'ai diminué. Là j'avoue que vu que l'été approche je recommence à chiner un peu les articles qui me plaisent et voir si j'achète ou pas.

Ines : Et qu'est-ce que tu apprécies dans l'usage de Vinted ?

Whislay : Ce que j'apprécie c'est que j'avoue que pour le moment j'ai encore jamais eu de problème vis-à-vis des vendeurs. J'ai toujours eu des vendeurs agréables, bienveillants. Donc franchement je trouve que j'ai eu cette chance d'avoir une communauté assez sympa avec moi au niveau de Vinted. Et le fait que j'ai eu quelques problèmes de colis mais assez rarement. Donc je suis assez satisfait de ça.

Ines : Et qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable ?

Whislay : Pas grand-chose en fait. Qu'est-ce que je trouve difficile ou agréable ? Je trouve pas en fait. Je trouve ça juste dommage qu'il y ait par moments des pertes de colis. C'est juste ça.

Ines : Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes d'occasion par rapport aux neufs ?

Whislay : Ben rien en fait. En vrai le truc c'est que ça dépend des articles. Mais moi les articles que j'achète souvent ils sont quasi neufs. Du coup c'est comme si je les avais achetés en magasin sauf que je les ai achetés à un autre vendeur.

Ines : Quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ?

Whislay : Totalement. Étant donné que mon but premier c'était de pouvoir acheter des vêtements qui étaient moins chers tout en gardant la qualité. J'ai pu pour la suite remplir ces cases-là. J'ai pu cocher ces cases-là. Et du coup je suis totalement satisfait.

Ines : Maintenant on va aller un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Whislay : Le fait d'éviter la surconsommation.

Ines : Et comment tu perçois ces messages ?

Whislay : Hyper positif. Je trouve ça juste super cool de mettre en avant le fait d'éviter la surconsommation et de pousser à juste consommer ce qu'on a déjà.

Ines : Ici, je vais te citer un de leurs agréments qu'ils mettent en avant. « La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour vos dressings et pour votre porte-monnaie. » C'est pourquoi ils vont en faire le premier choix de chacun. Qu'en penses-tu ?

Whislay : Pour ma part, ce que j'ai vécu via Vinted correspond totalement à leurs phrases, donc je suis totalement d'accord avec eux.

Ines : Maintenant, j'aimerais qu'on parle des moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Peux-tu me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Whislay : L'info où j'ai hésité d'acheter quelque chose, c'est quand, en fait, vu que c'était moins cher qu'un magasin, j'achetais plus. Et au final, j'avais cette impression de repasser dans ce surconsommation, mais en quantité et non en qualité par rapport au magasin. L'info où j'ai hésité, c'est parce que j'avais acheté trop de paires de chaussures alors que j'en avais déjà assez. Je me suis reposé des questions et du coup, maintenant, j'essaie d'acheter des chaussures seulement si j'en ai vraiment besoin.

Ines : Est-ce que tu es déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Whislay : Oui, une paire de chaussures de foot. Parce que je pense que les paires de chaussures de foot, c'est peut-être le seul truc à éviter sur Vinted parce que ces choses-là, il faut souvent les

essayer. Et du coup, si je pouvais donner un conseil, ce serait d'éviter tout ce qui est paires de chaussures de foot.

Ines : Et qu'est-ce que tu as ressenti après cet achat ?

Whislay : J'étais plus triste dans le fait que j'aurais voulu que la paire de chaussures m'aïlle. Mais pour le coup, c'est vite passé parce que j'ai pu la revendre.

Ines : Et est-ce que ce genre de situation t'arrive souvent ou c'est plutôt rare ?

Whislay : Non, c'est plutôt rare parce qu'après cette erreur-là, j'ai appris de mes erreurs et je ne les reproduis pas. Et pour le moment, à part ça, je n'ai pas eu de mauvaise surprise.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose mais tu as changé d'avis ?

Whislay : Même chose qu'auparavant, dans ce que j'avais dit avant, c'est dans le sens où j'ai voulu acheter... Il me semble que c'était aussi une paire de chaussures, mais du coup que je n'avais pas réellement besoin. Et c'est pour ça que j'ai complètement hésité à l'acheter et finalement, je ne l'ai pas fait. Je suis content parce que j'ai déjà trop de chaussures, en fait. Et maintenant, j'ai appris à gérer ça.

Ines : Et est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas en fin de compte ?

Whislay : Oui, je pense qu'il peut y avoir beaucoup plus de raisons que ça. Peut-être que pour ne pas acheter un article, peut-être que la personne voulait vous faire un cadeau et qu'elle a réalisé que ce n'était pas le bon cadeau ou ce genre de situation. Mais sinon, à part ça, je ne vois pas vraiment d'autres situations.

Ines : Et selon toi, qu'est-ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Whislay : La qualité, je pense. Je pense que les gens qui n'achètent pas sur Vinted ont soit peur que leur colis ne fonctionne pas, qu'il y ait peut-être un problème de paiement, qu'ils ont cette peur de, si jamais le colis n'arrive pas, qu'il ne soit pas remboursé ou que l'article ne leur convienne tout simplement pas et que l'article ne corresponde pas aux photos données aussi. Je pense que c'est tous ces facteurs-là. Tous ces petits détails-là peuvent renoncer une personne à acheter.

Ines : Quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça pourrait avoir sur l'environnement ?

Whislay : Aussi. C'est pour ça qu'en ce moment, je privilégie surtout Vinted aux grandes marques, parce que je sais que c'est un vêtement qui a été acheté auparavant et du coup, c'est une deuxième utilisation. Ce qui veut dire qu'au niveau de l'économie et de la surproduction, ça évite tout ça. Donc malgré tout, même s'il peut y avoir des excès d'achats, je suis quand même content parce que je sais que ça peut aider l'environnement à se sentir mieux, à aller mieux.

Ines : Donc tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour l'environnement, c'est ça ?

Whislay : Totalement, totalement. En fait, ce qui est bien, c'est que je trouve que ça évite d'acheter en grande surface et en plus de ça, c'est rapide, simple. Je trouve que c'est vraiment une très bonne méthode pour aider l'environnement.

Ines : Tu sais que parfois, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur. Qu'est-ce que ça t'évoque ?

Whislay : Par exemple avec les grandes applications comme Temu ou Shein, tous ces petits trucs-là. Je sais qu'il y a beaucoup d'exportation, que c'est beaucoup de trajets, beaucoup de pollution du coup. Mais ce que je me dis avec Vinted, c'est que le colis va être livré, mais c'est un livreur qui va faire plusieurs colis. Ça ne va pas juste être mon colis qui va être livré. Et c'est ça qui est bien aussi, c'est que par exemple, si je commande chez Zara ou chez H&M ou ce genre de choses, c'est peut-être mon colis qui va être directement posé à ma porte. Alors que Vinted, c'est souvent via un Bpost, ce genre de choses. Du coup, c'est tout un endroit et pour moi, c'est moins de pollution.

Ines : Penses-tu que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ou pas forcément ?

Whislay : Je me dis que quoi qu'il arrive, que ce soit moi qui fasse le trajet ou le livreur, le trajet sera quand même présent. Je pense que ça, c'est quelque chose qu'on ne pourra pas éviter de polluer pour le trajet. Mais je préfère ça que, comme je l'ai dit, acheter pour chez H&M. Je préfère acheter chez Vinted.

Ines : Est-ce que c'est un aspect auquel tu avais déjà réfléchi ?

Whislay : Ouais, quand même. C'est vrai que, pour le coup, parfois, ce que j'essaie de faire, c'est que je regarde si le vendeur a plusieurs articles pour ne pas devoir faire plusieurs trajets inutiles au colis. Je préfère toujours regarder s'il y a deux ou trois articles qui m'intéressent qu'acheter un article par un article et, du coup, créer des trajets inutiles.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Whislay : Dans ma famille, oui. Mais je sais que, dans mon entourage, c'est pas une question qui se pose réellement. Elle devrait plus souvent être posée, je pense.

Ines : Et qu'est-ce qui pourrait les amener à le faire ?

Whislay : Je pense qu'il faudrait leur expliquer avec plus de détails, plus explicitement, l'impact que ont les grandes marques sur tout ce qui est transport, la surconsommation, la surproduction, toutes ces choses-là. Je pense qu'il faudrait plus expliquer ça en profondeur et peut-être avec un langage qui est plus vulgarisé.

Ines : Et qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Whislay : Je suis d'accord. Je suis totalement d'accord par rapport à cette réflexion-là parce que je l'ai vécue. Après, il faut savoir se contenter de ce qu'on a aussi et acheter plus si on en a besoin et non si on en a l'envie.

Ines : Et sais-tu si d'autres personnes y pensent ?

Whislay : Comme je l'ai dit auparavant, je sais que dans mon entourage, on y pense beaucoup plus maintenant. On achète plus quand on en a besoin que si on en a l'envie. Après, parfois, on se fait toujours plaisir. Par moments, on achète par envie. Mais c'est vrai que moi, maintenant, je fais plus quand c'est un besoin que quand c'est une envie et j'essaie de le transmettre dans mon entourage.

Ines : Tu dis que tu essaies de le transmettre à ton entourage. Donc, tu penses qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes acheteurs sur Vinted ?

Whislay : Oui, je pense qu'il faudrait peut-être l'expliquer. Genre dire qu'on privilégie la vente sur Vinted parce que ça permet que ce soit plus écolo, mais plus privilégier le besoin que l'envie.

Ines : Et penses-tu que ça peut les faire réfléchir ?

Whislay : Je pense. Si c'est bien expliqué, avec une approche, je pense que ça peut.

Ines : Si j'essaie de résumer, tu m'as dit que toi, au départ, tu utilisais Vinted pour un but un peu plus économique, on va dire. Et aussi, maintenant, tu as pris conscience que tu surconsommais, donc tu utilises Vinted plus consciemment qu'avant.

Whislay : Oui, totalement.

Ines : Est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Whislay : Non, pour le coup, pas pour le moment. Je pense avoir fait le tour.

Ines : Ok, on arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et ce que tu as partagé.

Whislay : Avec plaisir. C'est un grand plaisir.

Répondant 10 – Lucie

Ines : Tout d'abord, merci beaucoup de prendre le temps de participer à cet entretien. Donc, l'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Tout ce que tu me diras restera confidentiel. Et si tu ne te sens pas à l'aise avec une question, tu n'es pas obligée de répondre.

Lucie : Ça va.

Ines : Donc, est-ce que tu peux me parler un peu de toi ?

Lucie : Je m'appelle Lucie, j'ai 23 ans. Je suis en dernière année de master en sciences de gestion. J'ai pris comme majeure Finance et Transition. Je fais mon mémoire sur l'impact d'une taxe plastique stratégique d'une entreprise. Et je cherche du travail actuellement dans la durabilité.

Ines : Quels rôles ont les vêtements dans ta vie ?

Lucie : Moi, j'ai du mal à trouver des vêtements à ma taille déjà et qui me correspondent bien. Donc, les vêtements, c'est juste pour moi parce que je dois m'habiller. Mais je n'ai pas la capacité de trouver un bon style avec ma taille puisque c'est difficile à trouver.

Ines : Maintenant, parlons un peu de tes achats. Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ?

Lucie : Quand j'achète des vêtements, en ce moment en tout cas, c'est beaucoup des vêtements un peu corporate. Donc, des chemises, des jolis pulls à mettre au travail, des pantalons et tout. Après, je ne sais pas trop. Je recherche quelque chose à ma taille et qui est assez joli à voir et qui est adapté à ma morphologie.

Ines : Parle-moi de tes dernières expériences. Qu'est-ce que tu as acheté récemment ?

Lucie : Récemment ... Qu'est-ce que j'ai acheté ? J'ai acheté des vêtements pour mon stage puisque je n'avais pas du tout de vêtements qui faisaient assez joli, genre costume et choses comme ça. Et donc là, j'avais trouvé des choses à ma taille qui me correspondaient et que je trouvais ça jolies.

Ines : Tu l'as acheté comment ? En ligne, en magasin, ailleurs ?

Lucie : Je vais être souvent en magasin quand ce sont des pantalons puisque là, je peux essayer. Les pantalons, je vais absolument essayer quand j'achète parce que ça dépend par rapport au magasin. C'est de différentes tailles. Donc, je vais toujours essayer. Et j'ai aussi acheté là des hauts. Mais j'ai aussi acheté pendant mon stage sur Vinted parce que j'avais besoin de pulls et de chemises. Et là, j'avais confiance sur Vinted. Donc, les hauts, c'est plus sur Vinted que j'ai acheté et les bas, c'est plus en magasin parce que je n'ai pas besoin d'essayer les hauts. Souvent, c'est la même taille partout et je n'ai pas trop de soucis de taille avec les hauts.

Ines : Et quand tu achètes en magasin ou sur un site, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Lucie : Les magasins, ça va tout de suite être beaucoup plus beau. Donc, ça nous donne envie d'acheter. Après, quand on essaye, c'est aussi différent. Alors que, par exemple, sur Vinted, je trouve qu'on met un peu moins en valeur les vêtements et tu as du mal un peu à voir comment ça peut donner sur toi. Alors qu'en magasin, tu peux vite te faire une idée parce que tu vois l'article devant toi.

Ines : Qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Lucie : Déjà, c'est le prix et la taille pour que ça corresponde à ma morphologie.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Lucie : Oui, c'était sur Vinted parce que j'avais fait une excellente affaire. J'avais acheté 5 pulls pour 5 euros et c'était des pulls vraiment adaptés à mon corps que j'aimais vraiment bien. Ça, c'était une belle expérience ces mois-ci.

Ines : Tu m'as dit que tu utilisais Vinted. Est-ce que tu peux me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Lucie : C'était ma marraine qui vendait sur Vinted des vêtements et qui m'en avait parlé. Au début, j'avais installé Vinted pour vendre moi mes vêtements. Après, à force de l'utiliser, j'ai découvert des vêtements qui m'intéressaient et j'ai commencé à acheter pour voir ce que ça donnait. Surtout comme ce n'est pas très cher, pour une première expérience, j'ai tenté. J'étais très contente. Je ne me rappelle plus de la première chose que j'ai achetée mais je me rappelle que j'étais contente du premier vêtement donc j'ai continué à acheter.

Ines : Qu'est-ce qui t'a donné envie de l'essayer ?

Lucie : C'était le fait de me faire de l'argent. J'avais beaucoup de vêtements à vendre et ça me prenait beaucoup de place. Je ne voulais pas nécessairement les jeter puisque je n'avais pas vraiment de défauts. C'est juste que moi, je ne les aimais plus. Je voulais en profiter et essayer de les vendre même si ça n'a pas pris. Comme ça, il y avait quand même une valeur encore à ces vêtements-là.

