

L'Indice Kijiji de l'économie de seconde main

Rapport 2016



Indice kijiji
de l'économie de seconde main

« L'année dernière, il y a eu davantage de Canadiens qui ont acheté ou vendu des biens d'occasion que de Canadiens faisant partie de la population active du pays. »



TABLE DES MATIÈRES

Introduction à l'Indice Kijiji de l'économie de seconde main	1
Faits saillants et observations.....	3
Intensité des pratiques de seconde main des canadiens.....	5
Profils des consommateurs de biens de seconde main.....	11
Biens les plus couramment échangés sur le marché d'occasion	13
Canaux utilisés dans les pratiques de seconde main	14
Les motivations des consommateurs canadiens.....	17
Comportements liés à l'achat et la revente en ligne	19
Avantages économiques	22
Conclusion économiques	25
Méthodologie et chercheurs	31



INTRODUCTION À L'INDICE KIJIJI DE L'ÉCONOMIE DE SECONDE MAIN

En 2015, nous avons publié l'Indice Kijiji de l'économie de seconde main pour examiner plus attentivement ce phénomène croissant. Cette première étude du genre au pays visait à élaborer un indice annuel qui permettrait de mesurer les pratiques de seconde main des Canadiens et leur impact sur l'économie canadienne.

Comme pour l'Indice de 2015, la présente étude mesure l'intensité des pratiques de seconde main des consommateurs au cours des 12 derniers mois. À cette fin, une analyse détaillée du processus d'acquisition de biens de seconde main et du processus de délaissement de biens neufs ou usagés a été effectuée. (voir *l'Indice d'intensité des pratiques de seconde main*).

L'étude a été élargie cette année afin d'incorporer de nouvelles données concernant les principales villes canadiennes et ainsi permettre des observations intéressantes sur les intentions et les expériences d'achat des Canadiens sur le marché des biens d'occasion.

Cette étude vise aussi à examiner l'importante croissance de l'économie de seconde main, l'interaction entre les marchés de biens d'occasion et neufs, et sa contribution à l'activité économique du pays et le bien-être des consommateurs. En sensibilisant davantage les Canadiens aux bénéfices concrets de l'économie de seconde main, cela pourrait entraîner une augmentation de leur participation et ainsi renforcer et augmenter les bénéfices.

De plus, en soulignant les gains supplémentaires pour l'économie du pays et les revenus du gouvernement provenant de l'économie de seconde, cela peut aider à l'élaboration de politiques qui aideront ce secteur économique à poursuivre sa croissance.



Rappel : définition de l'économie de seconde main

La consommation ou la réutilisation de biens d'occasion est une notion relativement large, qui suppose entre autres de prolonger la durée de vie d'un produit en s'assurant que d'autres personnes pourront continuer à l'utiliser. Ce type de consommation peut prendre plusieurs formes: don, achat, échange, utilisation gratuite ou facturée, location, prêt.

Dans sa définition la plus large, la consommation de biens d'occasion comprend l'acquisition ou le délaissement intentionnel de biens durables ou semi-durables...

- usagés ou neufs;
- restés dans leur état original et ayant la même fonction;
- ayant déjà eu un ou plusieurs propriétaires;
- avec transfert de propriété ou d'utilisation seulement (prêt);
- destinés dès l'achat ou par la suite à être échangés (avec contrepartie: c'est du troc) ou totalement cédés (gratuitement: c'est un don).
- pour lesquels le consommateur a entrepris les démarches nécessaires, souvent avec l'aide de divers intermédiaires.





FAITS SAILLANTS ET OBSERVATIONS

Les pratiques de seconde main des Canadiens

- Au cours des 12 derniers mois, les Canadiens ont prolongé la vie de 77 objets, classés en 22 catégories, ce qui représente une augmentation de 1 point par rapport à l'Indice de l'année dernière.
- Même si cette augmentation ne semble pas significative, elle reflète en réalité une hausse importante du nombre de produits échangés dans l'économie de seconde main: les Canadiens ont accordé une seconde vie à 24,9 M de produits supplémentaires par rapport à l'an passé à l'an passé, soit un total de 1 848 900 000 produits.

- Par province

- Les Prairies ont obtenu la note la plus élevée (87) au chapitre des pratiques de seconde main, suivies de l'Alberta (82), de la Colombie-Britannique (80) et de l'Ontario (79).
- À l'instar des observations en 2015, les pratiques de seconde main sont moins courantes dans les régions de l'est du pays comme le Québec (67) et les Maritimes (60).

- Par ville

- La consommation de biens de seconde main n'est pas plus un phénomène urbain que rural: les principales villes du pays obtiennent un indice moyen de 71, ce qui se rapproche de la moyenne nationale (77).
- Il semble que les pratiques de seconde main augmentent à mesure que la taille d'une ville ou d'une municipalité diminue, ce qui laisse entendre qu'il existe une corrélation négative entre la taille de la ville et la consommation de biens d'occasion.

Catégories de biens les plus populaires: qu'est-ce que les Canadiens échantent le plus ?

- Similaires à l'Indice de 2015, les vêtements, les chaussures et les accessoires demeurent les catégories de biens les plus couramment échangés sur le marché de seconde main: deux transactions sur cinq concernent l'un ou l'autre de ces articles.

- Les articles liés au divertissement, comme les livres et les CD, demeurent également populaires, venant au deuxième rang des catégories de biens les plus couramment échangés.

Les canaux les plus populaires

- Plus du quart des transactions de biens d'occasion se produisent entre proches, soient des membres de la famille, des amis ou des connaissances.
- En ce qui concerne les canaux commerciaux, Kijiji est la plateforme privilégiée pour échanger les biens de seconde main.

État de l'économie de seconde main au Canada

- Près de 85% des Canadiens ont participé sous une forme ou une autre à une transaction de seconde main l'année dernière, ce qui comprend les transactions en argent et les transactions non financières.
- Près de 70% des Canadiens ont acheté ou vendu des biens de seconde main. Cela signifie que plus de Canadiens ont participé à l'économie de seconde main que de Canadiens faisant partie de la population active (66%).
- L'économie de seconde main génère une activité économique se situant entre 33 et 36 milliards de dollars qui n'auraient pas eu lieu autrement.
- L'économie de seconde main soutient environ 300 000 à 325 000 emplois au Canada.

Ce que cela signifie pour le consommateur moyen

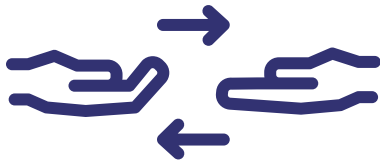
- En moyenne, chaque Canadien a économisé 480\$ l'an passé en achetant des biens de seconde main au lieu de biens neufs.
- En moyenne, chaque Canadien a dépensé 960\$ en biens de seconde main et a fait des gains de 883\$ l'année dernière.

Ce qui motive les Canadiens à acquérir ou à délaisser des biens de seconde main

- Comme dans l'Indice de 2015, les consommateurs canadiens qui ont acquis des biens de seconde main l'ont fait pour des raisons économiques: 77% sont motivés par la perspective d'économiser.
- Tout comme en 2015, les Canadiens qui se sont départis de biens l'ont fait principalement pour des raisons pragmatiques: 70% estiment qu'il s'agit d'une occasion de se défaire de biens dont ils ne se servent plus.

Comportement en ligne

- Plus d'un quart des consommateurs (29%) ont fait au moins un achat sur un site de petites annonces. En moyenne, chacun de ces consommateurs a dépensé 1 096\$ au cours des 12 derniers mois.
- Un cinquième des consommateurs (20%) ont revendu au moins un article sur un site de petites annonces. En moyenne, chacun de ces consommateurs a fait un gain de 775\$ au cours des 12 derniers mois.



