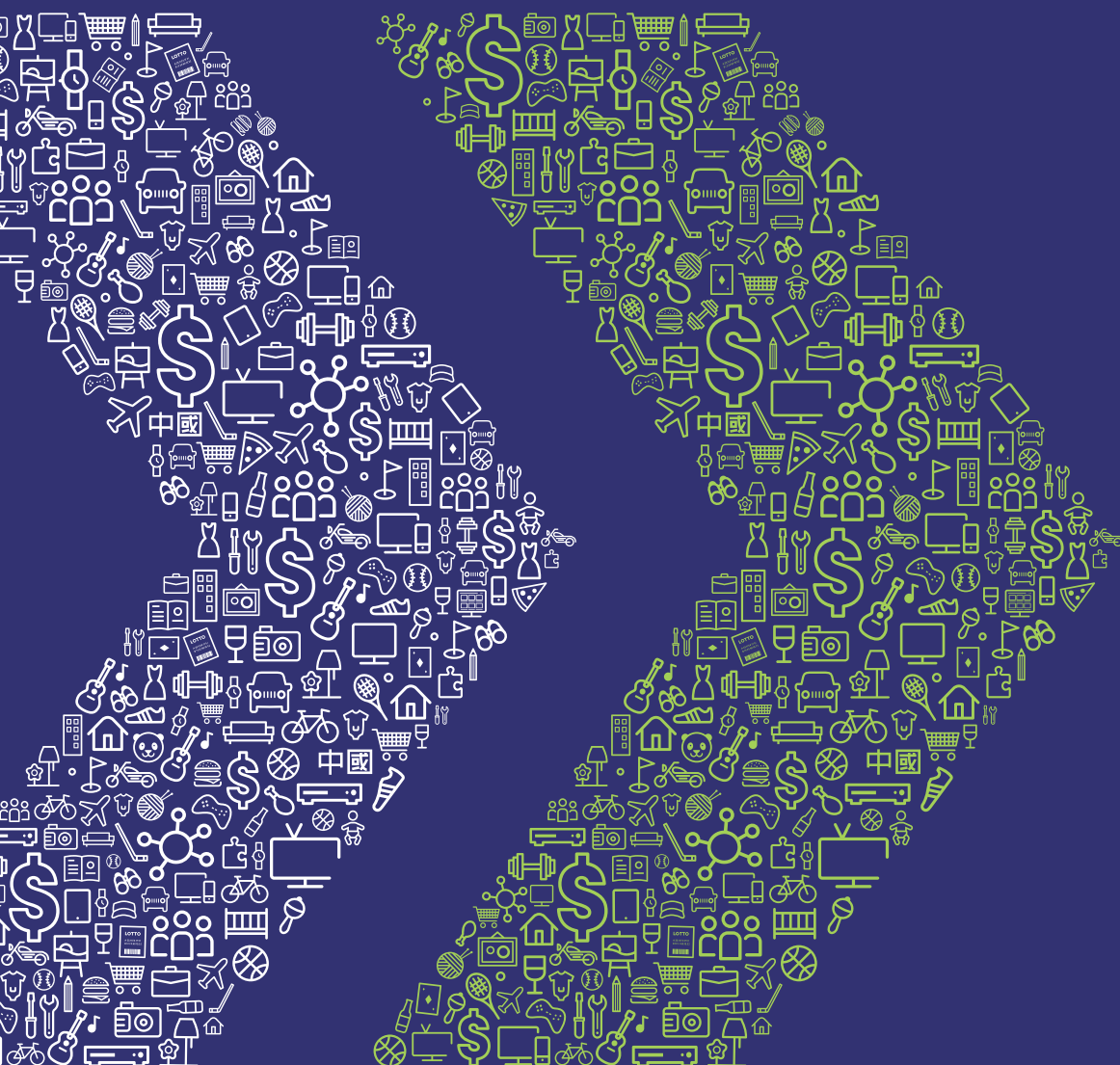




Nous en tirons tous profit!