Ines : Et à quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?

Lucie : Ça dépend. Parfois, je peux très bien pendant un mois acheter 5 fois et après ne plus l'utiliser pendant plusieurs mois. Ça dépend. C'est des périodes où j'ai besoin de vêtements, où je regarde. Je peux acheter plusieurs choses à la fois sur une courte période et après ne plus y aller pendant quelques mois et puis après retourner.

Ines : Et qu'est-ce que tu apprécies dans l'usage de Vinted ?

Lucie : J'apprécie le fait qu'il y ait des filtres et qu'on puisse vite trouver des choses adaptées à nos envies. Il y a aussi un recommandé pour vous puisque lorsque je fais une recherche, Vinted va tout de suite repérer ce qui m'attire. Et lorsque j'ouvre Vinted, Vinted sait sur quoi je pourrais craquer et acheter. Il me propose de bons produits.

Ines : Et qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable ?

Lucie : C'est le fait qu'on n'a pas toujours les dimensions que l'on veut parce qu'on peut le noter. Lorsqu'on vend un produit, on peut le noter. Mais moi-même, en ayant déjà vendu certains vêtements à 1 ou 2 euros par exemple, je ne vais pas mettre toutes les caractéristiques du produit parce que je trouve que je mets trop de temps par rapport à ce que je vais gagner. Donc moi, un truc que je n'aime pas quand j'achète, c'est le fait de ne pas avoir les dimensions, de ne pas être sûre que ça va m'aller, que je vais être contente. Mais en même temps, c'est compréhensible puisque vu le prix, on ne va pas demander plus d'informations puisque c'est déjà prix bas. Pour ça, en tout cas.

Ines : Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes ou vends d'occasion par rapport au neuf ?

Lucie : Moi, dans ma tête, la première chose à laquelle je pense, c'est les économies que j'ai faites. Puisque, par exemple, lorsque j'ai fait mes courses dans un magasin comme C&A, je vais vite ressortir du magasin en ayant payé 100€ pour 5 articles. Alors que sur Vinted, si j'ai 5 articles

pour la même valeur, pour la même qualité, je pourrais payer 15 € ou 20 €. Et moi, c'est plus cet aspect-là que j'aime bien de Vinted et qui est une bonne expérience. Je ne sais pas si j'ai bien répondu à la question.

Ines : Oui, t'inquiète. Quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ?

Lucie : Oui, j'ai vendu. En fait, l'intérêt que j'ai mis dedans et ma motivation que j'ai mis dedans, ça s'est reflété sur l'argent que j'ai eu grâce à Vinted. Donc, je suis contente de l'expérience que j'ai eue puisque je crois que j'ai gagné pas mal depuis que j'ai lancé mon compte Vinted. Au début, je n'avais pas installé Vinted pour des buts d'achat. Mais je suis aussi contente de l'aspect achat puisque j'ai jamais été... C'était rare quand j'étais mécontent d'un achat sur Vinted.

Ines : Maintenant, on va aller un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Lucie : C'est plus l'aspect durabilité, comme quoi c'est une seconde main. On donne une deuxième vie aux vêtements. Après, ça peut être un avantage pour plusieurs personnes. Pour moi, ce n'est pas le grand avantage que je vois en premier, même si c'est chouette qu'il y ait ça. Pour moi, c'est vraiment l'aspect prix qui prend un premier avantage. Mais après, l'aspect durabilité, c'est aussi bien puisque je fais mes études là-dedans aussi. C'est vraiment l'aspect prix que j'aime bien.

Ines : Je vais te citer un de leurs arguments qu'ils mettent en avant. La seconde main est une meilleure solution que le neuf à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun. Que penses-tu de ce message ?

Lucie : Je suis d'accord. Après, pour le climat, c'est vrai que c'est super. C'est bien de faire de la seconde main, tout ça. Mais je ne sais pas si c'est non plus plus durable, plus écologique non plus. Puisque le transport, même s'ils utilisent, par exemple, Homer, le Relais, tout ça, ça pollue quand même pas mal, je crois. Et moi, par exemple, je sais qu'il y a aussi des livres, qu'on peut acheter des livres. Et moi, j'ai déjà acheté des livres. Après, je les renvoie. Enfin, il y a un même achat qui peut être renvoyé plusieurs fois. Et ça aussi, ça consomme pour l'environnement. Je suis d'accord avec cette phrase-là. Mais l'aspect durabilité, c'est quelque chose à analyser.

Puisque, au final, il faut quand même calculer leur empreinte. Parce que je ne suis pas très sûre qu'ils soient durables. Même si l'initiative, elle est là.

Ines : Maintenant, j'aimerais qu'on parle des moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Peux-tu me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Lucie : Justement, c'était il n'y a pas longtemps. Cette semaine passée, je voulais m'acheter des chaussures. Mais il faut savoir que sur Vinted, on veut vendre des chaussures. Mais ce ne sont pas des vraies. Par exemple, des Nike, ça va être de la contrefaçon. Et on voit les prix. Par exemple, j'ai vu de belles chaussures comme des Nike. Je sais que ça vaut une centaine d'euros. Et ils les vendent à 30 euros. Après, je vais voir la personne qui vend. Je vois qu'il y a zéro évaluation, qu'il y a un pseudo bizarre. C'est un peu louche. C'est l'aspect un peu plus embêtant de Vinted. Moi, je voulais m'acheter des chaussures, mais je n'ai pas très confiance en la qualité des chaussures que j'aurais. J'avais hésité et je ne l'ai pas acheté au final. Je ne suis pas très sûre d'où vient le produit.

Ines : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Lucie : Ça, non. J'ai toujours été content de ce que j'ai reçu.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose, mais tu as changé d'avis ?

Lucie : Je vais dire les chaussures, parce qu'il y avait une autre paire de chaussures. C'était aussi Nike, par exemple. Il y avait des bons commentaires et j'ai vu que l'utilisateur avait de bons retours de ses clients. Il y avait quand même 300 commentaires. Mais les Nike étaient quand même assez peu chères et je n'avais pas trop confiance au final. J'avais encore mis une conversation avec lui pour lui demander des informations. Mais au final, j'ai préféré ne pas acheter. Je crois que les chaussures, par exemple, je vais plus me retourner vers d'autres plateformes comme Zalando. Je suis sûre que les chaussures sont des vraies.

Ines : Qu'est-ce que tu as ressenti après avoir renoncé à cet achat ?

Lucie : Je n'ai pas regretté, mais parfois je me dis que peut-être que j'aurais dû les acheter. Parce que ça reste quand même un bon prix. Mais au final, je préfère m'acheter de bonnes chaussures une fois, même si c'est un grand prix. Plutôt que de risquer. Parce que c'est aussi important d'avoir de bonnes chaussures.

Ines : Selon toi, qu'est-ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Lucie : Personnellement, ce qui m'aide à réfléchir avant d'acheter, c'est toujours les commentaires. Je vais voir ce qui s'est passé lors des précédentes ventes. Et en fonction de ce que je vois, j'achète ou pas.

Ines : Quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Lucie : Non, pas spécialement. Mais c'est vrai que si j'y pense, j'ai plus pensé négativement en me disant que ce que je vais acheter, ça va quand même faire le trajet. Je pense plus à ça, plus négativement à ce que c'est vraiment durable, ce que je fais ou pas.

Ines : Est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour l'environnement ?

Lucie : Comme je l'avais dit avant, je ne suis pas sûre. Je pense qu'on répond à un certain problème, donc éviter de refaire des vêtements, de produire et tout ça. Mais en vrai, c'est bien. Et je pense que c'est mieux de faire ça que de produire de nouveaux vêtements. Mais après, comme je l'ai dit, les frais de transport, l'impact du transport est quand même pas négligeable, je crois. Donc, je ne sais pas. Je ne connais pas assez bien le sujet.

Ines : Tu as parlé du transport. Est-ce que tu penses que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ou pas forcément ?

Lucie : Pas forcément, parce que je pense que Vinted, c'est une bonne alternative pour la seconde main. Et c'est aussi bien d'avoir une plateforme où tout est regroupé. C'est plus facile aussi que, par exemple, les friperies. Parce que les friperies, par exemple, près de chez moi, il n'y a pas trop de friperies, donc c'est difficile, par exemple, à acheter. Mais oui, l'aspect transport est plutôt l'aspect négatif. Mais après, c'est difficile aussi d'être 100 % durable dans le monde vestimentaire. C'est un mal pour un bien. Mais est-ce que le mal tire plus vers le bas ? Je ne sais pas.

Ines : D'après toi, est-ce que c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Lucie : Je pense que ça peut toucher plusieurs consommateurs. Mais je crois que ce n'est pas l'argument phare que les consommateurs regardent. C'est plutôt l'aspect prix.

Ines : Et donc, est-ce que c'était un aspect auquel tu avais déjà réfléchi ?

Lucie : Oh non.

Ines : Et autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Lucie : Je ne pense pas. Moi, par exemple, je suis plus entourée par des étudiants. Eux, c'est plus l'aspect prix, l'accès facilement à de nouveaux vêtements. Parce que maintenant, les vêtements, c'était vite à 20 euros pour un vêtement. Donc, c'est quand même un budget.

Ines : Qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Lucie : Ça, c'est vrai. Je suis d'accord avec ça.

Ines : Et est-ce que c'est ton cas ?

Lucie : J'ai jamais réfléchi à cette question-là. Mais je pense que oui. Puisque j'ai déjà, par exemple, acheté sur Shein parce que c'était moins cher et que j'avais besoin de plus de vêtements. Donc, le fait qu'ils soient moins chers, je vais plus consommer de vêtements.

Ines : Et est-ce que cela te pose un problème ?

Lucie : J'aimerais bien changer ma façon de ... Je n'aime pas trop cette façon-là. Puisque je sais que, justement, il y a un problème de la surconsommation dans notre société. Et ça, c'est quelque chose que j'aimerais bien travailler sur moi et faire attention aux vêtements. Et éviter que je surconsomme pour rien.

Ines : Et sais-tu si d'autres personnes y pensent ?

Lucie : Je ne sais pas. Je pense qu'il y a certaines personnes qui y pensent aussi. Mais que ce n'est pas une majorité et que beaucoup n'ont pas trop conscience de leur surconsommation.

Ines : Penses-tu qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes, acheteurs sur Vinted ?

Lucie : Oui, ce serait bien. Mais Vinted ne pourrait pas dire ça. Puisque ça va à l'encontre de leur performance économique.

Ines : Si j'essaie de résumer, tu m'as dit que toi, tu utilisais Vinted principalement pour l'argument économique. Tu m'as parlé aussi un peu du transport. Tu t'es déjà posé la question si

Vinted était vraiment écolo pour ce côté-là, cet aspect-là. Est-ce qu'il y a d'autres choses que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Lucie : Non, il y a quelque chose aussi que j'ai oublié peut-être de dire. Un truc que je regarde avant d'acheter, ce sont les frais de livraison. Parce que, par exemple, si j'achète un t-shirt à 12 euros et que je vois que c'est la livraison, c'est 3 euros. J'aime pas faire ça, donc je prends pas. Ce que je fais beaucoup maintenant, c'est que lorsque j'achète quelque chose, je vais sur le profil de la personne et j'essaie d'acheter plusieurs vêtements pour faire une commande, une même commande de la même personne, pour éviter justement de transporter trop de vêtements à la fois. Et maintenant, c'est rare que j'achète qu'un seul vêtement. J'essaie toujours d'acheter plusieurs choses, comme ça c'est dans le même paquet et je reçois tout en un. Ça se tient, j'ai changé mon comportement, parce qu'avant je faisais pas ça. Comme ça me dérangeait le transport, j'ai commencé à regarder chez une seule même personne et à commander le plus possible chez une même personne.

Ines : Ok, on arrive à la fin de l'entretien, donc merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé.

Lucie : Avec plaisir.

Répondant 11 – Elisa

Ines : Tout d'abord, merci beaucoup de prendre le temps de participer à cet entretien. Donc, l'idée ici, c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences et tes ressentis. Tout ce que tu me diras restera confidentiel. Tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise. Peux-tu me parler un peu de toi ?

Elisa : J'ai 43 ans, j'ai toujours été passionnée de danse. C'est vrai que mon but, quand j'ai commencé la danse, c'était de pouvoir danser avec certaines célébrités, mais bon, peut-être que ça arrivera un jour, qui sait ? J'aime les animaux, j'ai un chat qui me reste et j'ai un chien qui a eu deux ans. Je suis quelqu'un qui est toujours actif, qui ne reste pas sur mes acquis. Au tout début, j'étais coiffeuse. Après, j'ai fait un peu de tout, vendeuse et tout. C'est vrai que je me relève toujours de mes échecs. C'est pour ça que j'ai fait la formation de montage vidéo. J'aimerais vraiment avoir une belle clientèle dans ce secteur-là qui me passionne, que je n'y croyais pas, mais qui me passionne énormément. Aller avec ma famille, ça se passe bien, mais bon, c'est sans plus. Il y a des hauts et des bas comme dans toutes les familles. Mais ils étaient là aussi pour me soutenir. C'est vrai que j'aime bien être active. J'aime bien aussi être tranquille chez moi, à ne rien faire. Vraiment tranquille avec mes animaux et tout. Pour le moment, je n'ai pas spécialement de copains. Peut-être, mais pour le moment, je suis bien ainsi.

Ines : Quel rôle ont les vêtements dans ta vie ?

Elisa : C'est vrai que je ne suis pas très mode, mais quand même. Par exemple, s'il y a un haut qui me plaît, même si ce n'est pas de marque, que c'est un truc qui va faire waouh, quelque chose d'à part. C'est après, avec l'âge et tout, que je me suis rendue compte que je ne vais pas mettre des vêtements d'il y a 20 ans, même si la mode tournait tout. Mais je trouve qu'une pièce ... Ça, c'est vraiment quelque chose où je peux me sentir à mon aise. C'est vraiment une blouse qui a un petit détail et tout. Pour moi, ça va faire waouh, même si ce n'est pas très top. Je remarque ça quand je vais, par exemple, chez des amis. On me dit waouh et tout. C'est la pièce rare, c'est ça que j'ai cherché. Je trouve qu'être bien habillée, c'est quand même essentiel. Même si, quand je sors mon chien, je ne suis pas vraiment à la mode. Je suis presque en pyjama et tout, donc je ne suis pas du tout à la mode. Ça, c'est quand je promène notre chien. Mais sinon, j'aime bien être bien apprêtée et tout. Et puis, même pour mon moral, c'est bien d'être bien, par exemple, dans

une belle tenue, même avec un jean qui me met bien en valeur. Je trouve que voilà, surtout quand on sort et tout, ça me met vraiment bien en valeur.