INTENSITÉ DES PRATIQUES DE SECONDE MAIN DES CANADIENS

L'Indice d'intensité des pratiques de seconde main de 2016 s'élève à **77**, ce qui représente une augmentation de **1 point** comparativement à l'Indice de 2015. Autrement dit, les Canadiens ont, en moyenne, accordé une seconde vie à 77 biens, classés en 22 catégories, au cours des 12 derniers mois. Lorsqu'on extrapole à l'ensemble de la population canadienne âgée de 18 ans et plus, cela signifie que les Canadiens ont accordé une seconde vie à 24,9 M d'objets de plus qu'en 2015, soit un total de 1 848 900 000 objets.

En particulier, les Canadiens ont acquis 34 biens de seconde main au cours de la dernière année (35 en 2015). De ceux-ci, près de la moitié (17) ont été achetés (18 en 2015) et neuf ont été reçus à la suite d'un don (10 en 2015).

Les Canadiens se sont départis de 43 biens (41 en 2015) au cours des 12 derniers mois. Plus de la moitié (27) (26 en 2015) de ceux-ci ont été donnés et dix (neuf en 2015) articles ont été revendus.

Tableau 1. Indice d'intensité des pratiques de seconde main des Canadiens

Indice d'intensité des pratiques de seconde main: 77								
Indice d'acquisition: 34,3					Indice de délaissement: 42,7			
Caractéristiques	Achats	Dons	Échanges	Location	Revente	Dons	Échanges	Location
Proportion des pratiques	48,4%	26,8%	7,7%	14,8%	21,6%	60,1%	6,7%	6,7%
Moyenne	17	9,4	2,7	5,2	9,7	27	3	3

L'Indice d'intensité des pratiques de seconde main



Tableau 2.1 Intensité des pratiques de seconde main des Canadiens par région (acquisition)

Intensité des pratiques de seconde main	Indice d'intensité (acquisition + délaissement)	Indices de l'acquisition				Total de l'indice d'acquisition	Total	
		Achat de seconde main	Réception de dons	Échanges	Emprunts ou locations			
Note moyenne	77	17	9,4	2,7	5,2	34,3	%	
Région de résidence	Alberta	81,9	15,6	14,7	3,3	4,9	38,5	12%
	Colombie-Britannique	80,4	19,9	9,8	4,1	4,7	38,5	14%
	Maritimes	60	14,4	7,7	1,4	3,5	27	7%
	Prairies	86,5	18,9	8,8	3,7	5	36,4	8%
	Ontario	79,4	16,5	9,1	2,9	5,9	34,4	41%
	Québec	67,1	15,3	7,7	1	5,3	29,3	18%

Les Maritimes regroupent la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador; les Prairies regroupent le Manitoba et la Saskatchewan. Les territoires du Nord-Ouest, du Yukon et du Nunavut ont été exclus en raison d'un échantillonnage trop petit.

Tableau 2.2 Intensité des pratiques de seconde main des Canadiens par région (délaissement)

Intensité des pratiques de seconde main	Indice d'intensité (acquisition + délaissement)	Indices de délaissement				Total de l'indice de délaissement	Total	
		Reventes	Dons	Échanges	Prêts ou locations			
Note moyenne	77	9,7	27	3	3	42,7	%	
Région de résidence	Alberta	81,9	11,7	27,9	1,8	2	43,4	12%
	Colombie-Britannique	80,4	9	27,6	2,7	2,6	41,9	14%
	Maritimes	60	6,1	23	1,5	2,4	33	7%
	Prairies	86,5	15,3	29,2	2,2	3,4	50,1	8%
	Ontario	79,4	9,1	26,6	5,3	4	45	41%
	Québec	67,1	8,2	27,3	0,7	1,6	37,8	18%

Les Maritimes regroupent la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador; les Prairies regroupent le Manitoba et la Saskatchewan. Les territoires du Nord-Ouest, du Yukon et du Nunavut ont été exclus en raison d'un échantillonnage trop petit.

Les Prairies (87) sont la région où les pratiques de seconde main sont les plus courantes, suivies de l'Alberta (82), de la Colombie-Britannique (80) et de l'Ontario (79).

À l'instar de ce qui a été observé en 2015, les pratiques de seconde main sont moins courantes dans les régions de l'est du Canada: le Québec (67) et les Maritimes (60) obtiennent les notes les moins élevées au pays.

En comparaison avec l'Indice de 2015, une diminution importante a été observée en Alberta (indice de 106 en 2015; 82 en 2016) et dans les Prairies (indice de 115 en 2015; 87 en 2016). Néanmoins, ces régions demeurent celles qui sont les plus actives dans le marché des biens de seconde main.

Fait intéressant, la note obtenue par les Maritimes demeure relativement la même (indice de 63 en 2015; 60 en 2016), mais cette région occupe le dernier rang cette année. Par ailleurs, nous avons constaté une augmentation des pratiques de seconde main au Québec (indice de 50 en 2015; 67 en 2016), ce qui permet à la province de grimper d'un rang, soit à l'avant-dernière place, devant les Maritimes.

Tableau 3.1 Intensité des pratiques de seconde main des Canadiens par ville (acquisition)

Intensité des pratiques de seconde main	Indice d'intensité (acquisition + délaissement)	Indices de l'acquisition				Total de l'indice d'acquisition	Total	
		Achat de seconde main	Réception de dons	Échanges	Emprunts ou locations			
Note moyenne	77	17	9,4	2,7	5,2	34,3		
Note moyenne pour les villes	71,2	14,4	8,9	2,4	4,8	30,6	%	
Ville de résidence	Calgary	60,3	12,7	8,3	2,1	3,5	26,6	7%
	Edmonton	78,5	13,8	11,2	2,2	3,6	30,8	9%
	Hamilton	58,4	10,8	11,7	2,5	3,7	28,7	4%
	Montréal	77,9	18	9,5	1,1	5,3	33,9	18%
	Ottawa-Gatineau	56,5	11	8,3	1,3	7,9	28,5	6%
	Québec	52,2	8,5	5,4	1,8	2,2	17,9	4%
	Toronto	69,4	12,8	7,6	2,7	4,2	27,3	28%
	Vancouver	79,7	17,4	11,6	6,3	6,4	41,7	13%
	Winnipeg	71,8	14,8	5,8	1,2	4,3	26,1	6%

Tableau 3.2 Intensité des pratiques de seconde main des Canadiens par ville (délaissement)

Intensité des pratiques de seconde main	Indice d'intensité (acquisition + délaissement)	Indices de délaissement				Total de l'indice de délaissement	Total	
		Reventes	Dons	Échanges	Prêts ou locations			
Note moyenne	77	9,7	27	3	3	42,7		
Note moyenne pour les villes	71,2	8,9	26,1	2,9	2,7	40,6	%	
Ville de résidence	Calgary	60,3	7,9	21,8	1,7	2,3	33,7	7%
	Edmonton	78,5	10,2	33,2	2,2	2,1	47,7	9%
	Hamilton	58,4	4,1	24,1	0,9	0,6	29,7	4%
	Montréal	77,9	11,6	29,9	0,8	1,7	44	18%
	Ottawa-Gatineau	56,5	6,1	19,3	1,4	1,2	28	6%
	Québec	52,2	4,2	27,9	0,7	1,5	34,3	4%
	Toronto	69,4	8	23,6	6,2	4,3	42,1	28%
	Vancouver	79,7	9,5	21,6	4,3	2,6	38	13%
	Winnipeg	71,8	12,6	25,9	2,1	5,1	45,7	6%