L'Indice Kijiji de l'économie de seconde main
RAPPORT 2017



Indice kijiji
de l'économie de seconde main

©2017, Kijiji Canada Ltée

La reproduction de ce rapport est autorisée à condition que la source soit dûment mentionnée.

Ce rapport peut être cité comme suit :

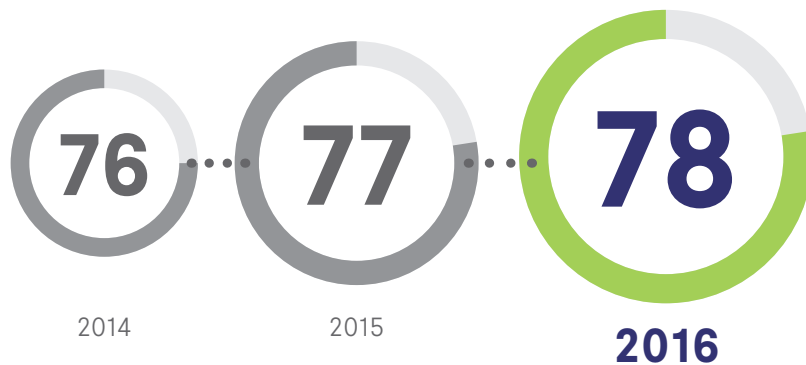
Durif F, Arcand M, Ertz M et Connolly M, L'Indice Kijiji de l'économie de seconde main, rapport 2017, publié par Kijiji Canada Ltée, 14 mars 2017.

Pour en savoir plus :
kijiji.ca/carrefourkijiji/consommationresponsable

Qu'elles ont été les pratiques de seconde main des Canadiens en 2016?

SOMMAIRE EXÉCUTIF
du rapport 2017 de l'Indice Kijiji
de l'économie de seconde main

INTENSITÉ DES PRATIQUES DE SECONDE MAIN DES CANADIENS



Nombre moyen de biens
échangés par Canadien

Un total de
1,9
MILLIARD
de biens ont eu une
seconde vie en 2016

C'est
+ 30,4 MILLIONS
de biens échangés de
plus qu'en 2015

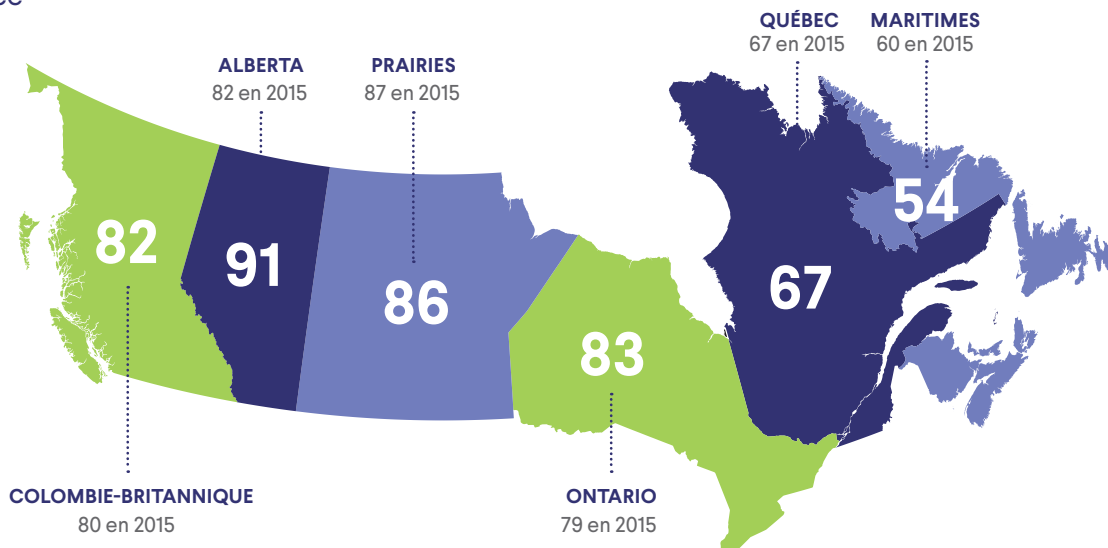
Valeur des transactions de
seconde main en 2016