Ines : Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes des vêtements ? Qu'est-ce qui te vient en premier à l'esprit ?

Elisa : Moi, c'est plutôt des hauts. Tout ce qui est haut, blouse et tout. Tout ce qui est top, pull, ça, j'aime bien. J'aime bien les sous-vêtements. De temps en temps, j'aime bien changer. Mais c'est vrai qu'aussi, je regarde aussi en priorité, c'est tout ce qui est veste. Des fois, quand je regarde mon armoire, je me dis, mais merde, il n'y a pas assez de pulls, par exemple. Je préfère une belle petite blouse et mettre un pull, un gilet et une belle veste. Les perfectos, je trouve que ça fait fort élégant, surtout quand on est en jeans comme ça, avec un beau jeans, ça fait vraiment bien habillé.

Ines : Parle-moi de tes dernières expériences. Qu'est-ce que tu as acheté en vêtements ?

Elisa : Ici, j'ai beaucoup acheté un parka contre la pluie. Surtout parce que, en fait, vu que je me balade avec mon chien, on m'avait conseillé d'avoir quelque chose de bien imperméabilisé. Et un pantalon en lin, ça, je recherchais beaucoup. C'est un pantalon en lin que j'avais trouvé. Et des jeans. Vraiment, un jeans comme ça, qui m'avait plu sur Vinted, qui avait attiré mon attention. Mais c'est vrai que, vu qu'ils annoncent du beau temps et tout, et c'est vrai que, vu que j'avais plus ou moins liquidé une partie de mes vêtements et tout, j'ai cherché beaucoup des pantalons en lin. Ça, j'avais acheté dernièrement un beau pantalon en lin.

Ines : Tu m'as dit que tu as acheté le jeans sur Vinted. Est-ce que tu fais des achats également en ligne, en magasin ?

Elisa : Moi, vu que j'ai mon budget, il s'est réduit. Mais c'est vrai que je recherche plus sur Vinted parce que je trouve que je regarde aussi, je mets toujours bon état, très bon état. Donc, j'essaie toujours que ça soit assez convenable. Et je trouve que les prix sont un peu plus abordables. Mais c'est vrai que quand j'achète sur Internet, c'est souvent dans les petites boutiques de particuliers. J'aimais bien aussi acheter, c'était à Tubize, c'était le magasin Elisa. Là, j'avais acheté pas mal de choses, des combis, beaucoup de combis, combis-pantalons, combis-minijupes. Ça, j'aimais beaucoup. Là, j'ai acheté beaucoup de combis. Et en magasin, je vais... Peut-être, j'avais acheté une jupe en magasin, mais c'était il y a très longtemps. C'était une jupe qui m'a plu énormément. Et des chaussures dernièrement parce qu'il me fallait des nouvelles paires pour avoir de bonnes

paires. J'avais acheté sur Vinted, mais c'était marqué bon état et tout. Vu que je marche beaucoup et tout, je juge beaucoup les chaussures et tout. Je me dis, bon, sur Vinted, OK, c'est marqué bon état et tout, mais là, même si je n'avais pas payé trop cher, je préfère aller au magasin. Je me dis, bon, allez, une bonne paire. Puisque c'est bien Vinted, mais bon, il y a certaines choses où, même si c'est rien plus cher, je préfère avoir quelque chose de bien. Genre, moi, comme je suis assez sportive, j'aime bien Intersport aussi. Ça, j'aime bien beaucoup y aller. La prochaine fois, si j'ai l'occasion, j'irai bien là. Mais c'est vrai que genre, si je devrais, voilà, en parlant comme ça, si je devrais aller refaire la danse et tout, je sais que les chaussures de danse, il y en a sur Vinted, j'en ai sélectionné plusieurs. Donc, je me dis, à la rigueur, voilà, j'en prendrai une paire sur Vinted et par après, j'en achèterai une vraiment dans un magasin juste à côté du club de danse. Donc par après, peut-être, je m'en offrirai des bonnes du magasin. Mais voilà, bon, en premier temps, c'est vrai que voilà, je suis assez mitigée. J'essaie de voir, voilà, de faire la part des choses et vraiment, voilà, pour certaines choses, je préfère des fois aller au magasin parce que c'est bien Vinted, mais il y a des choses que voilà, des fois, je pense que, je crois que j'avais acheté il y a pas longtemps, je me demande si c'était pas un pantalon, ah, si c'était un pull. La taille, c'était pas trop ça, mais bon, voilà, je me dis, j'ai pas dû payer trop cher et tout, mais bon, et puis je me dis, c'est utile, c'est un petit pull en plus, même si voilà, c'était pas vraiment, c'était un peu plus large, mais bon, voilà, c'est pas vraiment important, voilà.

Ines : Quand tu achètes en magasin ou sur un site, du coup, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Elisa : En magasin, je regarde l'étalage, donc je me dis, ah oui, si je vois un beau ensemble, je me dis, ah oui, pourquoi pas, donc je vais être attirée par l'étalage et je vais voir, voilà, si c'est vraiment ce que j'ai vu, si c'est vraiment ce que j'ai pensé dans ma tête. Je peux pas aller, mais en fait, à mon avis, c'est avec la lumière, c'est un peu trompeur, je me dis, ah oui, non, c'était pas cette couleur-là que je m'imaginai, mais parfois, je peux tomber vraiment sur des bonnes affaires.

Ines : Qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Elisa : Quand j'ai choisi un vêtement, la matière, il faut que je me sente bien dans la matière, que je me sente bien, la couleur aussi, il faut que ça aille bien à mon teint aussi, oui, la matière. Si je vois que j'ai choisi un pull d'une telle couleur et qu'en fait, je peux tout à fait même le donner et tout, je peux tout à fait soit le donner ou quoi, mais je serais un peu déçue parce que voilà, je me dis, zut, la couleur me plaisait, mais voilà, je me sens pas à l'aise, la matière, c'était pas ça,

c'était pas ce que j'attendais. Je me dis, quand je regarde sur Internet, je me dis, peut-être que j'ai l'œil juste, je me dis, peut-être, je vois ce T-shirt, ça doit être quand même pas mal. Des fois, je tombe juste, des fois, je ne tombe pas juste dans ce que je pense, mais c'est vrai que la matière est importante. Moi, je choisis plus tout ce qui est coton, laine un peu moins, laine parce que je mets quelque chose en dessous, ça c'est plus en hiver, mais sinon, coton, je suis un peu mieux, je suis plus à l'aise. C'est au niveau aussi de mon hygiène corporelle parce que comme je transpire fort et tout, il n'absorbe pas trop, parce que ce n'est toujours pas agréable quand on a le dessous. Même si je ne le sens pas, des fois, je fais la réflexion, je me dis, ça va, je ne le sens pas, non, non, non, et tout, mais ça, c'est que la matière n'était pas bonne, elle n'était pas faite pour moi.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Elisa : Mes combis. Quand j'ai commandé, quand j'achetais au magasin, mes combis, j'en avais une à la maison. Quand je le mettais, je ne sais pas, je me sentais aller mais vraiment légère. Et puis, je me sentais à l'aise. Je ne sais pas si c'est les combis parce que je ne suis pas très jupe aussi. Et je me dis, vu que c'est en entier, ce n'est pas idéal non plus pour aller aux toilettes. Je le reconnais, mais je trouve que ça fait bien habillé. Je ne sais pas, une belle combi, même que ce soit en jupe short, comme ça, c'est quelque chose que je ne l'enlèverais pas de ma garde-robe, c'est sûr.

Ines : Tu m'as dit que tu utilisais Vinted. Est-ce que tu peux me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Elisa : J'ai rencontré quelqu'un que je connaissais, que je connais, que je côtoie tout le temps, qui m'a dit, oui, mais pourquoi tu... Parce que j'avais vu la pub et je me dis, c'est quoi encore ça ? Et c'est vrai qu'elle me disait, oui, tu sais, il y a Vinted, tu peux vendre tes vêtements et tout. J'avais mis au début des articles à moi et puis après, je ne sais pas comment c'est venu. J'ai cherché, vu que je me suis inscrite sur Vinted, je suis devenue une acheteuse. J'ai un compte Vinted mais je suis devenue une acheteuse. C'est fou. C'est vrai que je devrais renouveler mon Vinted, parce que c'est vraiment un tout hasard comme ça. Je pense qu'on m'en avait parlé et à ce moment-là, c'est vrai que je postulais sur Facebook donc je vendais mes vêtements et je ne sais plus qui m'avait parlé exactement de ça. Oui, tu devrais mettre sur Vinted parce que là, en plus, c'est gratuit et ça va à n'importe quel point de relais ou que ce soit une librairie, la poste et tout. Du coup, c'est vrai que j'ai mis des articles, quelques articles sur mon compte et tout mais après, j'ai commencé à regarder avec des mots-clés, à chercher par curiosité des choses et tout et c'est là où j'ai commencé. J'achète pas régulièrement mais quand je me dis « Ah oui, c'est vrai,

j'ai besoin de ça et tout », je trouve sur Vinted des trucs pour la cuisine, des trucs pour les animaux par exemple aussi que j'ai des petites choses comme ça. Je me dis « Ah oui, pourquoi pas ? » Et parfois, je fais comme si je commandais chez Zalando. Je mets « Tchac, tchac, tchac », « Ah oui, tchac », « Allez, allez, allez », mais je fais ça vraiment quand je me dis que je peux me le permettre vraiment mais bon, même si c'est les petits prix 1 euro, etc., on attaque quand même un peu plus de 100 euros. Quand j'ai fait mes calculs, « Ah oui, OK quand même », 5 euros et tout, il y a les frais, etc., qui se rajoutent. Donc, ça monte très vite mine de rien, mais bon, quand je commande, je suis toujours contente du retour et puis j'ai un bel échange avec les vendeurs. Je laisse un beau commentaire en disant que « Oui, ça s'est bien passé ». Des fois, il y a eu des petites réductions aussi. On a aussi des petits cadeaux aussi. Je crois que j'avais eu ici pour le pantalon en lin, j'avais reçu des boucles d'oreilles. Ça fait toujours plaisir. Je crois qu'une fois, j'avais eu aussi des échantillons aussi. Ça fait plaisir. Des fois, j'ai payé, des fois, je n'ai pas. Ça dépend sur qui je tombe mais sinon, en général, ce n'est pas que voilà. Si j'ai l'opportunité de recommander ou d'aller en magasin et qu'il y a quelque chose qui me plaît vraiment et tout, qu'il y a un truc dans ce que je prends habituellement au niveau des dessus, même un jeans ou quoi, ou chaussures, j'irai dans un magasin ou alors ce que je fais aussi en ligne, c'est que je commande pas mal et il y avait des choses en réduction et tout. Maintenant, j'essaye un peu de voir. Je fais un mix de tout.

Ines : Qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable avec une tête ?

Elisa : Des fois, j'aimerais des fois que ça arrive comme ils disent, en trois jours, même pas. Moi ici, des fois, c'est vraiment à la fin du mois par exemple. OK, c'est pas vraiment urgent et tout, mais avant ça allait beaucoup plus vite et je me dis, peut-être ça dépend de la destination parce que je vérifie toujours d'où ça vient. C'est vrai qu'ici, il y avait des articles qui venaient d'Italie donc c'est normal que ça met un peu plus de temps. Et parfois, j'essaye un tout petit peu négocier les prix parce que voilà, je me dis quand même parce qu'il y a les frais et c'est vrai qu'on compte avec les frais, etc. J'essaie toujours un petit peu, il y en a c'est non, c'est comme ça et pas autrement.

Ines : Qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes d'occasion par rapport au neuf ?

Elisa : Quand j'ai quelques articles, les combis que j'ai achetées au magasin et des choses comme ça, je vais moins les mettre souvent parce que j'ai peur de les abimer. Tandis que si j'achète un truc sur Vinted, je me dis que je vais pas avoir mal au cœur si, voilà, je fais un trou dedans ou qu'il est un peu déchiré, j'aurai moins mal au cœur, c'est plein d'autres côtés-là. Au magasin, il y

a le t-shirt qui est un peu plus différent. Bien sûr, c'est nouveau. Je me dis, sur Vinted, je ne vais pas trouver ça. Donc, il y a certaines choses que je me dis : bon, je ne vais pas. Oui, c'est comme un deuxième magasin, mais pas totalement. C'est vrai qu'il y a des choses comme ici. Pour la cuisine, je me dis une balance pour peser les aliments. Je me dis, par exemple ça, je ne vais pas aller. Oui, au magasin, il y a la garantie au cas où, si elle tombe en panne, etc. Mais je me dis, contre X au niveau du prix et que je trouve sur Vinted, et que c'est quasi, à mon avis, la personne a peut-être utilisé une ou deux fois et qu'elle s'en est achetée une autre. Je me dis, à l'occasion, ça va. Je n'irai pas quand même chercher un téléviseur ou une machine à laver là-dedans. Des choses comme ça, des trucs gros comme ça, des petites choses, des petites déco, des choses comme ça. À la rigueur, je choiserais plus sur Vinted, c'est plus ça, dans l'idée, pour au moins aménager du mieux que je peux avec des petites choses qui n'ont pas servi pour cette personne-là. C'est plus dans cet intérêt-là.

Ines : On va aller un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Elisa : En fait, je dirais recyclage. C'est le mot qui me vient comme ça.

Ines : Qu'est-ce que tu crois qu'ils essayent de faire passer comme idée ou comme valeur à travers leur plateforme ?

Elisa : Une espèce d'économie. D'un côté, je suis mitigée parce que j'ai travaillé dans la vente. Je me dis que c'est bien Vinted, mais les commerces en vente, c'est assez mitigé. C'est vrai que si on ne trouve pas, par exemple, d'une collection d'il y a X années, on peut retrouver sur Vinted. Ça m'est arrivé aussi de trouver des maquillages d'avant NSB. Je me dis que des choses comme ça, ça me remet des choses en mémoire. Je pense que c'est assez large aussi. Ici, j'ai vu que récemment, ils ont rajouté des petites choses pour la maison, il me semble, jardinage. Grâce à ça, j'ai pris un tuyau d'arrosoir avec un jet. Tandis qu'au magasin, c'est le double du prix. Mais ça ne remplace pas le magasin. Oui, c'est intéressant, parce que d'abord, il faut vraiment bien choisir avec attention. Je suis un peu entre les deux, vu que j'ai travaillé en vente. C'est assez difficile de trouver une réponse à ça. Je suis assez mitigée.