Cette année, afin d'approfondir notre compréhension du phénomène de l'économie de seconde main à travers le pays, nous nous sommes penchés sur les pratiques de seconde main des grandes villes canadiennes. Les principales villes ont obtenu un indice moyen de 71 par rapport à 77 pour l'ensemble du Canada. Précisément:

- Vancouver affiche l'indice le plus élevé parmi les grandes villes (indice de 80), suivie de près par Edmonton (indice de 79). Alors que les résidents d'Edmonton ont l'indice de délaissement le plus fort parmi les villes (48), ce sont les résidents de Vancouver qui affichent l'indice d'acquisition le plus élevé (42). En fait, à l'inverse de toutes les autres villes, les résidents de Vancouver ont acquis plus de biens de seconde main qu'ils en ont délaissés.
- Bien que la population du Québec semble moins portée à adopter des pratiques de seconde main que la moyenne canadienne, les Montréalais démontrent une plus grande ouverture se situant à la troisième place parmi les grandes villes (indice de 78). Autant l'achat (18) que la vente (12) de biens de seconde main expliquent ce dynamisme à Montréal.
- Même si l'Alberta affiche l'indice le plus élevé au pays, les résidents de Calgary (indice de 60) font partie de ceux qui participent le moins à l'économie de seconde main parmi les

grandes villes alors que les résidents d'Edmonton dépassent la moyenne nationale (indice de 79). Les résidents d'Edmonton ont l'indice de délaissement le plus élevé parmi les villes (48) devant les résidents de Calgary de 14 points.

- Avec un indice de 69, les Torontois affichent une intensité près de la moyenne. En comparaison avec le reste de l'Ontario, les Torontois ont des pratiques d'acquisition de seconde main plus basses, plus particulièrement pour les achats (13).
- Winnipeg démontre aussi une intensité des pratiques de seconde main près de la moyenne (indice de 72). Il est intéressant de noter que les résidents sont plus enclins que les autres villes importantes à se départir de leurs objets (46), affichant l'indice de revente le plus élevé de toutes les villes (13).
- Les résidents de Hamilton (58), la région d'Ottawa-Gatineau (57) et de la ville de Québec (52) sont ceux qui participent le moins à l'économie de seconde main. Hamilton et la région d'Ottawa-Gatineau affichent des indices d'acquisition et de délaissement moyen. Bien que les résidents de la ville de Québec affichent un indice de délaissement près de la moyenne des villes (34), ils ont l'indice d'acquisition le plus bas (18).

Il semble que la consommation de biens de seconde main ne soit pas plus un phénomène urbain que rural ¹. De plus, les villes ne reflètent pas nécessairement le comportement de la province dans laquelle elles se trouvent. Le niveau d'urbanité et les pratiques de seconde main semblent donc être corrélés négativement, comme le montre le tableau 4.

Tableau 4. Intensité des pratiques seconde main des Canadiens : zones urbaines vs rurales

Intensité des pratiques de seconde main	Indice d'intensité	Indice d'acquisition	Indice de délaissement	Total
Note moyenne	77	34,3	42,7	%
Urbain	71,2	30,6	40,6	53%
Rural	82,4	38	44,4	47%

Ces résultats confirment les observations préliminaires issues des études qualitatives de l'équipe des chercheurs ainsi que des postulats. Selon les participants, le don, l'emprunt, le partage de biens d'occasion, ainsi que la réciprocité et la coopération, étaient plus courants à l'extérieur des centres urbains que dans les villes de moyennes et de grandes tailles.

¹ Nos résultats corroborent des conclusions établies précédemment, par exemple en France. Selon une étude sur la consommation collaborative réalisée en 2015 par le ministère de l'Économie et de l'Industrie, les citoyens prenaient davantage part à des formes de réciprocité facilitée par la technologie, comme le covoiturage (Uber, AmigoExpress) ou la location communautaire de logements (Airbnb et Love Home Swap); cependant, les gens en milieu rural étaient plus enclins à échanger des biens concrets par l'échange, l'achat et la revente d'articles d'occasion. Ils étaient aussi plus susceptibles de privilégier les biens d'occasion que les gens en milieu urbain, lesquels privilégient les biens neufs.



PROFILS DES CONSOMMATEURS DE BIENS DE SECONDE MAIN²



Femmes
18 à 44 ans

L'avidé consommateur de seconde main

(indice d'intensité globale : 80 et plus)

Sous-groupes les plus représentés statistiquement dans cette catégorie :

- en union libre
- un ménage composé d'au moins quatre personnes
- revenu total de 160 000\$ et plus
- est en mesure de mettre de côté une somme significative d'argent et a généralement vécu des changements de vie importants comme la naissance ou l'adoption d'un enfant (indice : 208), le départ d'un ou plusieurs enfants de la maison (indice : 165), ainsi que le mariage ou le début d'une nouvelle relation (indice : 137)

Ce consommateur a plusieurs années d'expérience sur le marché de seconde main, ayant commencé à acheter ou à vendre il y a cinq à neuf ans, ce qui remonte à la venue du commerce électronique et des sites de petites annonces dans le cadre du Web 2.0.

Les grands consommateurs de biens de seconde main dépensent en moyenne au moins 500\$ par année dans l'acquisition de biens d'occasion.

² Ces profils décrivent le **grand, moyen et faible** consommateur type de biens de seconde main. Cela dit, les diverses caractéristiques qui décrivent ces consommateurs types ne s'appliquent pas nécessairement à tous les membres de ces catégories. De plus, il ne s'agit pas de regroupements; il n'existe donc pas d'estimation de la taille de l'échantillon que chaque groupe peut représenter.



Femmes ou hommes

Le consommateur moyen de seconde main

(indice d'intensité globale : de 73 à 79)

Sous-groupes les plus représentés statistiquement dans cette catégorie :

- plus susceptible d'être ou d'avoir été en relation conjugale
- ménage composé de trois personnes
- peine à joindre les deux bouts : il vit de ses économies, il a contracté un prêt ou ses revenus lui permettent à peine de boucler son budget

Il a commencé à acheter ou à vendre des biens de seconde main soit très récemment (il y a moins d'un an ou sur une période allant de un à quatre ans), ou il y a plus longtemps (10 ans et plus).

Il dépense moins de 500\$ par année pour acquérir des biens de seconde main.



Hommes
45 ans et +

Le faible consommateur de seconde main

(indice d'intensité globale : 72 et moins)

Sous-groupes les plus représentés statistiquement dans cette catégorie :

- ménage composé d'une ou de deux personnes sans enfants
- n'a pas vécu de changement majeur dans sa vie au cours des 12 derniers mois
- est en mesure de mettre un peu d'argent de côté

Fait intéressant, ce consommateur n'achète pas ni ne vend le moindre bien d'occasion, ce qui pourrait bien être la raison pour laquelle il affiche un indice de faible mesure, étant donné que les échanges de biens de seconde main représentent le tiers des transactions.

BIENS LES PLUS COURAMMENT ÉCHANGÉS SUR LE MARCHÉ D'OCCASION

Les cinq catégories de biens d'occasion les plus souvent échangés

1. Vêtements, chaussures et articles de mode

32,5% - 149 479 objets



2. Produits de divertissement

18,3% - 83 858 objets



3. Vêtements et accessoires pour bébé

9,9% - 26 790 objets



4. Jeux, jouets et jeux vidéo

5,8% - 26 790 objets



5. Articles ménagers et décoration

d'intérieur/extérieur - 4,6% - 21 164 objets



Les trois principaux produits échangés en 2016 sont les mêmes que ceux observés en 2015.