29
MILLIARDS
\$

L'économie de
seconde main génère

35 À 38
MILLIARDS \$
en activité économique (PIB)

Indice d'intensité
par province



LES BIENS LES PLUS ÉCHANGÉS

5^e

Articles de loisirs
et d'artisanat



4^e

Jeux, jouets et
jeux vidéo



3^e

Vêtements
et accessoires
pour bébé



2^e

Produits de
divertissement



1^{re}

Vêtements, chaussures
et articles de mode



LES VENDEURS ONT GAGNÉ,
EN MOYENNE,

1 037\$ en 2016 c. **883\$** en 2015

DANS LE MARCHÉ
DE SECONDE MAIN.

LES CANADIENS ONT ÉCONOMISÉ,
EN MOYENNE,

843\$ en 2016 c. **480\$** en 2015

EN SE PROCURANT DES BIENS
D'OCCASION AU LIEU DE NEUFS.

Les motivations de la
consommation de seconde main
(basé sur un indice de 100)

71

POUVOIR SE PROCURER
DES OBJETS SANS EN
PAYER LE PLEIN PRIX

est la principale motivation
des Canadiens pour acquérir
des biens d'occasion.

71

LA FACILITÉ DE SE
DÉPARTIR DE BIENS

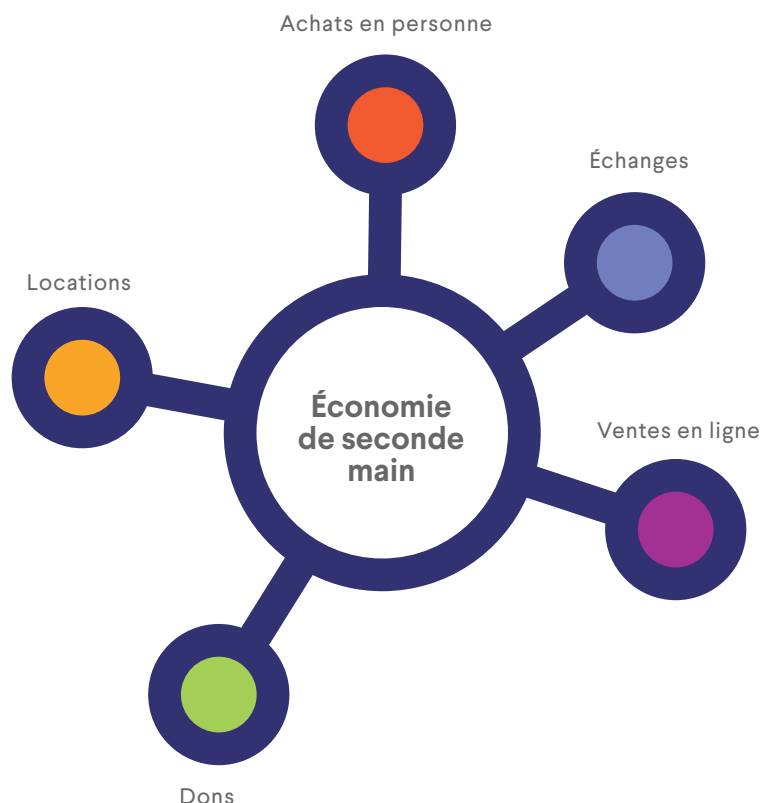
est la principale motivation
des Canadiens pour délaissier
des biens de seconde main.

kijiji

est le canal commercial
le plus utilisé

Table des matières

Qu'entendons-nous par économie de seconde main ?	6
Quel est l'impact global de l'économie de seconde main ?	7
Quelle est la participation des Canadiens à l'économie de seconde main ?	8
Quels sont les profils des acheteurs et des vendeurs de biens de seconde main ?	20
Quels sont les biens les plus couramment échangés sur le marché d'occasion ?	24
De quelle façon faisons-nous nos transactions de seconde main ?	25
Quels sont les biens préférés de seconde main avant tout ?	27
Est-ce que les biens de seconde main sont donnés en cadeau ?	28
Qu'est-ce qui motive la participation à l'économie de seconde main ?	29
Comment est-ce que les Canadiens profitent de l'économie de seconde main ?	32
Que font les Canadiens avec l'argent qu'ils économisent ou gagnent ?	34
Conclusions économiques	35
Méthodologie et l'équipe de recherche	36



Qu'entendons-nous par 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.