Ines : Ici, je vais te citer un de leurs arguments qu'ils mettent en avant. Après, tu pourras me dire ce que tu penses de ce message. La seconde main est une meilleure solution que le neuf, à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun. Qu'en penses-tu ?

Elisa : Pour le porte-monnaie, oui. Je parle de mes situations actuelles, c'est bien. Économie, oui, d'un côté, d'une part. Le climat, je n'ai pas d'idée. Pour le dressing, quelque part, c'est pour ne pas faire endormir certains vêtements qui sont là depuis, alors qu'on se dit qu'on va les mettre. À la rigueur, je préfère le vendre sur Vinted que de le donner au petit rien. Je ne sais pas comment ça se fait pour le truc à la bulle. D'un côté, je préfère que mes vêtements, s'il y a quelque chose que je ne sais plus mettre du tout et que ça reste là et tout, je préfère faire plaisir à quelqu'un. Mais là, je le mettrais sur Vinted. Personnellement, le climat, je ne vois pas vraiment. Oui, ce sont des vêtements qui ont été mis, que ce soit en magasin ou sur Vinted, je ne vois pas l'intérêt.

Ines : Maintenant, j'aimerais qu'on parle des moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Peux-tu me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Elisa : C'était dernièrement, quand je devais choisir entre une veste et des chaussures. Je me dis : qu'est-ce que j'ai vraiment besoin, mais vraiment là, immédiatement, à l'instant. À l'heure actuelle, à ce moment-là, je veux dire, j'avais besoin des deux, mais j'avais plus besoin de ma paire de chaussures. En plus, je crois qu'on tombait en hiver et je me dis, j'ai longtemps hésité à me dire, il y a la veste et tout. Je me dis, j'ai encore quelques vestes dans mon placard. Je pense que j'en ai une qui pourrait passer. Et je me dis, non, la chaussure quand même. En plus, elle est bien et tout. Et c'est vrai que la personne avait réduit. Je me dis, parce que j'avais déjà sélectionné plusieurs articles dans le même style et il y en a deux, trois qui me sont passés sous le nez. Je me dis, cette fois-ci, je vais la prendre. En plus, elle a baissé le prix et tout. Je me dis, bon, elle sent que je suis une cliente potentielle, une vendeuse potentielle. Du coup, je l'ai acheté. C'est comme ça que j'ai visualisé.

Ines : Et est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Elisa : Non.

Ines : Tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose, mais tu as changé d'avis ?

Elisa : Ah, c'était un Perfecto. Et en fait, ce qui m'a fait changer d'avis, parce que j'avais mis dans mes j'aime, dans mes favoris. Et c'est vrai qu'on m'a toujours conseillé de regarder dans les commentaires. Et c'est vrai que je ne sais pas pourquoi. Je pense qu'à deux doigts, j'ai failli l'acheter. Et puis, je me dis, je ne sais pas pourquoi, je vais dans les commentaires avec les étoiles. Et je regarde et je vois qu'il n'y en avait pas beaucoup. Et je vois que la vente n'a pas abouti, des

choses comme ça. Et je ne sais pas si elle a été vendue ou si c'est moi qui l'ai supprimée en favori. Et puis, je me dis, ça m'a l'air de rien de bon tout ça. Donc, je me suis plus fié à ça. Et puis, je crois que j'ai changé d'avis.

Ines : Est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas en fin de compte ?

Elisa : Il y a certaines personnes qui n'ont pas très confiance parce qu'elles se disent : ça ne peut pas être conforme comme sur la photo. C'est vrai que j'ai reçu des vêtements, ça paraissait une telle couleur assez waouh, il était un peu moins. Mais c'est vraiment un détail. Je pense plus ça, plus au niveau de l'image, qu'ils se disent, tiens, ce n'était pas comme je l'avais espéré.

Ines : Quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Elisa : Non, pas spécialement.

Ines : Est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour l'environnement ?

Elisa : Oui, c'est sécurisant aussi d'un côté, plus que quand on vend des articles genre sur Facebook ou des choses comme ça. Moi, je serais plus sécurisé sur Vinted. Maintenant, ça dépend sur qui on tombe. Mais maintenant, j'achète avec prudence aussi. Pour l'environnement, oui, d'un côté, ça peut être un bénéfice.

Ines : Est-ce que tu sais que parfois, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur ? Qu'est-ce que ça t'évoque ?

Elisa : Je me dis que je prends le risque quand même d'acheter quelque chose qui vient de loin sans savoir ce qu'il y a dans ce paquet-là. Mais c'est vrai que si je devais avoir une mauvaise surprise, je pense que je regarderais deux fois d'où vient ce produit. Si j'ai eu la blague une fois, je ne pourrais pas, même si l'article me plaît et tout, je ne pourrais pas acheter quelque chose qui reviendrait dessus. Si par malheur j'avais eu une mauvaise expérience. Mais je me dis que si ça vient d'aussi loin et que je vois qu'une fois arrivé chez moi que c'est bien, je me dis que c'est bien emballé, etc. et tout, il n'y a pas un seul défaut. Je suis bien tombée.

Ines : Est-ce que d'après toi, c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Elisa : D'un côté, ça peut inciter les gens à se dire, tiens, sur Vinted, au lieu de mettre à la poubelle des articles, des choses qu'on a du mal même à vendre ou à donner dans notre entourage. D'un côté, ça peut aussi rendre heureux quelqu'un d'autre qui a peu de moyens et qui n'a pas pu se permettre d'avoir à faire avec leur passé. Ça peut faire plaisir. D'un côté, on peut faire le bonheur des autres. D'un côté, c'est pas mal.

Ines : Est-ce que c'est un aspect auquel tu avais déjà réfléchi ?

Elisa : Oui, c'est vrai que pendant un moment, il y avait des moments où ce n'était pas ça dans ma vie. Franchement, des fois, il y a des choses que je trouve sur Vinted, je me dis, heureusement qu'il y a ça. D'un côté, c'est pas mal. On peut même avec peu avoir quelque chose de convenable. D'un côté, des personnes comme moi, il y en a. Je pense que ça peut vraiment rendre service à beaucoup de personnes.

Ines : Autour de toi, tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Elisa : Je sais que mon autre sœur, elle fait des achats de la tête aux pieds pour ses enfants, pour ses filles. Elle fait que ça. C'est vrai que mon autre sœur, vu qu'elle a un statut un peu plus stable, elle se fout un peu de ma sœur en disant « tu vas acheter sur Vinted ». Et un peu à la rigolade. Mon autre sœur, elle est plus pour aller en boutique, des choses comme ça. Mais c'est vrai que quand j'en parle autour de moi, on me dit « t'es sûre ? ». Elle me dit : « Tu vois, regarde ça, ça vient de chez Vinted ». C'est assez mitigé parce qu'il y a des gens qui ne sont pas dans le même délire. Je n'en parle pas à tout le monde non plus parce que ça fait un peu celle qui ne va plus au magasin. Ici, une de mes voisines fait sur Vinted de temps en temps aussi. Pourtant, c'était quelqu'un aussi qui allait dans les magasins et tout. Elle va de temps en temps un peu, mais elle trouve son bonheur aussi sur Vinted. Maintenant, c'est aussi un peu pour tous les portefeuilles. Mais c'est vrai que pour ceux qui ne savent pas trop se le permettre, ça aide beaucoup. Mais c'est vrai qu'autour de moi, c'est assez mitigé.

Ines : Qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Elisa : C'est vrai que ça influence beaucoup. Quand je mets dans mes favoris, je me dis que si j'avais vraiment l'opportunité, je prends tout. Mais j'en aurais pour une certaine somme, oui. Mais je pense, en comparant, je me dis que dans un magasin, je pense que j'en aurais un peu plus, un peu plus que la moitié. Donc, c'est vrai qu'il faut aussi savoir dire stop. On verra si ça ne reste

pas dans mes favoris, que ça a été vendu, ce n'est pas grave. Il y a tout. On sait toujours rechercher tel article. Mais c'est vrai qu'un euro, un euro tout le temps, cinq euros, c'est des petits prix. Mais bon, il faut toujours faire le calcul et tout et voir si je peux prendre ça, ça, ça en plus, combien ça va me faire ? Ça monte vite à 40 euros. Pourtant, je n'ai pris que des caisses entre 1 et 5 euros. Donc, c'est vrai que c'est assez tentant, mais il faut savoir aussi se maîtriser. Mais c'est vrai qu'il faut faire vraiment attention même si c'est à bas prix. Il faut compter les frais, les frais de vendeur, les frais de port, les frais de Mondial Relay. Et ça monte très vite même si c'est 1, 2 euros et encore. Donc oui, il faut rester prudente parce que ça peut vite monter.

Ines : Si j'essaie de résumer, tu m'as dit que de base, tu avais installé Vinted pour vendre puis tu as commencé à acheter. Parce que justement, les prix bas, c'est ce qui t'a attiré particulièrement. Et que du coup, le fait qu'il y ait des prix bas, oui, ça te donne envie d'acheter plus. Mais au final, tu arrives quand même à un budget assez élevé. Est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais ajouter sur ton expérience, ton ressenti vis-à-vis de ça ?

Elisa : Non, j'ai rien en tête, non.

Ines : Ok, on arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé. C'était vraiment intéressant, et ça va beaucoup m'aider.

Répondant 12 – Sophie

Ines : Tout d'abord, merci beaucoup de prendre du temps pour participer à cet entretien. Donc l'idée ici c'est simplement d'échanger ensemble autour de tes habitudes et ressentis, notamment sur les vêtements et l'usage de Vinted. Il n'y a pas de mauvaise réponse. Ce qui m'intéresse, c'est ton point de vue personnel, tes expériences et tes ressentis. Tout ce que tu me diras restera confidentiel et tu peux aussi ne pas répondre à une question si tu ne te sens pas à l'aise avec. Peux-tu me parler un peu de toi ?

Sophie : J'ai 21 ans, j'habite en colocation à Bruxelles avec une amie à moi. Je suis en deuxième année d'études universitaires. J'ai un job étudiant une fois par semaine sur le côté.

Ines : Et quels rôles ont les vêtements dans ta vie ?

Sophie : J'achète quand même beaucoup d'habits. J'essaye de moins en moins parce qu'à un moment j'en ai assez. J'en achète quand même beaucoup et j'aime bien regarder des looks sur les réseaux sociaux, des trucs comme ça.

Ines : Maintenant, parlons un peu de tes achats de vêtements. Qu'est-ce que tu recherches en général quand tu achètes un vêtement ?

Sophie : Qu'est-ce que je recherche en général ? Rien de particulier. Je regarde et si j'aime bien, j'achète. Je sais que, par exemple, les pantalons et tout, j'en achète pas souvent. J'ai un jean de chaque couleur et c'est bon. C'est plutôt des hauts que j'achète. Et sinon, il n'y a pas de critères spécifiques.

Ines : Parle-moi de tes dernières expériences. Qu'est-ce que tu as acheté récemment ?

Sophie : Des hauts chez Bershka pour les vacances.

Ines : Donc tu l'as acheté comment ? En ligne ou en magasin ?

Sophie : En ligne.

Ines : Et est-ce que tu as une préférence, que ce soit en ligne ou en magasin ?

Sophie : Je préfère en magasin.

Ines : Et tu fais où d'habitude tes achats ?

Sophie : À Rue Neuve.

Ines : Quand tu achètes en magasin donc, qu'est-ce que tu remarques dans la façon dont tout est présenté ?

Sophie : Je suis plus attirée quand il y a des couleurs vives je dirais. Mais sinon quand c'est peut-être un peu plus rangé, par exemple chez Primark c'est tout en bordel, donc je suis attirée un peu moins.

Ines : Qu'est-ce qui compte le plus pour toi quand tu choisis un vêtement ?

Sophie : Qu'il m'aille bien et que c'est dans mon budget.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un achat qui t'a particulièrement plu ?

Sophie : Dans la dernière commande, il y a un top que j'aimais beaucoup.

Ines : Et qu'est-ce qui t'a marqué sur ce top ?

Sophie : Le modèle, j'aimais bien le modèle.

Ines : Je crois savoir que tu achètes en seconde main, c'est correct ?

Sophie : Oui, ça m'arrive.

Ines : Tu utilises Vinted, est-ce que tu peux me raconter comment tu as découvert Vinted ?

Sophie : C'était il y a super longtemps donc je ne saurais plus. C'était sûrement sur les réseaux sociaux mais je ne sais plus exactement puisque ça fait vraiment des années que je me suis inscrite sur Vinted.

Ines : Est-ce que tu te souviens de ce qui t'a attiré au départ de l'essayer ?

Sophie : Le fait que ce soit moins cher et le fait aussi que c'est pas directement dans les magasins. Que ce soit du seconde main et que ce ne soient pas des vêtements qui sont jetés.

Ines : Et à quelle fréquence tu achètes sur Vinted ?

Sophie : Maintenant moins qu'avant. Avant j'achetais un peu tous les mois, mais là maintenant une ou deux fois par an.

Ines : Qu'est-ce que tu apprécies dans l'usage de Vinted ?

Sophie : Le fait que l'argent ne va pas directement chez l'autre personne tant qu'on n'a pas reçu le colis et qu'on a pas dit que tout était bien. Le fait qu'on peut poser des questions pour en savoir plus sur le produit. Je dirais que ça, c'est plutôt bien.

Ines : Et qu'est-ce que tu trouves plus difficile ou moins agréable ?

Sophie : Parfois le fait qu'il pourrait y avoir des contrefaçons, des trucs comme ça. On n'est jamais sûr, mais après ça, je pense que c'est la seconde main en général. S'il n'y a pas de certificat d'authenticité ou quoi.

Ines : Et qu'est-ce que tu ressens de différent quand tu achètes d'occasion par rapport aux neufs ?

Sophie : Parfois ça se voit que les habits ne sont pas neufs mais après c'est normal vu que j'achète en seconde main. Je dirais ça. Je suis juste ça qui pourrait changer. Et si ça ne me va pas, je ne peux pas les rendre. En fait on peut renvoyer, mais du coup c'est payer des frais de port alors qu'après les frais de port peuvent revenir à même plus cher que l'article. Donc au final le renvoyer, ce n'est pas toujours très rentabilisé.

Ines : Et quand tu repenses à ce qui t'a poussé à utiliser Vinted au départ, est-ce que tu dirais que tu retrouves aujourd'hui ce que tu cherchais ?

Sophie : Oui, j'utilise encore pour avoir des produits moins chers.

Ines : Donc maintenant on va aller un peu plus loin sur ce que ça représente pour toi. Quand tu penses à Vinted, quel message ou quelle image te semble le plus mis en avant ?