Si on regroupe les catégories de vêtements (1 et 3), il est possible de conclure qu'environ deux articles d'occasion échangés sur cinq (42%) sont des vêtements, des chaussures ou des accessoires pour adulte, enfant ou bébé.

Les articles de divertissement (livres, CD et DVD) et les articles récréatifs (jeux, jouets et jeux vidéo) représentent ensemble près d'un quart des biens de seconde main échangés (24%).

Les consommateurs se départissent de leurs vêtements principalement dans le cadre de dons. Cette catégorie compte pour la plus grande part de l'indice de délaissement: 14 produits sur les 43 au total.

Il est à noter que l'équipement de divertissement fait le plus souvent l'objet de dons. La revente est aussi un choix populaire dans cette catégorie de produits, mais en deuxième lieu.



CANAUX UTILISÉS POUR ÉCHANGER SUR LE MARCHÉ DE SECONDE MAIN

- Plus du quart des pratiques de seconde main (26%) se produisent entre des membres de la famille, des amis ou des connaissances (canaux non commerciaux).
- En ce qui concerne les canaux commerciaux, Kijiji est la plateforme privilégiée par les consommateurs de seconde main.

Tableau 5. Canaux commerciaux utilisés pour les pratiques de seconde main

Canaux	%
Kijiji	12,6 %
Magasins ou réseaux à vocation sociale	10,3 %
Friperies	5,9 %
Réseaux sociaux (avec des étrangers)	5,3 %



Ventes-débarras	4,1 %
Évènements ponctuels (excluant les ventes-débarras)	2,8 %
Autres magasins commercialisant de l'occasion	2,7 %
Craigslist	2,5 %
Détaillants surtout engagés dans la vente de produits neufs	2,0 %
Entreprises / boutiques de location	1,7 %
eBay	1,6 %
Amazon	1,4 %
Petites annonces papier	1,2 %
Magasins spécialisés dans le troc et l'échange	1,2 %
Magasins commercialisant de l'occasion	1,2 %
Sites Internet dédiés aux dons d'objets	1,1 %
LesPAC *	1,0 %
Sites de location et de prêt entre particuliers	0,9 %
Sites de troc ou d'échange	0,8 %
Autres sites de petites annonces	0,7 %
Auto Trader	0,6 %
Dépôts-ventes	0,5 %
Auto Hebdo	0,4 %
Autres sites Internet spécialisés	0,2 %

* Québec seulement



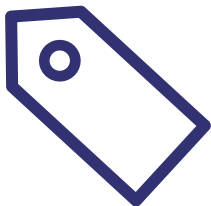


Tableau 6. Canaux utilisés pour les pratiques de seconde main

Canaux	%
La famille, les amis, les connaissances	25,6 %
Kijiji	12,6 %
Magasins ou réseaux à vocation sociale	10,3 %
Réseaux sociaux (avec la famille, les amis, les connaissances)	9,7 %
Friperies	5,9 %
Réseaux sociaux (avec des étrangers)	5,3 %
Ventes-débarras	4,1 %
Évènements ponctuels (excluant les ventes-débarras)	2,8 %
Autres magasins commercialisant de l'occasion	2,7 %
Craigslist	2,5 %
Détaillants surtout engagés dans la vente de produits neufs	2,0 %
Objets trouvés en bordure de rue	1,8 %
Entreprises / boutiques de location	1,7 %
eBay	1,6 %
Amazon	1,4 %
Petites annonces papier	1,2 %
Magasins spécialisés dans le troc et l'échange	1,2 %
Magasins commercialisant de l'occasion	1,2 %
Sites Internet dédiés aux dons d'objets	1,1 %
LesPAC *	1,0 %
Sites de location et de prêt entre particuliers	0,9 %
Sites de troc ou d'échange	0,8 %
Autres sites de petites annonces	0,7 %
Auto Trader	0,6 %
Dépôts-ventes	0,5 %
Auto Hebdo	0,4 %
Associations et OSBL	0,3 %
Autres sites Internet spécialisés	0,2 %
Total	100 %

* Québec seulement



LES MOTIVATIONS DES CONSOMMATEURS CANADIENS

MOTIVATIONS liées à l'acquisition de biens d'occasion

Voici les facteurs qui motivent les consommateurs canadiens à acquérir des biens d'occasion :



Comme en 2015, les motivations d'ordre économique sont les plus importantes dans l'acquisition de biens sur le marché de seconde main. En particulier, les consommateurs sont motivés par la perspective de réaliser des économies (77 %) et de faire de bonnes affaires (73 %).

Le respect de l'environnement est le deuxième facteur en importance dans l'acquisition de biens de seconde main. Les Canadiens sont motivés par la possibilité de recycler des articles inutilisés (60 %), de réduire leurs déchets (56 %) ou de faire preuve d'un comportement responsable à l'égard de l'environnement (51 %).

La chasse au trésor vient au troisième rang des motivations liées à l'acquisition de biens d'occasion. Les consommateurs sont séduits par l'éventualité de trouver des objets précieux (47 %) ou par la recherche d'objets rares (42 %).

MOTIVATIONS liées au délaissement de biens d'occasion

Voici les facteurs qui motivent les consommateurs canadiens à délaisser des biens:



De façon semblable à 2015, les consommateurs sont principalement motivés à se départir de leurs biens pour des raisons pragmatiques. Ils y voient la possibilité de se défaire d'objets dont ils ne se servent plus (70%) ou qui n'ont plus de valeur à leurs yeux (66%).

La volonté de faire une bonne action est le deuxième facteur en importance chez les personnes qui se départissent de leurs objets. Elles sont principalement motivées par l'occasion d'aider des personnes moins fortunées (60%), la perspective que d'autres retirent une satisfaction de leurs biens (53%) ou la perception de faire une bonne action pour leur collectivité (50%).

Protéger l'environnement est le troisième facteur qui motive les personnes à se départir de leurs biens dans l'économie de seconde main. Les consommateurs sont motivés par la possibilité de protéger l'environnement par la prolongation de la durée de vie des objets (53%), la perspective de contribuer à préserver la planète (52%) ou de limiter l'exploitation des ressources (45%).

Comme dans l'Indice de 2015, les motifs d'ordre économique sont des incitatifs moins importants au moment de délaisser que d'acquérir des biens de seconde main. Les consommateurs participent davantage à l'économie de seconde main afin de réaliser des économies plutôt que de gagner de l'argent.



LES CONSOMMATEURS
ONT DÉPENSÉ EN
MOYENNE 1 096 \$ SUR
DES SITES DE PETITES
ANNONCES AU COURS
DES 12 DERNIERS MOIS.

COMPORTEMENTS LIÉS À L'ACHAT ET LA REVENTE EN LIGNE

Achat en ligne

Les consommateurs ont dépensé en moyenne 1 096 \$ sur des sites de petites annonces au cours des 12 derniers mois.

Plus du tiers (37 %) des répondants ayant déclaré qu'ils ont acheté des biens sur des sites de petites annonces ont dit qu'ils avaient adopté cette pratique il y a cinq ans et plus.

Processus de négociation

Les répondants sont plus enclins à négocier le prix des produits exigeant de grands investissements comme les voitures, les camions, les motocyclettes ou les outils et la quincaillerie.

À l'inverse, les répondants sont moins enclins à négocier un prix à l'achat d'appareils électroménagers, d'appareils liés à la santé ou à des besoins spéciaux (équipement médical et accessoires spécialisés) et de petits articles (vêtements, petits appareils électroniques et produits de divertissement).