NOTE : Le marché immobilier n'est pas inclus dans le sondage sur l'économie de seconde main.

Quel est l'impact global de l'économie de seconde main ?

Il est difficile de s'imaginer que l'économie de seconde main peut avoir un grand impact. Pourtant, il y en a bel et bien un. Il suffit d'observer le volume de transactions, dont certaines sont considérables.

Même si l'économie de seconde main est une source significative d'activité économique au Canada, elle n'est pas mesurée de façon officielle dans les calculs du produit intérieur brut (PIB). Par conséquent, l'étude qui sert à la rédaction de ce rapport est le calcul le plus complet qui existe.

Selon les résultats de l'étude de cette année, l'ensemble du marché de seconde main au Canada est estimé à :

29 **MILLIARDS \$** **en 2016** CONTRE **28** **MILLIARDS \$** **en 2015**

Ce montant est équivalent à

**1,4 % PIB
DU CANADA.¹**

De plus, il est presque égal au PIB de Terre-Neuve-et-Labrador² (30,1 milliards \$ en 2015).

Cette estimation tient compte seulement de l'effet direct de l'économie de seconde main. Les économistes peuvent aussi calculer les effets indirects en utilisant le multiplicateur de réutilisation de revenus, qui estime le montant d'activité économique que chaque dollar additionnel dépensé peut générer. Le consensus parmi les économistes canadiens est que la valeur du multiplicateur se situe aux alentours de 1,2 à 1,3. Multiplier ces valeurs par la taille du marché de seconde main donne une estimation de :

35 À 38 MILLIARDS \$

d'impact économique dans son ensemble (direct et indirect).

Cette activité économique additionnelle soutient aussi des emplois, qui peuvent être estimés par un calcul simple basé sur la valeur économique moyenne de chaque travailleur au Canada. Un travailleur produit actuellement une moyenne de 112 000 \$³, selon le ratio du PIB au nombre total de travailleurs. L'activité économique du marché de seconde main est alors associée à :

315 000 À 341 000 EMPLOIS.

Ces emplois doivent leur existence à l'économie de seconde main.

¹ Selon l'estimation de Statistiques Canada du PIB total annuel de 2034 milliards \$ provenant des données du troisième trimestre de 2016.

² <http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l02/cst01/econ41-fra.htm>

³ Pour obtenir une estimation du nombre d'emplois reliés à l'économie de seconde main, nous avons commencé par déterminer que chaque emploi dans l'économie canadienne correspond à environ 112 000 \$. Ce chiffre a été obtenu en divisant le PIB par le nombre de travailleurs au Canada. Le PIB provient de Statistiques Canada CANSIM tableau 380-0063. Le nombre total de travailleurs en septembre 2016 était, selon CANSIM tableau 282-0001 de Statistiques Canada, de 18 212 100. En divisant un par l'autre, cela nous donne: 2 034 232 000 000/18 212 100 = 111 696,73 \$ par travailleur.

Quelle est la participation des Canadiens à l'économie de seconde main ?

Quelques données associées à l'économie de seconde main

82 %

des Canadiens ont échangé au moins un bien dans l'économie de seconde main.

73 %

des 82 % des Canadiens qui ont participé à l'économie de seconde main ont acquis au moins un bien d'occasion.

69 %

des 82 % des Canadiens qui ont participé à l'économie de seconde main ont délaissé au moins un bien.

31 %

des Canadiens auraient acheté un produit neuf si le produit seconde main n'avait pas été disponible.

1,9

MILLIARD

de biens ont eu une seconde vie en 2016.

1 037 \$

Gains moyens réalisés par personne en vendant des biens de seconde main.

843 \$

Économies moyennes réalisées en achetant des biens d'occasion plutôt que neufs.