Sophie : Le fait que c'est de la réutilisation. Je ne sais pas si c'est le mot, mais c'est qu'on réutilise des choses et qu'on ne les jette pas. Ça reste la surconsommation parce que c'est de l'achat de vêtements et on n'en a pas toujours besoin. Mais c'est déjà moins que d'acheter et puis jeter ce qui ne nous intéresse plus.

Ines : Je vais te citer un de leurs arguments qu'ils mettent en avant et après tu me diras ce que tu en penses. « La seconde main est une meilleure solution que le neuf à la fois pour le climat, pour votre dressing et pour votre porte-monnaie. C'est pourquoi nous voulons en faire le premier choix de chacun. » Donc qu'en penses-tu ?

Sophie : Oui, je pense qu'on peut acheter à moins cher, que ça permet de recycler des vêtements. Du coup je suis d'accord.

Ines : Comment tu réagis face à ce genre de message ?

Sophie : Je me dis juste : « Oui c'est vrai. »

Ines : Maintenant j'aimerais qu'on parle des moments où tes choix d'achat ont pu te faire réfléchir. Est-ce que tu peux me raconter une fois où tu as hésité à acheter quelque chose sur Vinted ?

Sophie : Le dernier achat que j'ai fait, c'était un appareil photo et ça, j'ai beaucoup hésité parce que c'était quand même en budget. Mais après j'ai acheté, mais j'ai hésité un petit temps quand même.

Ines : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de faire un achat sur Vinted qui t'a laissé un doute ensuite ?

Sophie : Ouais je pense qu'une fois j'avais acheté des AirPods et que c'était des faux. Et ça, j'étais un peu en mode ... Enfin j'avais payé moins cher du coup. Avec le recul je me dis que c'est logique, tu vas pas payer 100 balles des AirPods. J'avais 13 ans, un truc comme ça. Ça, je me souviens, après je me suis dit : « Oh mince. »

Ines : Et est-ce que ce genre de situation t'arrive souvent ou c'est plutôt rare ?

Sophie : Non non, c'était juste une fois. Parce que sinon c'est des trucs pas chers et du coup si ça me va pas je le remets en vente sur Vinted.

Ines : Est-ce que tu te souviens d'un moment où tu as failli acheter quelque chose mais tu as changé d'avis ?

Sophie : À l'époque il y avait une veste que je voulais trop mais que j'avais demandé à la fille de l'avoir moins cher parce qu'elle était quand même chère et elle avait pas accepté. Puis du coup j'avais hésité à quand même la prendre à ce prix-là mais je l'ai pas achetée au final.

Ines : Et qu'est-ce que tu as ressenti après avoir renoncé ?

Sophie : J'ai trouvé que c'était mieux parce que je pouvais trouver une autre veste qui allait me plaire plus dans mon budget. Donc j'ai pas regretté d'avoir renoncé.

Ines : Et est-ce que tu penses qu'il peut y avoir d'autres raisons pour lesquelles les personnes n'achètent pas en fin de compte ?

Sophie : Soit avec la réflexion on peut se dire qu'on n'en a pas vraiment besoin ou qu'on peut trouver autre chose ailleurs.

Ines : Est-ce que tu penses que ce type de réflexion arrive aussi à d'autres personnes autour de toi ?

Sophie : Oui, je pense.

Ines : Selon toi, qu'est-ce qui pourrait pousser les gens à réfléchir davantage avant d'acheter sur Vinted ?

Sophie : À réfléchir davantage ... À pas remettre un temps d'attente, mais bon après c'est pas cool pour le vendeur. Je ne saurais pas, parce qu'en soit sur des sites où on a envie d'acheter, on achète, et si tu regrettes après, c'est un peu, entre guillemets, ton problème. C'est pas la faute de la plateforme.

Ines : Et donc quand tu achètes quelque chose, est-ce que tu penses à l'impact que ça peut avoir sur l'environnement ?

Sophie : Oui.

Ines : Est-ce que l'environnement c'est important pour toi ?

Sophie : C'est important pour moi mais je pense que ça coûte plus cher d'acheter des produits qui sont meilleurs pour l'environnement, les plus locaux et tout. Et donc même si c'est important d'un côté, le fait est que comme je suis encore étudiante, j'ai pas nécessairement les moyens de payer plus cher pour aller dans des trucs plus locaux et le choix est moins grand aussi souvent.

Ines : Donc tu m'as dit qu'en gros, par manque, on va dire, de budget, parce que t'es encore étudiante. Tu n'achètes pas, on va dire, des produits bons pour l'environnement. Mais est-ce que tu changerais certaines habitudes d'achat pour être plus en accord avec tes valeurs ?

Sophie : Oui, je pourrais.

Ines : Et est-ce que tu penses que Vinted est une bonne source d'achat pour l'environnement ?

Sophie : En tout cas ça reste quand même en ligne et du coup il y a l'utilisation de la poste et tout ça. Mais c'est déjà mieux que de faire reproduire tout le temps des nouveaux habits et tout.

Ines : Donc tu m'as parlé de la poste, justement. Donc oui, un article peut voyager loin avant d'arriver à l'acheteur. Qu'est-ce que ça peut t'évoquer ?

Sophie : C'est toujours moins loin que les produits. Par exemple, si je commande des habits qui viennent d'Asie, c'est toujours moins loin que quand on m'envoie un produit de la France ou de l'Espagne. Donc je pense que c'est quand même déjà mieux.

Ines : Et est-ce que tu penses que ça remet en question certains bénéfices de la seconde main ?

Sophie : Je dirais un petit peu, mais ça n'enlève pas tout le bénéfice.

Ines : Et d'après toi c'est pertinent que Vinted mette en avant un message écologique ?

Sophie : Oui.

Ines : C'est un aspect auquel tu avais déjà réfléchi ou pas du tout ?

Sophie : Oui. En achetant de la seconde main, j'ai déjà réfléchi.

Ines : Et autour de toi tu crois que les gens se posent ce genre de questions ?

Sophie : Oui, je pense.

Ines : Qu'est-ce que tu penses du fait que certains trouvent qu'acheter moins cher peut pousser à consommer plus ?

Sophie : Oui je peux comprendre vu qu'on se dit qu'avec le même budget on peut acheter plus de choses.

Ines : Et c'est ton cas parfois ?

Sophie : Non, je me dis plutôt que j'ai payé moins cher pour un truc spécifique et je vais pas acheter spécialement deux choses pour compenser.

Ines : Et sais-tu si d'autres personnes y pensent ?

Sophie : Oui, je pense.

Ines : Et est-ce que ça les ferait réagir de prendre conscience de ça ?

Sophie : Non.

Ines : Penses-tu qu'on devrait partager ça avec d'autres personnes acheteuses sur Vinted ?

Sophie : Oui, je pense que ça peut être intéressant de le dire.

Ines : Qu'est-ce qu'on pourrait faire par exemple concrètement ?

Sophie : Je pense que pour le moment, pour sensibiliser, c'est les réseaux sociaux qui fonctionnent le mieux.

Ines : Ok donc si j'essaye de résumer, tu m'as dit que toi tu utilises Vinted parce que bah du coup tu es étudiante et que t'as été vraiment attirée par les petits prix. Tu as dit que si t'as envie d'acheter une pièce tu vas acheter une pièce, et tu vas pas être influencé et acheter plus que ce que tu veux en fonction de ton budget. Niveau environnement, tu y réfléchis. Est-ce qu'il y a autre chose que tu aimerais ajouter sur ton expérience ou ton ressenti vis-à-vis de Vinted ?

Sophie : Je dirais que le plus souvent quand j'utilise Vinted, c'est quand je vois une marque, par exemple Lounge. Il y avait des ensembles que j'aimais bien, mais sur leur site c'est super cher. À chaque fois alors, je regarde sur Vinted s'il n'y a pas des personnes qui les revendent à moins cher. En vrai, c'est la façon dont j'utilise le plus souvent Vinted. Je trouve que ça permet, mais après je trouve qu'aussi c'est un peu dur de vendre des vêtements qui sont déjà à bas prix de base parce qu'après les frais de port ils deviennent beaucoup plus chers. Par exemple, si j'achète un t-shirt à 20 euros en magasin, sur Vinted je peux le revendre à 5 euros, mais il n'y a personne qui va acheter un t-shirt à 5 euros parce que les frais de port, ils sont à 3 euros. C'est peut-être un désavantage mais bon d'un autre côté il faut payer la poste et donc c'est comme ça. Pour les achats à bas prix, je trouve pas que c'est le système le plus intéressant.

Ines : On arrive à la fin de l'entretien. Merci encore pour ton temps et pour tout ce que tu as partagé.

Hypothèse 1

Ces variables seront mesurées à l'aide d'une échelle de Likert à 5 points (de 1 = Pas du tout d'accord à 5 = Tout à fait d'accord), à travers les items suivants :

- Engagement écologique
 - ⇒ Échelle adaptée de Roberts & Bacon (1997) (Ecologically Conscious Consumer Behavior (ECCB)) :
 - Je réutilise les sacs plastiques.
 - J'évite d'acheter des produits suremballés.
 - Je recycle les canettes, bouteilles ou journaux.
 - Je fais l'effort d'acheter des produits respectueux de l'environnement.
 - Je fais attention à éteindre les lumières inutiles chez moi.
 - Je choisis des produits qui ont un emballage minimal ou recyclable.
 - Je soutiens les entreprises qui prennent des mesures en faveur de l'environnement.
 - Je limite mon usage de produits jetables (ex : assiettes, gobelets, sacs).
 - J'évite d'utiliser des produits chimiques nocifs à la maison.
 - J'ai déjà boycotté une entreprise pour des raisons environnementales.
 - Je me renseigne sur l'impact écologique des produits avant de les acheter.
- Dissonance cognitive liée aux achats sur Vinted
 - ⇒ Échelle adaptée de Bardhi & Arnould (2005) (Post-purchase cognitive dissonance scale) :
 - Depuis que j'achète sur Vinted, je regrette souvent d'acheter des produits dont je n'ai pas réellement besoin.
 - ..., je ne culpabilise plus d'acheter autant de produits.
 - ..., je m'interroge fréquemment sur l'utilité réelle des produits que j'achète.
 - ..., je me demande souvent si j'ai vraiment besoin d'en acheter autant.
 - ..., je ne me sens plus mal à l'aise à l'idée de remplacer des produits encore en bon état.

Hypothèse 2

Ces variables seront mesurées à l'aide d'une échelle de Likert à 5 points (de 1 = Pas du tout d'accord à 5 = Tout à fait d'accord), à travers les items suivants :

- Engagement écologique
 - ⇒ Voir même échelle de mesure que précédemment.
- Dissonance cognitive liée aux achats sur Vinted
 - ⇒ Voir même échelle de mesure que précédemment.
- Image écologique perçue de Vinted (= variable médiatrice)
 - ⇒ Échelle adaptée de Baumann et al. (2020) (Perceived environmental friendliness), et Hartmann et al. (2009) (Green brand image) :
 - Vinted véhicule une image positive pour l'environnement.
 - Vinted est respectueuse de l'environnement
 - Je perçois Vinted comme une plateforme « verte ».
 - Utiliser Vinted a un impact environnemental plus faible.
 - Vinted soutient une consommation durable.

Hypothèse 3

Ces variables seront mesurées à l'aide d'une échelle de Likert à 5 points (de 1 = Pas du tout d'accord à 5 = Tout à fait d'accord), à travers les items suivants :

- Crédibilité de l'image de Vinted
 - ⇒ Échelle adaptée de Ohanian (1990) :
 - Expertise
 - Je pense que vinted est compétente en matière de durabilité
 - ... a une expertise sur les questions environnementales
 - ... sait ce qu'elle fait en matière de consommation responsable
 - Attractiveness :
 - Vinted me paraît attrayante en tant que marque responsable
 - ... est une plateforme séduisante sur le plan écologique
 - ... est visuellement et symboliquement engageante
 - Trustworthiness
 - Je pense que Vinted est digne de confiance
 - ... est sincère dans sa communication écologique

- ... est honnête sur son impact environnemental
- ... une plateforme fiable en matière de durabilité
- ... agit avec intégrité sur les questions écologiques
- Dissonance cognitive
 - ⇒ Voir même échelle de mesure que précédemment.

Hypothèse 4

Ces variables seront mesurées à l'aide d'une échelle de Likert à 5 points (de 1 = Pas du tout d'accord à 5 = Tout à fait d'accord), à travers les items suivants :

- Crédibilité de l'image de Vinted
 - ⇒ Voir même échelle de mesure que précédemment.
- Dissonance cognitive
 - ⇒ Voir même échelle de mesure que précédemment.
- Engagement écologique (= variable modératrice)
 - ⇒ Voir même échelle de mesure que précédemment.

Hypothèse 5

Ces variables seront mesurées à l'aide d'une échelle de Likert à 5 points (de 1 = Pas du tout d'accord à 5 = Tout à fait d'accord), à travers les items suivants :

- Achat perçu comme écologique
 - ⇒ Échelle adaptée de Hamari et al. (2016) :
 - Acheter des vêtements sur Vinted contribue à préserver les ressources naturelles.
 - L'achat sur Vinted est un mode de consommation durable.
 - Acheter sur Vinted est écologique.
 - Acheter sur Vinted permet d'économiser de l'énergie
 - Acheter via Vinted est respectueux de l'environnement.
- Justification morale (variable médiatrice)
 - ⇒ Échelle adaptée de Bandura et al. (1996) (Moral Disengagement Scale) et de Parguel et al. (2017) (Justification morale dans la consommation responsable) :
 - J'ai le sentiment que mes achats sur Vinted sont responsables.
 - Le fait d'acheter d'occasion rend mes achats acceptables.

- Je considère que mes achats sur Vinted sont justifiés sur le plan moral.
- Je pense que mes achats sur Vinted sont cohérents avec mes valeurs.
- Acheter sur Vinted me permet de me sentir en accord avec mes convictions.
- Dissonance cognitive
 - ⇒ Voir même échelle de mesure que précédemment.