Environ un cinquième (21 %) des acheteurs qui n'ont pas payé le prix demandé au départ par le revendeur ont fait diminuer le prix de plus de 25 %.

Tableau 7. Processus de négociation

% Baisse du prix comparé à celui demandé par le vendeur	Sites de petites annonces
Moins de 10 %	23,9 %
10-25 %	55,4 %
26-50 %	14,9 %
Plus de 50 %	6,2 %

Écart entre les prix d'articles neufs et ceux de seconde main vendus en ligne

Dans l'ensemble, les consommateurs estiment qu'il existe un écart important entre le prix d'un nouveau produit et celui d'un produit de seconde main comparable acheté en ligne. Ils estiment que les produits qu'ils ont achetés sur des sites de petites annonces sont en moyenne 48% moins chers.

L'écart est le plus important pour les biens spécialisés comme les produits liés à la santé et à des besoins spéciaux (83%), les outils, la quincaillerie et le matériel de rénovation (74%), de même que les articles de sport et de plein air (72%). L'écart est cependant le plus faible pour le matériel informatique (38%), ainsi que pour les vêtements et les accessoires pour bébé (35%).

Intentions d'achat d'un produit neuf si le produit de seconde main n'est pas disponible

En moyenne, 32% des consommateurs auraient acheté un produit neuf plutôt que l'équivalent de seconde main s'ils n'avaient pas trouvé le produit qu'ils recherchaient sur le marché d'occasion. Cette proportion est plus élevée pour les véhicules hors route (54%), les vêtements et les accessoires pour bébé (46%) et les appareils électroménagers (45%), mais plus faible pour les véhicules (motos (7%), voitures et camions (13%) et les véhicules récréatifs (11%).

Revente en ligne

Les consommateurs ont réalisé des gains d'environ 775\$ sur les sites de petites annonces au cours des 12 derniers mois.

Plus de la moitié (54%) des répondants ayant déclaré qu'ils avaient revendu un produit sur un site de petites annonces ont dit qu'ils avaient adopté cette pratique depuis moins de trois ans; ce qui indique que la revente en ligne est une pratique relativement récente chez un bon nombre de consommateurs.

**LES CONSOMMATEURS
ONT RÉALISÉ DES
GAINS D'ENVIRON
775 \$ SUR LES SITES DE
PETITES ANNONCES
AU COURS DES 12
DERNIERS MOIS.**

Tableau 8. Détermination du prix de revente sur les sites de petites annonces

Moyen pour déterminer le prix de revente	%
Le prix reflète d'après moi la valeur du produit (aucune recherche)	64 %
J'ai fait quelques recherches sur le prix auquel mon produit est vendu en ligne (ex : eBay, Amazon) ou hors ligne (ex : magasins)	39,5 %
J'avais une certaine connaissance du prix de mon produit sur le marché	32,1 %



En fonction du prix que j'ai payé pour le produit et duquel j'enlève un certain pourcentage	26,1 %
J'ai comparé avec le prix demandé pour des produits neufs sur Internet ou dans les magasins	17,7 %
J'ai demandé à des membres de ma famille, des amis, ou des connaissances en ligne (ex : réseaux sociaux) ou hors ligne (ex : en personne)	11,2 %
J'ai fait quelques recherches sur le prix dans des magazines, des journaux et d'autres médias papier	5,5 %
J'ai fait des recherches à propos du prix sur des sites Internet experts (ex : Les Affaires)	5,1 %
J'ai demandé le prix approprié à des experts en ligne (ex : forums, réseaux sociaux, salons de discussion, blogues) ou hors ligne (ex : magasins, foires).	4,2 %
Total	100 %

Près des deux tiers des répondants (64 %) qui ont établi eux-mêmes le prix de leur objet l'ont fait de manière instinctive. Ceux qui ont effectué des recherches pour fixer leur prix de revente ont consulté d'une (le plus fréquemment) à six sources (le moins fréquemment).

Les consommateurs sont plus enclins à consulter les membres de leur famille, leurs amis et leurs connaissances que des experts au moment d'établir le prix de revente de leurs articles.

Tableau 9. Estimation des gains réalisés sur les sites petites annonces

Source d'information	Gains
Les vendeurs n'ayant utilisé aucune source d'information pour estimer le prix de revente	279 \$
Les vendeurs ayant utilisé au moins une source d'information pour estimer le prix de revente	579 \$
Total	410 \$

Les revendeurs qui ont déclaré avoir effectué des recherches afin de déterminer leur prix de revente ont obtenu un meilleur prix que ceux qui ne l'avaient pas fait. Comme le démontre le tableau 9, les revendeurs ayant consulté au moins une source d'information pour estimer le prix de revente ont fait des gains moyens de 579 \$, soit 300 \$ de plus que ceux qui n'avaient consulté aucune source.

Les sites de petites annonces semblent donner lieu à des négociations limitées puisque 64 % des revendeurs ont obtenu le prix qu'ils avaient demandé.

AVANTAGES ÉCONOMIQUES

Tableau 10. Perception des économies réalisées sur les sites de petites annonces

Catégories de produit	Économies en %
Moyenne	52,7%
Véhicules hors route	78,8%
Articles de santé et de besoins spéciaux	74,6%
Équipement commercial et spécialisé	67,5%
Articles de maison intérieur / extérieur et objets de décoration	64,8%
Appareils électroménagers	59,7%
Meubles	59,7%
Matériel informatique	59,4%
Voitures et camions	59,3%
Jeux, jouets et jeux vidéos	57,7%
Pièces d'autos et pneus	56,3%
Produits de divertissement (livre, CD, DVD, blu-ray)	55,4%
Équipement électronique	54,6%
Articles de loisirs et d'artisanat	51,2%
Montres et bijoux	48,1%

Articles de sport et de plein air (vélos, accessoires sports)	45,8%
Outils, quincaillerie et matériaux de construction	44,5%
Motos	40,7%
Véhicules récréatifs	34,7%
Objets d'art et de collection	33,3%
Instruments de musique	29%
Vêtements, chaussures et accessoires de mode	18,7%
Vêtements et accessoires pour bébé	11,2%
Appareils photo, caméras et accessoires	6,3%

Tableau 11. Perception des avantages économiques liés à la consommation de seconde main

Perception des économies réalisées en acquérant des biens via (...)	% d'acquiescement
... des achats de produits de seconde main	65,4 %
... l'échange	52,3 %
... la réception de dons	46,9 %
... la location ou l'emprunt de biens	42,1 %
Perception des gains réalisés en se départissant de biens via (...)	% d'acquiescement
... l'échange	63,7 %
... la revente	53,6 %
... la location ou le prêt de biens	50,8 %

Tableau 12. Comportements de consommation de biens de seconde main

Comportement	Fréquence en%
Planifier de donner les nouveaux produits lors de l'achat	20,9 %
Planifier de donner des produits de seconde main lors de l'achat	15,7 %
Vendre/donner des objets avec l'intention d'acheter de produits d'occasion	14,7 %
Planifier de revendre des nouveaux produits lors de l'achat	13,3 %
Vendre/donner des produits avec l'intention d'acheter de nouveaux produits	12,9 %
Planifier de donner des produits reçus gratuitement	10,9 %
Planifier de revendre des produits de seconde main lors de l'achat	9,8 %
Planifier de revendre des produits reçus gratuitement	5,6 %

15% des consommateurs qui ont vendu ou donné un produit dans les 12 derniers mois l'ont fait avec l'intention de racheter des produits usagés et 13% l'ont fait avec l'intention de racheter des produits neufs.