53 %

des Canadiens font des achats de tous les jours avec l'argent économisé grâce à l'économie de seconde main.

«L'Indice d'intensité»

La mesure clé quant à la participation des Canadiens dans l'économie de seconde main est «l'Indice d'intensité». Celui-ci mesure l'élément de base de l'économie de seconde main : la quantité de biens l'adulte canadien moyen (âgé de 18 ans et plus) acquiert et délaisse dans une année au moyen de dons, achats, ventes, échanges ou autres transactions.

INCIDE D'INTENSITÉ 2016



L'indice général a connu une croissance de 1 par rapport au chiffre de 77 de 2015, ce qui peut sembler modeste, mais ceci représente une croissance de 30,4 millions de biens. Le nombre moyen de produits acquis a chuté de 2,6 tandis que le nombre moyen de produits délaissés a augmenté de 3,6. Les graphiques 1 et 2 (p. 10) illustrent la proportion de chaque pratique d'acquisition dans l'économie de seconde main. Malgré une légère baisse par rapport à l'an passé, les achats demeurent la pratique la plus utilisée pour acquérir des biens de seconde main, représentant 43,3 % des transactions et un indice d'acquisition de 15,2. D'autre part, les graphiques 3 et 4 (p. 11) montrent que quand les Canadiens souhaitent se départir de biens, ces derniers préfèrent les dons, correspondant à 62,6 % de toutes les transactions de délaissement.

Cela veut dire que, dans l'économie de seconde main, les dons (36,9), ainsi que les achats/ventes de seconde main (25,9) prévalent encore de façon significative comparés aux locations/emprunts (8,5) et aux échanges (6,8).

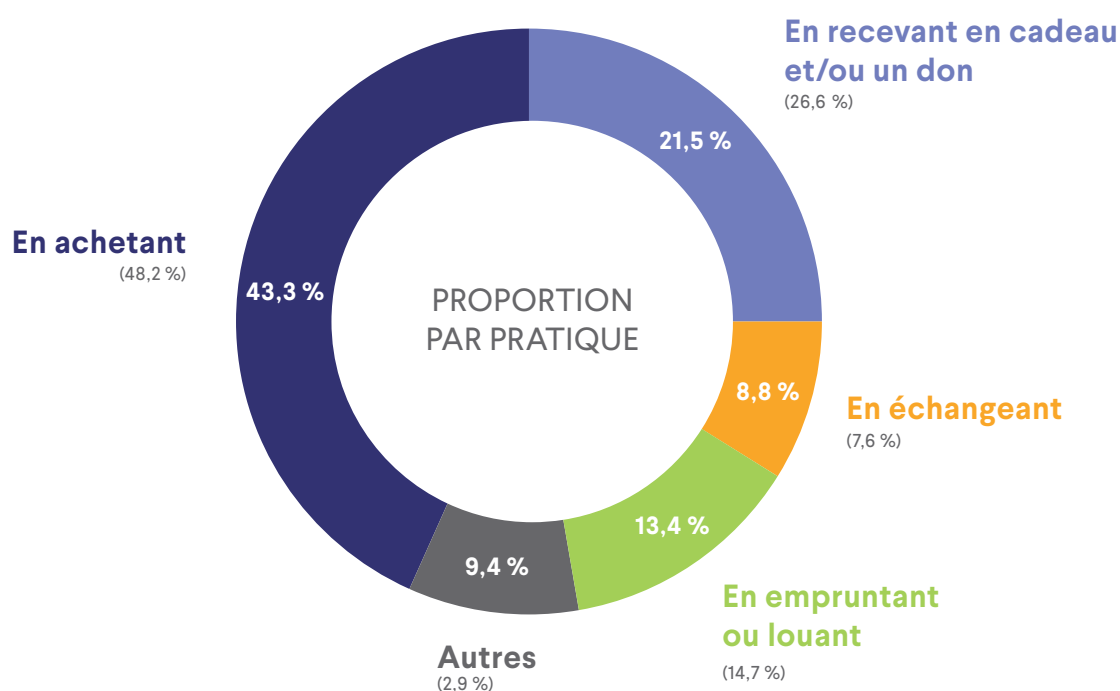
En extrapolant les données à l'ensemble de la population canadienne âgée de 18 ans et plus, il s'avère qu'en 2016, les Canadiens ont accordé une seconde vie à un total de :