Hypothèse 6

Ces variables seront mesurées à l'aide d'une échelle de Likert à 5 points (de 1 = Pas du tout d'accord à 5 = Tout à fait d'accord), à travers les items suivants :

- Achat perçu comme écologique
 - ⇒ Voir même échelle de mesure que précédemment.
- Mécanisme de self -licensing (variable médiatrice)
 - ⇒ Échelle adaptée de Mazar & Zhong (2010) (*Moral self-licensing in green consumption*) et de Parguel et al. (2017) :
 - Le fait d'acheter de manière responsable me donne le droit d'acheter plus souvent.
 - Après un achat écologique, je ressens moins de culpabilité à consommer davantage.
 - Acheter sur Vinted me donne bonne conscience, même si j'achète fréquemment.
 - Je pense que mes achats responsables compensent d'autres comportements moins durables.
- Fréquence de consommation
 - ⇒ Échelle adaptée de mesure comportementales auto-déclarées classiques (ex. usage de plateforme : Yang et al., 2020 ; Delarue et al., 2022) :
 - J'achète plus régulièrement des articles sur Vinted que sur d'autres plateformes de première main
 - Depuis que j'utilise Vinted, j'achète plus souvent.
 - Je consulte plus fréquemment Vinted pour chercher des articles que d'autres plateformes de première main.
 - Il m'arrive plus souvent d'acheter sur Vinted même quand je n'en ai pas vraiment besoin que sur d'autres plateformes de première main.



Bonjour,

Je suis étudiante en ingénieur de gestion à L'UCLouvain Fucam Mons et je réalise ce questionnaire dans le cadre de mon mémoire de fin d'études en marketing. Mon travail porte sur les habitudes d'achat sur Vinted.

Avant de commencer, voici quelques informations importantes :

- Votre participation est anonyme, et vos réponses resteront strictement confidentielles, en respect des règles européennes (RGPD).
- Aucune donnée personnelle ne sera collectée.
- Votre participation doit être volontaire et vous pouvez interrompre votre participation à tout moment.
- Ce questionnaire s'adresse uniquement aux personnes âgées de 18 ans ou plus et ayant déjà utilisé Vinted.

En poursuivant, vous confirmez remplir ces conditions et donner votre consentement libre et éclairé pour participer à cette étude. Merci pour votre participation !

Acceptez-vous de participer à cette étude en confirmant que vous remplissez ces conditions ?

Non

☐

Oui

☐

Pour commencer : quelques questions générales



Connaissez-vous la plateforme Vinted ?

Non

☐

Déjà entendu parler mais je ne connais pas vraiment

☐

Oui

☐

Avez vous déjà acheté sur Vinted?



Jamais

☐

Rarement

☐

Parfois

☐

Souvent

☐

Très souvent

☐

Nous allons vous poser un ensemble de questions. Merci d'y répondre le plus sincèrement possible, il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse, seule votre expérience et votre perception m'intéressent.

Voici une première série d'affirmations portant sur vos habitudes d'achat. Merci d'y répondre en fonction de votre propre expérience, en utilisant l'échelle suivante : (1 = Pas du tout d'accord ; 5 = Tout à fait d'accord)

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
Depuis que j'achète sur Vinted, j'achète plus régulièrement des articles que sur d'autres plateformes de première main.	☐	☐	☐	☐	☐
Depuis que j'utilise Vinted, j'achète plus souvent.	☐	☐	☐	☐	☐
Je consulte plus fréquemment Vinted pour chercher des articles que sur d'autres plateformes de première main.	☐	☐	☐	☐	☐
Il m'arrive plus souvent d'acheter sur Vinted même quand je n'en ai pas vraiment besoin que ce que je ferais sur d'autres plateformes de première main.	☐	☐	☐	☐	☐

☐

Continuons avec quelques nouvelles affirmations. Merci de répondre en fonction de votre propre ressenti. (1 = Pas du tout d'accord ; 5 = Tout à fait d'accord)

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
Vinted véhicule une image positive pour l'environnement.	☐	☐	☐	☐	☐
Vinted est respectueuse de l'environnement.	☐	☐	☐	☐	☐
Je perçois Vinted comme une plateforme « verte ».	☐	☐	☐	☐	☐
Utiliser Vinted a un impact environnemental plus faible.	☐	☐	☐	☐	☐
Vinted soutient une consommation durable.	☐	☐	☐	☐	☐

Saut de page

Voici une autre série de questions. Répondez avec la même échelle de 1 à 5, en fonction de votre accord.

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
Je pense que Vinted est compétente en matière de durabilité.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense que Vinted a une expertise sur les questions environnementales.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense que Vinted sait ce qu'elle fait en matière de consommation responsable.	☐	☐	☐	☐	☐

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
Vinted me paraît attrayante en tant que marque responsable.	☐	☐	☐	☐	☐
Vinted est une plateforme séduisante sur le plan écologique.	☐	☐	☐	☐	☐
Vinted est visuellement et symboliquement engageante.	☐	☐	☐	☐	☐

☐

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
Je pense que Vinted est digne de confiance.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense que Vinted est sincère dans sa communication écologique.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense que Vinted est honnête sur son impact environnemental.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense que Vinted est une plateforme fiable en matière de durabilité.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense que Vinted agit avec intégrité sur les questions écologiques.	☐	☐	☐	☐	☐

Toujours sur une échelle de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord), merci de donner votre avis sur les affirmations suivantes.

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
Acheter des vêtements sur Vinted contribue à préserver les ressources naturelles.	☐	☐	☐	☐	☐
L'achat sur Vinted est un mode de consommation durable.	☐	☐	☐	☐	☐
Acheter sur Vinted est écologique.	☐	☐	☐	☐	☐
Acheter sur Vinted permet d'économiser de l'énergie.	☐	☐	☐	☐	☐
Acheter via Vinted est respectueux de l'environnement.	☐	☐	☐	☐	☐

Toujours sur une échelle de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord), merci de donner votre avis sur les affirmations suivantes.

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
Depuis que j'achète sur Vinted, je regrette souvent d'acheter des produits dont je n'ai pas réellement besoin.	☐	☐	☐	☐	☐
Depuis que j'achète sur Vinted, je ne culpabilise plus d'acheter autant de produits.	☐	☐	☐	☐	☐
Depuis que j'achète sur Vinted, je m'interroge fréquemment sur l'utilité réelle des produits que j'achète.	☐	☐	☐	☐	☐
Depuis que j'achète sur Vinted, je me demande souvent si j'ai vraiment besoin d'en acheter autant.	☐	☐	☐	☐	☐
Depuis que j'achète sur Vinted, je ne me sens plus mal à l'aise à l'idée de remplacer des produits encore en bon état.	☐	☐	☐	☐	☐

Voici une autre série de questions. Répondez avec la même échelle de 1 à 5, en fonction de votre accord.

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
J'ai le sentiment que mes achats sur Vinted sont responsables.	☐	☐	☐	☐	☐
Le fait d'acheter d'occasion rend mes achats acceptables.	☐	☐	☐	☐	☐
Je considère que mes achats sur Vinted sont justifiés moralement.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense que mes achats sur Vinted sont cohérents avec mes valeurs.	☐	☐	☐	☐	☐
Acheter sur Vinted me permet de me sentir en accord avec mes convictions.	☐	☐	☐	☐	☐

Voici une autre série de questions. Répondez avec la même échelle de 1 à 5, en fonction de votre accord.

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
Acheter de manière responsable me donne le droit d'acheter plus souvent.	☐	☐	☐	☐	☐
Après un achat écologique, je ressens moins de culpabilité à consommer davantage.	☐	☐	☐	☐	☐
Acheter sur Vinted me donne bonne conscience, même si j'achète fréquemment.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense que mes achats responsables compensent d'autres comportements moins durables.	☐	☐	☐	☐	☐

Enfin, quelques dernières affirmations. Toujours la même échelle : de 1 à 5 selon votre accord.

	1. Pas du tout d'accord	2. Plutôt pas d'accord	3. Ni d'accord ni pas d'accord	4. Plutôt d'accord	5. Tout à fait d'accord
Je réutilise les sacs plastiques.	☐	☐	☐	☐	☐
J'évite d'acheter des produits suremballés.	☐	☐	☐	☐	☐
Je recycle les canettes, bouteilles ou journaux.	☐	☐	☐	☐	☐
J'achète des produits respectueux de l'environnement.	☐	☐	☐	☐	☐
J'éteins les lumières inutiles chez moi.	☐	☐	☐	☐	☐
Je choisis des produits avec un emballage minimal ou recyclable	☐	☐	☐	☐	☐
Je soutiens les entreprises qui prennent des mesures écologiques.	☐	☐	☐	☐	☐
Je limite mon usage de produits jetables (ex. : assiettes, gobelets, sacs).	☐	☐	☐	☐	☐
J'évite d'utiliser des produits chimiques nocifs à la maison.	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai déjà boycotté une entreprise pour des raisons environnementales.	☐	☐	☐	☐	☐
Je me renseigne sur l'impact écologique des produits avant de les acheter.	☐	☐	☐	☐	☐

A quel genre vous associez vous ?

Femme

○

Homme

○

Non binaire

○

Je ne préfère pas répondre

○

Quel est votre âge?

Entre 18 et 24 ans

○

Entre 25 et 35 ans

○

Entre 36 et 44 ans

○

Entre 45 et 54 ans

○

55 ans ou plus

○

Nous avons utilisé la méthode d'analyse factorielle (ACP) pour analyser la fiabilité, la validité et la dimensionnalité des échelles de mesures.

1) Fréquence de consommation

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.71030608			
QID8_1	QID8_2	QID8_3	QID8_4
0.73800763	0.67611250	0.74135114	0.70730838

Le KMO est de 0,7103. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Ensuite, il faut déterminer le nombre de facteurs en regardant les valeurs propres. Pour être retenue, la valeur propre doit être supérieure à 1.

Factor Analysis Results				
The FACTOR Procedure				
Initial Factor Method: Principal Components				
Prior Communality Estimates: ONE				
Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.35193522	1.53502445	0.5880	0.5880
2	0.81691078	0.33519021	0.2042	0.7922
3	0.48172057	0.13228715	0.1204	0.9126
4	0.34943342		0.0874	1.0000
4 factors will be retained by the MINIGEN criterion				
Final Communality Estimates: Total = 2.351935				
	QID8_1	QID8_2	QID8_3	QID8_4
	0.65324189	0.68112598	0.37835214	0.63921522

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieur à 1. De plus, le pourcentage est de 58,80% (assez proche des 60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 58,80% des informations des données brutes.

En ce qui concerne les communalités, on voit qu'une seule (QID8_3) est inférieure à 0,5. Cela signifie que l'item est faiblement représenté par les facteurs extraits (et peut-être non pertinent).

Donc, nous décidons d'exclure « QID8_3 » des analyses factorielles en raison de sa faible communalité (0,38), dans le but d'améliorer la variance et l'alpha de Cronbach.

QID8_3 : « Je consulte plus fréquemment Vinted pour chercher des articles que sur d'autres plateformes de première main. »

Voici les résultats après la suppression de l'item :

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.68098131		
QID8_1	QID8_2	QID8_4
0.75813023	0.64026488	0.67269652

Le KMO est de 0,6809. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Ensuite, il faut déterminer le nombre de facteurs en regardant les valeurs propres. Pour être retenue, la valeur propre doit être supérieure à 1.

Prior Commuality Estimates: ONE				
Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.09493429	1.54608616	0.6983	0.6983
2	0.54884812	0.19263053	0.1829	0.8813
3	0.35621759		0.1187	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

Final Commuality Estimates: Total = 2.094934		
QID8_1	QID8_2	QID8_4
0.62096329	0.76419160	0.70977939

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieur à 1. De plus, le pourcentage est de 69,83% (>60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 69,83% des informations des données brutes.

En ce qui concerne les communalités, elles sont toutes supérieures à 0,5. Ce qui signifie que chaque item est bien représenté par les facteurs extraits.

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.781580
Standardized	0.782990

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID8_1	0.553008	0.773139	0.555339	0.776074
QID8_2	0.686141	0.634456	0.683495	0.636859
QID8_4	0.627895	0.698541	0.628180	0.698549

L'alpha de Cronbach est supérieur à 0,7. Cela signifie que l'échelle « fréquence de consommation » est une échelle fiable.

2) Image écologique perçue de Vinted

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.83091568				
QID10_1	QID10_2	QID10_3	QID10_4	QID10_5
0.81398656	0.81577969	0.81691521	0.83437711	0.89293737

Le KMO est de 0,8309. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Ensuite, il faut déterminer le nombre de facteurs en regardant les valeurs propres. Pour être retenue, la valeur propre doit être supérieure à 1.

Prior Commuality Estimates: ONE

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 5 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	3.33363933	2.76827235	0.6667	0.6667
2	0.56536698	0.02487816	0.1131	0.7798
3	0.54048883	0.23974431	0.1081	0.8879
4	0.30074452	0.04098418	0.0601	0.9480
5	0.25976034		0.0520	1.0000

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieur à 1. De plus, le pourcentage est de 66,67% (>60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 66,67% des informations des données brutes.

Final Commuality Estimates: Total = 3.333639

QID10_1	QID10_2	QID10_3	QID10_4	QID10_5
0.65532330	0.71920164	0.71681717	0.68609195	0.55620527

En ce qui concerne les communalités, elles sont toutes supérieures à 0,5. Ce qui signifie que chaque

item est bien représenté par les facteurs extraits.

Pour vérifier la fiabilité de l'échelle, il faut s'intéresser à l'Alpha de Cronbach :

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.873967
Standardized	0.874367

L'alpha de Cronbach est supérieur à 0,7. Cela signifie que l'échelle « Image écologique perçue de Vinted » est une échelle fiable.

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID10_1	0.689662	0.850469	0.694600	0.849616
QID10_2	0.746893	0.837707	0.743750	0.837640
QID10_3	0.742575	0.837161	0.741829	0.838113
QID10_4	0.719404	0.842958	0.717144	0.844156
QID10_5	0.618767	0.866174	0.617461	0.867879

3) Crédibilité de l'image de Vinted

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.91293403

QID11_1	QID11_2	QID11_3	QID12_1	QID12_2	QID12_3	QID13_1	QID13_2	QID13_3	QID13_4	QID13_5
0.89323560	0.91880524	0.94567184	0.89350585	0.91674575	0.92681410	0.93047062	0.87162821	0.92007260	0.91613177	0.92657226

Le KMO est de 0,9129. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Ensuite, il faut déterminer le nombre de facteurs en regardant les valeurs propres. Pour être retenue, la valeur propre doit être supérieure à 1.

Prior Communality Estimates: ONE

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 11 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	6.07710710	5.09121360	0.5525	0.5525
2	0.98589350	0.09120367	0.0896	0.6421
3	0.89468983	0.20379731	0.0813	0.7234
4	0.69089252	0.18575082	0.0628	0.7862
5	0.50514170	0.06697762	0.0459	0.8322
6	0.43816408	0.05240280	0.0398	0.8720
7	0.38576128	0.06375785	0.0351	0.9071
8	0.32200343	0.04797656	0.0293	0.9363
9	0.27402687	0.03514544	0.0249	0.9612
10	0.23888143	0.05144318	0.0217	0.9830
11	0.18743825		0.0170	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieur à 1. De plus, le pourcentage est de 55,25% (assez proche des 60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 55,25% des informations des données brutes.