11% des consommateurs qui ont reçu gratuitement un produit dans les 12 derniers mois prévoient le redonner et 13% prévoient le revendre.

Au moment d'acheter des produits neufs, 21% des consommateurs envisagent de les donner et 13% envisagent de les revendre.

Au moment d'acheter des biens de seconde main, 16% des consommateurs envisagent de les redonner et 10% envisagent de les revendre.



CONCLUSIONS ÉCONOMIQUES

Le marché de seconde main au Canada représente une importante source d'activités économiques; cependant, il est difficile de tirer des conclusions au sujet de ce marché parce qu'aucune mesure de l'activité économique ne le prend en compte. Le produit intérieur brut (PIB), probablement la mesure la plus reconnue de l'activité économique, exclut intentionnellement la plupart des transactions de biens de seconde main³; c'est pourquoi il n'existe pas d'estimation officielle du marché d'occasion et de sa contribution à la santé économique du Canada. En règle générale, les ventes découlant des transactions concernant les articles de seconde main ne sont pas taxables, et les revenus générés par ces transactions ne sont pas imposables; le chiffre d'affaires des entreprises et les revenus des particuliers font donc abstraction des recettes que génère l'économie de seconde main. La recherche sur ce type d'économie de seconde main est minime parce que les modèles économiques ne la prennent pas en considération. Les conclusions tirées des résultats de notre étude offrent donc des perspectives importantes et éclairent le débat sur les interactions entre l'économie de seconde main et le nouveau marché.

Par contre, depuis l'ère d'Internet, il est plus facile d'obtenir davantage de données sur l'économie de seconde main. En effet, le Web a permis à cette économie d'évoluer au-delà de ses formes traditionnelles: marchés aux puces, magasins d'occasion, vente en consignation, magasins d'antiquités, encans et ventes-débaras. Plus récemment, l'essor de sites de petites annonces, comme Kijiji, a stimulé ces changements. L'Internet et ses plateformes connexes facilitent la vente et l'achat de biens d'occasion en simplifiant la publication d'annonces d'articles à vendre et la recherche d'objets à acheter. Les plateformes en ligne réduisent ainsi le temps et l'effort nécessaires pour effectuer des transactions de biens de seconde main et assortissent mieux les vendeurs et les acheteurs correspondants. Elles font également tomber les barrières géographiques, permettant aux acheteurs et aux vendeurs qui n'auraient pu autrement entrer en communication de le faire.

³ Les seules transactions de biens de seconde main comprises dans la mesure du PIB sont les services fournis par vendeurs de voitures d'occasion et les agents immobiliers.

Participation à l'économie de seconde main

Les résultats de l'étude démontrent l'importance de l'économie de seconde main au Canada. Au total, **84% des Canadiens ont participé sous une forme ou une autre à une transaction concernant un bien de seconde main au cours de la dernière année**, ce qui comprend les transactions en argent (p. ex. achat, vente et location) et les transactions non financières (p. ex. dons, emprunts, échanges et prêts).

Alors que les transactions non monétaires comptent pour la majeure partie des échanges de biens de seconde main, les transactions monétaires sont de plus en plus importantes. Elles représentant maintenant 40% des transactions. Si nous prêtons attention uniquement à ces dernières, près de 70% des Canadiens ont acheté ou vendu des biens de seconde main. En guise de comparaison, mentionnons que, l'année dernière, il y a eu davantage de Canadiens qui ont acheté ou vendu des biens d'occasion que de Canadiens faisant partie de la population active du pays (66%)⁴.

« L'année dernière, il y a eu davantage de Canadiens qui ont acheté ou vendu des biens d'occasion que de Canadiens faisant partie de la population active du pays. »

Valeur monétaire des transactions de l'économie de seconde main

Si nous nous attardons aux transactions en argent, les résultats de l'étude montrent que les Canadiens ont dépensé en moyenne 960\$ pour acquérir des biens d'occasion l'année dernière. La plus grande motivation à acheter des articles d'occasion était de réaliser des économies; les répondants ont dit que le prix des marchandises sur le marché de seconde main était, en moyenne, 50% moins élevé que leur équivalent neuf. Cela signifie que chaque Canadien a économisé en moyenne, 480\$ l'an dernier en achetant des biens d'occasion plutôt que des biens neufs.

**CHAQUE CANADIEN
QUI A ACHETÉ
D'OCCASION A
ÉCONOMISÉ
ENVIRON 480 \$**

Cependant, il est important de noter que les achats d'occasion ne remplacent pas simplement l'achat d'articles neufs. Même si environ la moitié des acheteurs de biens d'occasion ont envisagé d'acheter des produits neufs, seul le tiers des acheteurs auraient fait l'acquisition d'un

⁴ Selon la définition standard utilisée par Statistique Canada, les personnes occupées sont celles qui exercent un emploi ou qui exploitent une entreprise, tandis que les chômeurs sont les personnes qui sont sans emploi, qui sont prêtes à travailler et qui cherchent activement du travail. Ensemble, les chômeurs et les personnes occupées constituent la population active. <http://www.statcan.gc.ca/pub/81-004-x/def/4153361-fra.htm>



produit neuf s'ils n'avaient pu l'obtenir d'occasion. Pour les autres deux tiers, cela représente des achats et de l'activité économique qui n'aurait pas autrement été effectuée sans l'économie de seconde main. Ce type d'économie rend donc disponible aux individus des biens désirés à prix abordables. Les gens à faible et moyen revenus peuvent acquérir des biens qu'ils n'auraient pas pu autrement. Il y a donc augmentation de leur pouvoir d'achat et une diminution de l'inégalité économique.

Il y a aussi des avantages liés à l'économie de seconde main du côté du vendeur. L'année dernière, les vendeurs du marché de seconde main ont gagné en moyenne, 883\$. La principale motivation pour vendre des biens de seconde main était de se départir de biens qui n'avaient plus de valeur économique pour le vendeur, et 22%⁵ de ses vendeurs ont indiqué qu'il était très probable qu'ils utilisent ces gains pour acheter de nouveaux biens. Cela démontre que les transactions concernant des biens de seconde main contribuent en réalité à l'achat de biens neufs; il existe donc des relations importantes d'interdépendance entre le marché des biens usagés et celui des biens neufs.

Le sondage révèle aussi que les plateformes en ligne représentent plus de 20% de la part du marché de seconde main, derrière seulement les réseaux sociaux (la famille, les amis et les connaissances). De plus, 37% des Canadiens ont utilisé les plateformes en ligne dans la dernière année pour leurs transactions de seconde main. Ceux qui utilisent les plateformes en ligne dépensent davantage sur les biens de seconde main, 1 096\$, que les autres canaux.

**LES CONSOMMATEURS
ONT RÉALISÉ DES
GAINS D'ENVIRON
883 \$ EN VENDANT DES
BIENS D'OCCASION**

En ce qui concerne les types de marchandises échangées dans l'économie de seconde main, le marché est dominé par les biens qui peuvent servir longtemps, qui sont souvent désignés comme des biens durables et semi-durables. Les transactions les plus courantes comprennent celles liées à tous les types de vêtements, de produits de divertissement et d'articles pour bébé.

Cela dit, les résultats du sondage montrent que la perception selon laquelle le marché de seconde main ne concerne que les biens de consommation de moindre envergure est erronée. Hormis les transactions habituelles de véhicules d'occasion, il y a aussi bon nombre de transactions de matériel commercial, spécialisé et professionnel qui se produisent. Les transactions de biens de seconde main permettent donc aux entreprises de liquider leurs actifs, ce qui profite aux nouvelles et petites entreprises.