Final Communality Estimates: Total = 6.077107

QID11_1	QID11_2	QID11_3	QID12_1	QID12_2	QID12_3	QID13_1	QID13_2	QID13_3	QID13_4	QID13_5
0.49936741	0.43979219	0.61549791	0.62999056	0.65397114	0.40671038	0.21971385	0.60624475	0.64369486	0.67240569	0.68971837

En ce qui concerne les communalités, on voit que « QID11_2 », « QID12_3 » et « QID13_1 » sont inférieures à 0,5. Cela signifie que ces items sont faiblement représentés par les facteurs extraits.

Donc, nous décidons d'exclure ces items des analyses factorielles en raison de leurs faibles communalités, dans le but d'améliorer la variance et l'alpha de Cronbach.

QID11_2 : « Je pense que Vinted a une expertise sur les questions environnementales. »

QID12_3 : « Vinted est visuellement et symboliquement engageante. »

QID13_1 : « Je pense que Vinted est digne de confiance. »

Voici les résultats après la suppression de l'item :

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.89405620

QID11_1	QID11_3	QID12_1	QID12_2	QID13_2	QID13_3	QID13_4	QID13_5
0.88475758	0.94772284	0.86215631	0.88275180	0.85124804	0.90160248	0.91056111	0.91188311

Le KMO est de 0,8940. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Ensuite, il faut déterminer le nombre de facteurs en regardant les valeurs propres. Pour être retenue, la valeur propre doit être supérieure à 1.

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 8 Average = 1

	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	5.11962888	4.22266324	0.6400	0.6400
2	0.89696564	0.40012816	0.1121	0.7521
3	0.49683748	0.08553397	0.0621	0.8142
4	0.41130350	0.05976026	0.0514	0.8656
5	0.35154324	0.06521297	0.0439	0.9095
6	0.28633027	0.04191129	0.0358	0.9453
7	0.24441897	0.05144695	0.0306	0.9759
8	0.19297202		0.0241	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieur à 1. De plus, le pourcentage est de 64% (>60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 64% des informations des données brutes.

Final Commuality Estimates: Total = 5.119629

QID11_1	QID11_3	QID12_1	QID12_2	QID13_2	QID13_3	QID13_4	QID13_5
0.52014739	0.64124058	0.61995028	0.64213050	0.62245075	0.66034729	0.69956143	0.71380067

En ce qui concerne les communalités, elles sont toutes supérieures à 0,5. Ce qui signifie que chaque item est bien représenté par les facteurs extraits.

Pour vérifier la fiabilité de l'échelle, il faut s'intéresser à l'Alpha de Cronbach :

Cronbach Coefficient Alpha				
Variables	Alpha			
Raw	0.918609			
Standardized	0.919226			

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID11_1	0.643726	0.914652	0.641294	0.915883
QID11_3	0.732986	0.908226	0.733270	0.908515
QID12_1	0.720873	0.908785	0.718099	0.909744
QID12_2	0.731503	0.907935	0.732186	0.908603
QID13_2	0.715567	0.909362	0.714705	0.910018
QID13_3	0.740850	0.907119	0.743912	0.907649
QID13_4	0.778072	0.904258	0.777687	0.904884
QID13_5	0.782598	0.903698	0.785087	0.904274

L'alpha de Cronbach est supérieur à 0,7. Cela signifie que l'échelle « Crédibilité de l'image de Vinted » est une échelle fiable.

4) Achat perçu comme écologique

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.73112448				
QID14_1	QID14_2	QID14_3	QID14_4	QID14_5
0.71570207	0.69105386	0.74761063	0.77723009	0.73379418

Generated by SAS ('Local', X64_SRV19) on 27 juillet 2025 at 03:57:19 PM

Le KMO est de 0,7311. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Ensuite, il faut déterminer le nombre de facteurs en regardant les valeurs propres. Pour être retenue, la valeur propre doit être supérieure à 1.

Prior Communalities Estimates: ONE				
Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 5 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.56859777	1.57906178	0.5137	0.5137
2	0.98953599	0.39276082	0.1979	0.7116
3	0.59677517	0.12846649	0.1194	0.8310
4	0.46830868	0.09152629	0.0937	0.9246
5	0.37678239		0.0754	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieure à 1. De plus, le pourcentage est de 0,5137 (<60%). C'est assez faible pour une variance.

Final Communalities Estimates: Total = 2.568598				
QID14_1	QID14_2	QID14_3	QID14_4	QID14_5
0.40901375	0.54262060	0.63800758	0.43422795	0.54472790

En ce qui concerne les communalités, on voit que « QID14_1 » et « QID14_4 » sont inférieures à 0,5. Cela signifie que ces items sont faiblement représentés par les facteurs extraits.

Donc, nous décidons d'exclure ces items des analyses factorielles en raison de leurs faibles communalités, dans le but d'améliorer la variance et l'alpha de Cronbach.

QID14_1 : « Acheter des vêtements sur Vinted contribue à préserver les ressources naturelles. »

QID14_4 : « Acheter sur Vinted permet d'économiser de l'énergie. »

Voici les résultats après la suppression de l'item :

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.62623241		
QID14_2	QID14_3	QID14_5
0.66892260	0.58743710	0.64750331

Le KMO est de 0,6262. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Ensuite, il faut déterminer le nombre de facteurs en regardant les valeurs propres. Pour être retenue, la valeur propre doit être supérieure à 1.

Prior Commuality Estimates: ONE				
Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	1.91658428	1.23921109	0.6389	0.6389
2	0.67737320	0.27133068	0.2258	0.8647
3	0.40604252		0.1353	1.0000

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieure à 1. De plus, le pourcentage est de 63,89% (>60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 63,89% des informations des données brutes.

Final Commuality Estimates: Total = 1.916584		
QID14_2	QID14_3	QID14_5
0.56565726	0.75303474	0.59789228

En ce qui concerne les communalités, elles sont toutes supérieures à 0,5. Ce qui signifie que chaque item est bien représenté par les facteurs extraits.

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.715690
Standardized	0.714931

L'alpha de Cronbach est supérieur à 0,7. Cela signifie que l'échelle « Achat perçu comme écologique » est une échelle fiable.

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID14_2	0.479492	0.694704	0.473299	0.698207
QID14_3	0.639458	0.487102	0.640755	0.488863
QID14_5	0.497039	0.671946	0.495421	0.672104

5) Dissonance cognitive liée aux achats sur Vinted

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.71427534				
QID9_1	QID9_2	QID9_3	QID9_4	QID9_5
0.83557434	0.79003810	0.64761983	0.64335859	0.83452566

Le KMO est de 0,7142. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Ensuite, il faut déterminer le nombre de facteurs en regardant les valeurs propres. Pour être retenue, la valeur propre doit être supérieure à 1.

Factor Analysis Results				
The FACTOR Procedure				
Initial Factor Method: Principal Components				
Prior Commuality Estimates: ONE				
Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 5 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.74005506	1.85042174	0.5480	0.5480
2	0.88963332	0.22329000	0.1779	0.7259
3	0.66634332	0.14374004	0.1333	0.8592
4	0.52260328	0.34123827	0.1045	0.9637
5	0.18136502		0.0363	1.0000

Final Commuality Estimates: Total = 2.740055				
QID9_1	QID9_2	QID9_3	QID9_4	QID9_5
0.47547773	0.47779783	0.68886892	0.69281984	0.40509074

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieure à 1. De plus, le pourcentage est de 0,5137 (<60%). C'est assez faible pour une variance.

En ce qui concerne les communalités, on voit que « QID9_5 » est fortement inférieure à 0,5. Cela signifie que cet item est faiblement représenté par les facteurs extraits.

Donc, nous décidons d'exclure cet item des analyses factorielles en raison de sa faible communalité, dans le but d'améliorer la variance et l'alpha de Cronbach.

QID9_5 : « Depuis que j'achète sur Vinted, je ne me sens plus mal à l'aise à l'idée de remplacer des produits encore en bon état. »

Voici les résultats après la suppression de l'item :

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.66281023				
QID9_1	QID9_2	QID9_3	QID9_4	
0.78584035	0.78683552	0.61380861	0.61224061	

Le KMO est de 0,6628. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Ensuite, il faut déterminer le nombre de facteurs en regardant les valeurs propres. Pour être retenue, la valeur propre doit être supérieure à 1.

Final Communitiy Estimates: One

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.43971419	1.62156996	0.6099	0.6099
2	0.81814423	0.25756812	0.2045	0.8145
3	0.56057611	0.37901064	0.1401	0.9546
4	0.18156547		0.0454	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieure à 1. De plus, le pourcentage est de 60,99% (>60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 60,99% des informations des données brutes. La variance est meilleure qu'avant la suppression de l'item.

Final Communitiy Estimates: Total = 2.439714

QID9_1	QID9_2	QID9_3	QID9_4
0.49280123	0.44410631	0.74426612	0.75854053

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.785922
Standardized	0.781704

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID9_1	0.506894	0.774159	0.511714	0.766346
QID9_2	0.469279	0.790232	0.474773	0.784280
QID9_3	0.702133	0.674044	0.680071	0.679333
QID9_4	0.708808	0.668656	0.694223	0.671614

En ce qui concerne les communalités, elles ne sont pas toutes supérieures à 0,5 mais assez proches.

L'alpha de Cronbach est supérieur à 0,7. Cela signifie que l'échelle « Dissonance cognitive liée aux achats sur Vinted » est une échelle fiable.

6) Justification morale

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.81119402

QID16_1	QID16_2	QID16_3	QID16_4	QID16_5
0.86961989	0.84154934	0.83654414	0.77174804	0.77693956

Le KMO est de 0,8111. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 5 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.94625005	2.22154992	0.5893	0.5893
2	0.72470013	0.17515835	0.1449	0.7342
3	0.54954178	0.07865244	0.1099	0.8441
4	0.47088934	0.16227065	0.0942	0.9383
5	0.30861869		0.0617	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieure à 1. De plus, le pourcentage est de 58,93% (assez proche des 60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 58,93% des informations des données

brutes.

Final Communalities Estimates: Total = 2.946250				
QID16_1	QID16_2	QID16_3	QID16_4	QID16_5
0.40774594	0.63177090	0.58297011	0.71387338	0.60988973

En ce qui concerne les communalités, on voit qu'une seule (QID16_1) est inférieure à 0,5. Cela signifie que l'item est faiblement représenté par les facteurs extraits (et peut-être non pertinent).

Donc, nous décidons d'exclure « QID16_1 » des analyses factorielles en raison de sa faible communalité (0,40), dans le but d'améliorer la variance et l'alpha de Cronbach.

QID16_1 : « J'ai le sentiment que mes achats sur Vinted sont responsables. »

Voici les résultats après la suppression de l'item :

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.77333919			
QID16_2	QID16_3	QID16_4	QID16_5
0.82485541	0.79444462	0.73710927	0.75510536

Le KMO est de 0,7733. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.63412650	2.06577524	0.6585	0.6585
2	0.56835126	0.08312207	0.1421	0.8006
3	0.48522919	0.17293614	0.1213	0.9219
4	0.31229305		0.0781	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieure à 1. De plus, le pourcentage est de 65,85% (>60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 65,85% des informations des données brutes. La

variance est meilleure qu'avant la suppression de l'item.

Final Commuality Estimates: Total = 2.634127			
QID16_2	QID16_3	QID16_4	QID16_5
0.63468756	0.59278769	0.74256682	0.66408443

En ce qui concerne les communalités, elles sont toutes supérieures à 0,5. Ce qui signifie que chaque item est bien représenté par les facteurs extraits.

extraits.

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.823879
Standardized	0.826435

L'alpha de Cronbach est supérieur à 0,7. Cela signifie que l'échelle « Justification morale » est une échelle fiable.

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID16_2	0.633726	0.784696	0.633501	0.789439
QID16_3	0.596364	0.803797	0.598000	0.805293
QID16_4	0.724383	0.746225	0.724837	0.747148
QID16_5	0.647640	0.778221	0.653000	0.780593

7) Mécanisme de self-licensing

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.80088493			
QID17_1	QID17_2	QID17_3	QID17_4
0.82432213	0.79510776	0.77220000	0.81973826

Le KMO est de 0,80. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.59719932	2.06600811	0.6493	0.6493
2	0.53119121	0.04942300	0.1328	0.7821
3	0.48176821	0.09192695	0.1204	0.9025
4	0.38984126		0.0975	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

Nous constatons qu'une seule valeur propre est supérieure à 1. De plus, le pourcentage est de 64,93% (>60%). Cela signifie que la composante principale a conservé 64,93% des informations des données brutes.

Final Commuality Estimates: Total = 2.597199			
QID17_1	QID17_2	QID17_3	QID17_4
0.61647521	0.64948459	0.70193530	0.62930421

En ce qui concerne les communalités, elles sont toutes supérieures à 0,5. Ce qui signifie que chaque item est bien représenté par les facteurs extraits.

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.819275
Standardized	0.819698

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID17_1	0.615193	0.784506	0.614853	0.785437
QID17_2	0.640400	0.772879	0.640318	0.773703
QID17_3	0.685808	0.751438	0.685961	0.752238
QID17_4	0.625097	0.781065	0.625284	0.780651

L'alpha de Cronbach est supérieur à 0,7. Cela signifie que l'échelle « Mécanisme de self-licensing » est une échelle fiable.

8) Engagement écologique

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.80075067										
QID15_1	QID15_2	QID15_3	QID15_4	QID15_5	QID15_6	QID15_7	QID15_8	QID15_9	QID15_10	QID15_11
0.46972127	0.88353661	0.65245670	0.80266366	0.75679748	0.83502317	0.79736979	0.81317730	0.87096473	0.77884945	0.81696655

Le KMO est de 0,80. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente. « QID15_1 » est inférieur à 0,5 donc il pourrait être supprimé.

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 11 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	4.11189937	2.59629490	0.3738	0.3738
2	1.51560447	0.47896932	0.1378	0.5116
3	1.03663515	0.17662843	0.0942	0.6058
4	0.86000672	0.11048161	0.0782	0.6840
5	0.74952511	0.05701907	0.0681	0.7522
6	0.69250604	0.10267347	0.0630	0.8151
7	0.58983257	0.09874878	0.0536	0.8687
8	0.49108379	0.08730113	0.0446	0.9134
9	0.40378266	0.11321752	0.0367	0.9501
10	0.29056514	0.03200618	0.0264	0.9765
11	0.25855896		0.0235	1.0000

3 factors will be retained by the MINEIGEN criterion.