⁵ Ce chiffre a été obtenu en calculant la fréquence pondérée des réponses directes dans l'enquête et l'obtention du pourcentage cumulé pour les réponses d'une valeur 7 et plus, arrondi au nombre entier le plus proche. Le 22% représente donc clairement la partie des personnes qui ont vendu ou donné des produits et qui ont répondu à la question en indiquant qu'ils étaient très susceptibles d'acheter un nouveau produit. Le résultat est interprété et utilisé tel quel.

Répercussions économiques pour le Canada

Les résultats du sondage révèlent que l'économie de seconde main joue un rôle vital dans l'économie canadienne. En fonction des résultats du sondage, nous estimons que la valeur des transactions de l'économie de seconde main s'élève à approximativement à 28 milliards de dollars, ce qui est semblable à la somme de l'année dernière. Comme les deux tiers de ces transactions n'auraient pas eu lieu sans l'économie de seconde main, cela veut dire, qu'environ 19 milliards de dollars de cette valeur représente une activité qui n'auraient pas eu lieu autrement.

Les 9 milliards de dollars restant représentent une activité économique qui s'est déplacée du marché des biens neufs vers le marché de l'occasion. Par contre, si ces dépenses avaient été encourues pour de nouveaux biens plutôt que pour des biens seconde main, seulement 900 millions de dollars auraient été accumulés au Canada. Ceci est parce qu'approximativement 90% des produits qui aurait été acheté neufs sont des importations. Donc, l'achat de biens d'occasion plutôt que neufs représente une augmentation nette de près de 8,1 milliards de dollars dans l'activité économique canadienne.



De plus, tout effet de remplacement des achats de nouveaux produits est compensé par deux facteurs. Premièrement, certains vendeurs de biens de seconde main utilisent les revenus générés de ces ventes pour acheter des biens neufs qu'autrement n'auraient pas été achetés. Deuxièmement, les consommateurs qui auraient autrement acheté un nouveau produit ont économisé environ 480\$ l'année passée et ces économies peuvent être redirigées vers des achats supplémentaires, de nouveaux produits pour la plupart.

De plus, lorsque toutes nouvelles dépenses sont injectées dans le système, il y a l'effet boule de neige: la première personne qui reçoit le revenu le dépense, ce qui crée un revenu pour une deuxième personne qui, à son tour, le dépense, et ainsi de suite.

Nous pouvons utiliser le multiplicateur de réutilisation de revenus, un concept largement accepté en sciences économiques, pour calculer la valeur totale des effets directs et indirects des nouvelles dépenses imputables à l'économie de seconde main. Dans une économie sans commerce international, le multiplicateur est très grand, mais dans le cas du Canada, le multiplicateur est de taille moyenne puisqu'il y a une forte dépendance sur les importations. Les économistes du Canada se sont entendus pour en fixer la valeur entre 1,2 et 1,3. La présence du multiplicateur de réutilisation de revenus indique que la valeur des transactions économiques générée par l'économie de seconde main se situe entre 33 et 36 milliards de dollars.

L'économie de seconde main soutient donc potentiellement jusqu'à 8 milliards de dollars d'achats supplémentaires, la plupart desquels seront pour de nouveaux biens. Toute activité économique supplémentaire qui est générée contribue non seulement à accroître les dépenses, mais aussi les emplois. Au Canada actuellement, le rapport entre le taux d'emploi et le PIB indique qu'il y a un emploi pour chaque tranche de 110 000\$ du PIB.



Compte tenu de l'estimation de l'activité économique générée par l'économie de seconde main, ce rapport sous-entend qu'il y a entre 300 000 et 325 000 emplois au Canada qui doivent leur existence à l'économie de seconde main.

« L'économie de seconde main génère une activité économique se situant entre 33 et 36 milliards de dollars qui n'auraient pas eu lieu autrement, ce qui contribue à créer environ 300 000 à 325 000 emplois. »

Recettes publiques et économie de seconde main

L'économie de seconde main contribue-t-elle directement aux recettes fiscales? La réponse est sans équivoque oui. D'abord, il a été démontré que l'économie de seconde main contribue potentiellement, à hauteur de 8 milliards de dollars en achats supplémentaires, dont la plupart seraient assujettis à la taxe de vente. Le gouvernement fédéral accumule des revenus de TPS allant jusqu'à 400 millions de dollars à partir de ces ventes, et les gouvernements provinciaux pourraient aussi bénéficier de leur part en fonction des taux provinciaux de taxes de vente.

Ensuite, les magasins conventionnels ayant pignon sur rue (excluant ceux ayant une mission sociale) qui se spécialisent dans la vente de biens d'occasion représentent 15% des parts du marché de seconde main. Étant donné que ces magasins sont exploités comme des entreprises, les transactions qui s'y déroulent sont assujetties à la TPS (et éventuellement aux taxes de vente provinciales selon les règles de la province), et les revenus générés sont visés par l'impôt sur le revenu. Si les résultats du sondage ne permettent pas d'établir des calculs précis à cet égard, des calculs approximatifs révèlent que ces magasins pourraient apporter une contribution allant jusqu'à 670 millions de dollars en recettes fiscales publiques. Les gouvernements provinciaux pourraient aussi tirer avantage de cette situation compte tenu du taux de la taxe de vente provinciale et du taux d'imposition des entreprises. Il convient de mentionner de nouveau que la plupart de ces revenus représentent des recettes supplémentaires dont ne bénéficierait pas le gouvernement en l'absence de l'économie de seconde main parce que la majeure partie des transactions de biens d'occasion n'auraient pas été effectuées sinon.

L'économie de seconde main accroît les recettes fiscales publiques

Il est clair cependant que le gros des transactions de seconde main se produit entre les particuliers, et des préoccupations ont été soulevées selon lesquelles ce type d'économie pourrait contribuer à l'évasion fiscale. Par contre, ces inquiétudes sont largement injustifiées.

6 Si le total des transactions ne dépasse pas 30 000 \$ au cours d'un trimestre civil donné ni pour l'ensemble des quatre trimestres civils qui le précèdent, le vendeur est considéré comme un «petit fournisseur». Dans ce cas, les taxes de vente n'ont pas à être payées ou perçues. <http://www.cra-arc.gc.ca/F/pub/gm/2-2/2-2-f.html>

En ce qui a trait aux taxes de vente, la plupart des transactions de seconde main sont bien en dessous de l'exemption « petit fournisseur »⁶ de 30 000\$ par année pour la TPS/TVH. De plus, les provinces avec un système de TVP exemptent les marchandises usagées dont la valeur est inférieure à un seuil défini de façon générale. Par rapport aux impôts, puisque la plupart des marchandises usagées sont vendues à un prix inférieur à leur prix d'achat original, la marchandise est vendue à perte et les revenus ne sont donc pas imposables.

L'économie de seconde main n'est pas un contributeur significatif à l'économie souterraine

Comme il a été démontré dans le présent document, les résultats de notre étude présentent des perspectives importantes sur l'économie de seconde main. Selon l'une des principales conclusions, l'économie de seconde main représente, contrairement aux idées reçues, une activité économique qui va bien au-delà de ce qui est traditionnellement mesuré.

Non seulement l'achat de biens d'occasion ne remplace pas l'achat d'articles neufs, mais la vente de biens d'occasion contribue en réalité à la vente d'articles neufs. En outre, l'économie de seconde main contribue à augmenter les recettes fiscales dans leur ensemble. Par conséquent, l'économie de seconde main accroît les activités économiques générales au Canada, et grâce aux avancées technologiques, les transactions de biens de seconde main continueront de croître, ce qui aura des retombées sociales et économiques positives importantes.