Nous constatons que trois valeurs propres sont supérieures à 1. Ce qui signifie que la variable se divise en trois dimensions (facteurs). De plus, le pourcentage est de 60,58% (>60%).

Rotated Factor Pattern			
	Factor1	Factor2	Factor3
QID15_1	-0.18707	0.13891	0.73022
QID15_2	0.75161	0.12053	-0.05384
QID15_3	0.27163	0.09000	0.76850
QID15_4	0.77098	0.11792	0.29564
QID15_5	0.01411	0.73318	0.21299
QID15_6	0.75578	0.16686	0.25420
QID15_7	0.20860	0.74163	-0.00540
QID15_8	0.41361	0.62292	0.25687
QID15_9	0.46335	0.42583	-0.26139
QID15_10	0.70718	0.11222	-0.09908
QID15_11	0.77168	0.26710	-0.08352

Final Commuality Estimates: Total = 6.664139										
QID15_1	QID15_2	QID15_3	QID15_4	QID15_5	QID15_6	QID15_7	QID15_8	QID15_9	QID15_10	QID15_11
0.58750644	0.58233949	0.67248066	0.69572516	0.58311288	0.66366484	0.59355729	0.62508327	0.46435224	0.52251409	0.67380265

En ce qui concerne les communalités, on voit qu'une seule (QID15_9) est inférieure à 0,5. Cela signifie que l'item est faiblement représenté par les facteurs extraits (et peut-être non pertinent).

Donc, nous décidons d'exclure « QID15_9 » des analyses factorielles en raison de sa faible communalité (0,46), dans le but d'améliorer la variance et l'alpha de Cronbach. Nous décidons d'également supprimé « QID15_1 » en raison du KMO inférieur à 0,5.

QID15_1 : « Je réutilise les sacs plastiques. »

QID15_9 : « J'évite d'utiliser des produits chimiques nocifs à la maison. »

Voici les résultats après la suppression de l'item :

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.80501814								
QID15_2	QID15_3	QID15_4	QID15_5	QID15_6	QID15_7	QID15_8	QID15_10	QID15_11
0.89128315	0.70941715	0.81273350	0.76699180	0.82934095	0.77598036	0.79747112	0.76402054	0.80971355

Le KMO est de 0,8050. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 9 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	3.85513765	2.62080657	0.4283	0.4283
2	1.23433108	0.25291018	0.1371	0.5655
3	0.98142090	0.22521586	0.1090	0.6745
4	0.75620504	0.10375895	0.0840	0.7586
5	0.65244610	0.12035416	0.0725	0.8311
6	0.53209194	0.11890009	0.0591	0.8902
7	0.41319185	0.11315837	0.0459	0.9361
8	0.30003348	0.02489153	0.0333	0.9694
9	0.27514195		0.0306	1.0000

Nous constatons que deux valeurs propres sont supérieures à 1. De plus, le pourcentage est de 56,55% (assez proche des 60%). Nous avons réduit à 2 dimensions (facteurs). Cela signifie que les composantes principales ont conservé 56,55% des informations des données brutes.

Rotated Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
QID15_2	0.71811	0.17751
QID15_3	0.07649	0.64357
QID15_4	0.70682	0.36795
QID15_5	0.02098	0.69275
QID15_6	0.67798	0.39134
QID15_7	0.25592	0.57702
QID15_8	0.35944	0.71305
QID15_10	0.80002	-0.02271
QID15_11	0.82427	0.14598

Final Community Estimates: Total = 5.089469									
QID15_2	QID15_3	QID15_4	QID15_5	QID15_6	QID15_7	QID15_8	QID15_10	QID15_11	
0.54718826	0.42003457	0.63501234	0.48033802	0.61277634	0.39845015	0.63764153	0.64054495	0.71748258	

Generated by SAS ('Local', X64_SRV19) on 27 juillet 2025 at 09:29:36 PM

Dimension 1

Cronbach Coefficient Alpha		
Variables	Alpha	
Raw	0.836085	
Standardized	0.840348	

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID15_2	0.592256	0.815161	0.592794	0.821902
QID15_4	0.686943	0.793830	0.688659	0.795647
QID15_6	0.644724	0.800969	0.660142	0.803583
QID15_10	0.583065	0.822371	0.580446	0.825196
QID15_11	0.706187	0.783078	0.700172	0.792412

Dimension 2

Cronbach Coefficient Alpha		
Variables	Alpha	
Raw	0.626988	
Standardized	0.637587	

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID15_3	0.319776	0.636846	0.308805	0.642931
QID15_5	0.365613	0.595502	0.371309	0.600784
QID15_7	0.391757	0.568660	0.404832	0.577394
QID15_8	0.602902	0.396552	0.601880	0.428307

L'alpha de cronbach de la dimension 2 est inférieur à 0,7 mais il peut être amélioré si l'item « QID15_3 » est supprimé => on le supprime également.

QID15_3 : « Je recycle les canettes, bouteilles ou journaux. »

Voilà les résultats si on supprime cet item en plus:

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.81369419							
QID15_2	QID15_4	QID15_5	QID15_6	QID15_7	QID15_8	QID15_10	QID15_11
0.88567970	0.81579761	0.76376681	0.80632322	0.76950510	0.84564949	0.78609226	0.80353176

Le KMO est de 0,8136. Il est supérieur à 0,5, ce qui signifie que la réalisation de l'ACP est pertinente.

Prior Communality Estimates: ONE				
Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 8 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	3.71412345	2.54870235	0.4643	0.4643
2	1.16542110	0.39548370	0.1457	0.6099
3	0.76993739	0.04567792	0.0962	0.7062
4	0.72425947	0.17888040	0.0905	0.7967
5	0.54537907	0.05370773	0.0682	0.8649
6	0.49167134	0.18426412	0.0615	0.9263
7	0.30740722	0.02560625	0.0384	0.9648
8	0.28180096		0.0352	1.0000

2 factors will be retained by the MINEIGEN criterion.

Nous constatons que deux valeurs propres sont supérieures à 1. De plus, le pourcentage est de 60,99% (> à 60%). On a une meilleure variance qu'avant la suppression des items.

Rotated Factor Pattern		
	Factor1	Factor2
QID15_2	0.73693	0.12699
QID15_4	0.75303	0.26635
QID15_5	-0.00166	0.80940
QID15_6	0.72845	0.29145
QID15_7	0.22024	0.69820
QID15_8	0.39026	0.67958
QID15_10	0.75819	0.04049
QID15_11	0.80445	0.19438

Final Communality Estimates: Total = 4.879545							
QID15_2	QID15_4	QID15_5	QID15_6	QID15_7	QID15_8	QID15_10	QID15_11
0.55918829	0.63806707	0.65513695	0.61560196	0.53599629	0.61413872	0.57649470	0.68492056

En ce qui concerne les communalités, elles sont toutes supérieures à 0,5. Ce qui signifie que chaque item est bien représenté par les facteurs extraits.

Dimension 1 :

Cronbach Coefficient Alpha				
Variables	Alpha			
Raw	0.836085			
Standardized	0.840348			

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID15_2	0.592256	0.815161	0.592794	0.821902
QID15_4	0.686943	0.793830	0.688659	0.795647
QID15_6	0.644724	0.800969	0.660142	0.803583
QID15_10	0.583065	0.822371	0.580446	0.825196
QID15_11	0.706187	0.783078	0.700172	0.792412

Dimension 2 : L'alpha de Cronbach de la dimension 2 à 0,63 indique une fiabilité modérée, mais inférieure au seuil généralement recommandé (0,7).

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.636846
Standardized	0.642931

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
QID15_5	0.400799	0.615546	0.400371	0.615603
QID15_7	0.458145	0.526893	0.444643	0.556115
QID15_8	0.517602	0.432665	0.515548	0.456077

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	engagement_eco ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: dissonance

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.186 ^a	.035	.026	.92485

a. Predictors: (Constant), engagement_eco

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.332	1	3.332	3.896	.051 ^b
	Residual	93.232	109	.855		
	Total	96.564	110			

a. Dependent Variable: dissonance

b. Predictors: (Constant), engagement_eco

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.855	.439		4.230	<.001
	engagement_eco	.239	.121	.186	1.974	.051

a. Dependent Variable: dissonance

Annexe 7 : Tableaux d'analyse de l'hypothèse 2

 Model : 4
 Y : disso
 X : engage
 M : image

Sample
 Size: 111

 OUTCOME VARIABLE:
 image

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.1874	.0351	.6626	3.9663	1.0000	109.0000	.0489

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	2.5946	.3860	6.7224	.0000	1.8297	3.3596
engage	.2122	.1065	1.9916	.0489	.0010	.4233

 OUTCOME VARIABLE:
 disso

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.2310	.0534	.8464	3.0437	2.0000	108.0000	.0518

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	1.4428	.5188	2.7810	.0064	.4144	2.4712
engage	.2052	.1226	1.6742	.0970	-.0378	.4482
image	.1588	.1083	1.4665	.1454	-.0558	.3733

***** TOTAL EFFECT MODEL *****
 OUTCOME VARIABLE:
 disso

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.1858	.0345	.8553	3.8956	1.0000	109.0000	.0509

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	1.8547	.4385	4.2296	.0000	.9856	2.7238
engage	.2389	.1210	1.9737	.0509	-.0010	.4788

***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Total effect of X on Y

	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
	.2389	.1210	1.9737	.0509	-.0010	.4788

Direct effect of X on Y

	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
	.2052	.1226	1.6742	.0970	-.0378	.4482

Indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
image	.0337	.0297	-.0176	.0977

Normal theory test for indirect effect(s):

	Effect	se	Z	p
image	.0337	.0308	1.0948	.2736

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
 95.0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
 5000

----- END MATRIX -----

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	crédibilité ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: dissonance

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.193 ^a	.037	.028	.92357

a. Predictors: (Constant), crédibilité

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.590	1	3.590	4.208	.043 ^b
	Residual	92.974	109	.853		
	Total	96.564	110			

a. Dependent Variable: dissonance

b. Predictors: (Constant), crédibilité

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.875	.413		4.543	<.001
	crédibilité	.249	.121	.193	2.051	.043

a. Dependent Variable: dissonance

*****:

Model : 1

Y : disso

X : crédi

W : engage

Sample

Size: 111

OUTCOME VARIABLE:

disso

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
.3076	.0946	.8171	3.7269	3.0000	107.0000	.0136

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	4.7270	1.9978	2.3661	.0198	.7666	8.6874
crédi	-.8560	.5971	-1.4335	.1546	-2.0397	.3277
engage	-.7429	.5316	-1.3975	.1652	-1.7968	.3109
Int_1	.2919	.1575	1.8536	.0666	-.0203	.6040

Product terms key:

Int_1 : crédi x engage

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):

R2-chng	F	df1	df2	p
X*W	.0291	3.4359	1.0000	107.0000

Focal predict: crédi (X)

Mod var: engage (W)

Conditional effects of the focal predictor at values of the moderator(s):

engage	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
2.7500	-.0533	.1933	-.2759	.7832	-.4365	.3298
3.6250	.2021	.1202	1.6814	.0956	-.0362	.4403
4.2600	.3874	.1469	2.6367	.0096	.0961	.6787

OUTCOME VARIABLE:

morale

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
.4124	.1700	.3744	22.3315	1.0000	109.0000	.0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	2.2530	.2912	7.7374	.0000	1.6759	2.8301
achat	.3857	.0816	4.7256	.0000	.2240	.5475

OUTCOME VARIABLE:

disso

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
.2246	.0504	.8490	2.8680	2.0000	108.0000	.0611

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	1.4159	.5458	2.5943	.0108	.3341	2.4977
achat	.1334	.1349	.9887	.3250	-.1340	.4008
morale	.2278	.1442	1.5796	.1171	-.0581	.5137

***** TOTAL EFFECT MODEL *****

OUTCOME VARIABLE:

disso

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
.1688	.0285	.8607	3.1971	1.0000	109.0000	.0765

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	1.9292	.4415	4.3699	.0000	1.0542	2.8042
achat	.2213	.1238	1.7880	.0765	-.0240	.4666

***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Total effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
.2213	.1238	1.7880	.0765	-.0240	.4666

Direct effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
.1334	.1349	.9887	.3250	-.1340	.4008

Indirect effect(s) of X on Y:

Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
morale	.0879	.0758	-.0507

Normal theory test for indirect effect(s):

Effect	se	Z	p
morale	.0879	.0598	1.4688

Annexe 11 : Tableaux d'analyse de l'hypothèse 6

```

*****
Model : 4
  Y : fréq
  X : achat
  M : self

Sample
Size: 111

*****
OUTCOME VARIABLE:
self

Model Summary
  R    R-sq    MSE    F    df1    df2    p
.4117 .1695 .6883 22.2446 1.0000 109.0000 .0000

Model
  coeff    se    t    p    LLCI    ULCI
constant 1.0876 .3948 2.7549 .0069 .3051 1.8700
achat    .5220 .1107 4.7164 .0000 .3026 .7413
.....
*****
OUTCOME VARIABLE:
fréq

Model Summary
  R    R-sq    MSE    F    df1    df2    p
.3455 .1194 1.0572 7.3210 2.0000 108.0000 .0010

Model
  coeff    se    t    p    LLCI    ULCI
constant 1.2652 .5060 2.5001 .0139 .2621 2.2682
achat    .1203 .1505 .7990 .4261 -.1781 .4186
self     .3658 .1187 3.0814 .0026 .1305 .6011
.....
***** TOTAL EFFECT MODEL *****
OUTCOME VARIABLE:
fréq

Model Summary
  R    R-sq    MSE    F    df1    df2    p
.2049 .0420 1.1396 4.7750 1.0000 109.0000 .0310

Model
  coeff    se    t    p    LLCI    ULCI
constant 1.6630 .5080 3.2736 .0014 .6561 2.6698
achat    .3112 .1424 2.1852 .0310 .0289 .5934
.....
***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Total effect of X on Y
  Effect    se    t    p    LLCI    ULCI
.3112 .1424 2.1852 .0310 .0289 .5934

Direct effect of X on Y
  Effect    se    t    p    LLCI    ULCI
.1203 .1505 .7990 .4261 -.1781 .4186

Indirect effect(s) of X on Y:
  Effect BootSE BootLLCI BootULCI
self .1909 .0824 .0598 .3828

Normal theory test for indirect effect(s):
  Effect    se    Z    p
self .1909 .0752 2.5399 .0111
.....
***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95.0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
5000

----- END MATRIX -----

```