MÉTHODOLOGIE ET RECHERCHE

Les données brutes ont été recueillies à l'aide d'un échantillon de 5 990 répondants représentatifs de la population canadienne. Le sondage a été effectué en ligne en collaboration avec le cabinet MBA Recherche. Les répondants faisaient partie d'un groupe de discussion en ligne représentant toutes les régions du Canada et répondaient à des critères de sélection prédéfinis comme le sexe, l'âge et le lieu de résidence. Étant donné que toutes les réponses ont été obtenues auprès de ce groupe, il n'a pas été nécessaire de calculer la marge d'erreur. Les répondants devaient être âgés de 18 ans ou plus.

Les résultats de l'étude ont mis en relief les comportements et les habitudes des Canadiens en ce qui a trait aux pratiques de seconde main et ont permis de quantifier l'ampleur réelle de ces pratiques en fonction de 22 catégories de produits.

Les conclusions économiques énoncées dans ce rapport sont basées sur les résultats du sondage portant sur la participation à l'économie de seconde main et la valeur de ses transactions. L'agrégation de ces résultats afin de produire une estimation de la taille de l'économie de seconde main au Canada s'appuie sur l'hypothèse que la valeur économique des transactions de seconde main soit représentative des biens, non seulement achetés et vendus, mais aussi acquis ou délaissés lors de transactions non monétaires. Cette approche permet de clarifier notre compréhension de l'économie de seconde main, nous permettant ainsi de mieux cerner l'interaction entre le marché de biens de seconde main et de biens neufs.

Les chercheurs



FABIEN DURIF (Ph.D.)

Fabien Durif enseigne depuis 2012 au Département de marketing de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal (UQÀM). Il est diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Lyon (B.A., M.A., France); il détient une maîtrise en marketing des Hautes Études Commerciales (HEC) de Montréal et un

doctorat en administration des affaires, obtenu dans le cadre du programme commun mis en place par les HEC de Montréal avec l'UQÀM, McGill et Concordia.

Fabien Durif se spécialise dans les domaines suivants: consommation responsable, marketing environnemental, obsolescence des objets, gouvernement éthique et investissement socialement responsable. Il a publié plus d'une centaine d'articles, dont 28 dans des publications internationales (*Journal of Business Research, European Journal of Marketing, International Journal of Sustainable Development, International Journal of Market Research, Electronic Green Journal, Revue Française de Gestion, Revue Française du Marketing, Gestion*). Il a également signé 100 actes de colloques dans des conférences internationales (p. ex. *Academy of Marketing Science World Congress, American Marketing Association, European Marketing Academy Conference, The European Institute of Retailing and Services Studies, Annual Business Conference Promoting Business Ethics, Association Française du Marketing*).

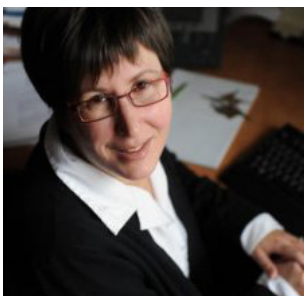
Fabien Durif est directeur de l'Observatoire de la consommation responsable (OCR) de l'UQÀM. Formé d'une dizaine de chercheurs, l'OCR explore le domaine de la consommation responsable. Sa mission est de contribuer à l'élaboration d'une analyse scientifique et fonctionnelle du phénomène de la consommation responsable en fournissant aux chercheurs universitaires et privés, aux spécialistes, aux citoyens, aux OSBL et aux médias un accès aux connaissances existantes et aux données pertinentes.



MANON ARCAND (Ph.D.)

Manon Arcand enseigne depuis 2007 à l'École des sciences de la gestion de l'UQÀM. Elle détient un baccalauréat et une maîtrise en gestion avec spécialisation en marketing de la même université. Elle a également obtenu un doctorat en marketing des HEC de Montréal, sous la direction du professeur Jacques Nantel. Elle s'intéresse au comportement du consommateur en ligne et aux répercussions d'Internet sur le comportement des consommateurs. Elle a publié des articles dans diverses revues scientifiques, en collaboration avec d'autres chercheurs, et présenté des exposés dans le cadre de conférences

sur la sécurité en ligne, faisant part des conclusions de ses recherches portant sur l'impact des politiques en matière de confidentialité en ligne sur les perceptions des consommateurs au chapitre de la confiance et du contrôle. Elle a récemment obtenu une subvention de recherche du Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH) pour étudier la démarche qu'empruntent les consommateurs canadiens qui cherchent des informations multicanaux.



CAROLINE BOIVIN (Ph.D.)

Caroline Boivin est professeure titulaire au département de marketing à l'Université de Sherbrooke. Ses intérêts en recherche reposent sur la consommation responsable, les stratégies de marketing des produits verts, les méthodes de fixation des prix ainsi que l'analyse conjointe. Sa recherche a été publiée dans des journaux internationaux tels que *International Journal of Market Research, Marketing Review, et Management Decision*. Elle est la co-fondatrice de l'Observatoire de la consommation responsable.



MYRIAM ERTZ (Ph.D. STUDENT)

Myriam Ertz étudie en administration dans le programme de doctorat commun de l'École des sciences de la gestion de l'UQÀM et s'intéresse au marketing responsable et est assistante de recherche pour l'Observatoire de la consommation responsable (OCR). Elle a acquis de l'expérience dans les domaines de la recherche et de l'information commerciale auprès de FedEx Express EMEA à Bruxelles, en Belgique, et avec le Groupe Altus à Montréal, au Canada. Elle a publié des articles dans l'*International Journal of Electronic Commerce Studies* et présenté des exposés dans le cadre de diverses conférences organisées par Net Impact, l'Association des sciences administratives du Canada, *European Marketing Academy Conference* et l'Association Francophone pour le savoir.



LINDSAY TEDDS (Ph.D.)

Lindsay Tedds est professeure associée en économie à l'école d'administration publique (« School of Public Administration ») de l'Université de Victoria et professeure invitée à l'école de politique public (« School of Public Policy ») à l'Université de Calgary. Elle a obtenu son doctorat (Ph. D.) en économie de l'université McMaster. Elle détient aussi une maîtrise (M.A.) et un baccalauréat (B.A.) en économie de l'Université de Victoria ainsi qu'un baccalauréat (B.A.) en sciences politiques de l'Université de Carleton.

Lindsay est spécialisée en recherche en économie appliquée et en analyse de politiques avec un centre d'intérêt particulier sur le design et l'implémentation des politiques fiscales. Son travail s'étend sur un certain nombre de domaines, incluant l'économie souterraine, les revenus non déclarés, la fiscalité des options d'achat d'actions, les frais d'utilisation, la divulgation d'information privilégiée et la saisonnalité des naissances. Elle est co-auteure de deux livres et a publié un bon nombre de chapitres de livres, de rapports techniques, de guides interactifs et d'articles dans les revues dont les articles sont examinés par les pairs.

Lindsay est une commentatrice publique non partisane régulière. Elle écrit pour les médias, apparaît dans une variété d'émissions à la télévision, à la radio et les baladodiffusions (podcasts) et témoigne devant le Comité des finances à la Chambre des communes. Elle est membre du conseil consultatif pour la recherche pour l'Institut des politiques du Nord et membre du comité de rédaction du centre Mowat. Avant de devenir académicienne, Lindsay occupait plusieurs postes non partisans auprès du gouvernement du Canada à Ottawa ainsi qu'auprès des gouvernements municipaux dans les domaines d'économie publique et d'implémentation de politiques.

POUR EN SAVOIR PLUS :

ConsommationResponsable.kijiji.ca