1,9 MILLIARD DE BIENS
(1 879 300 000)

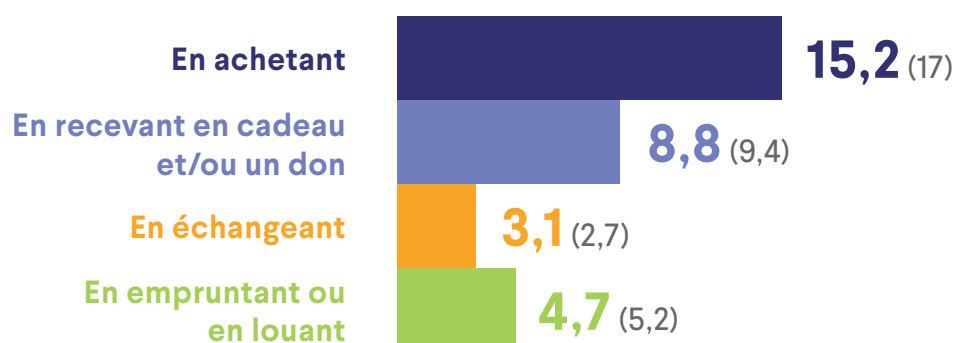
De quelle façon est-ce que les Canadiens acquièrent des biens de seconde main ?

(année précédente entre parenthèses)

Graphique 1. Proportion des transactions d'acquisition par pratique



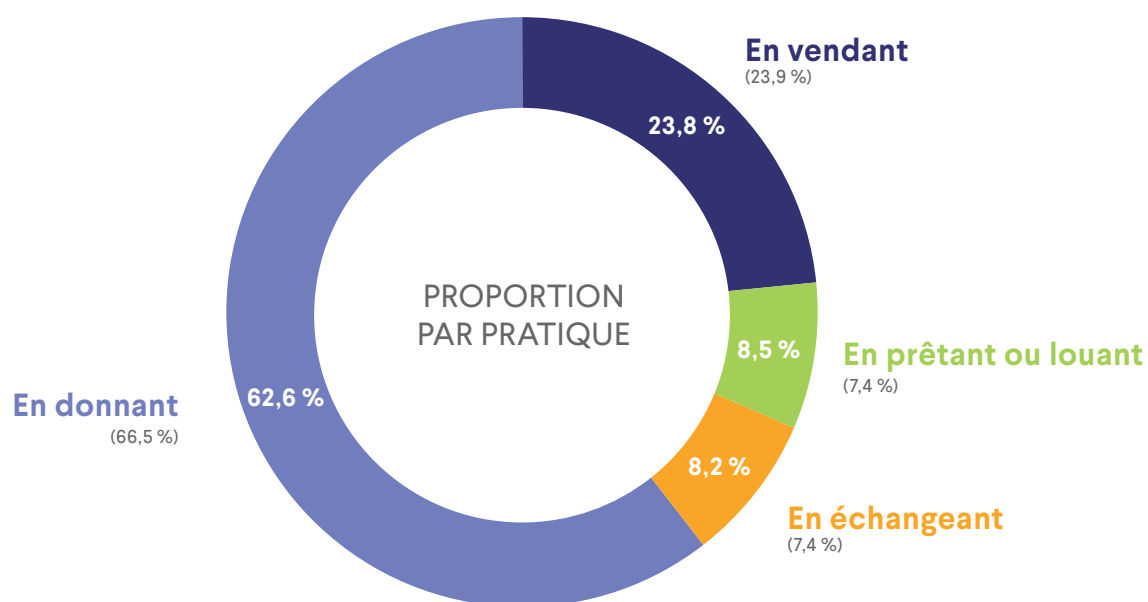
Graphique 2. Indice d'acquisition par pratique



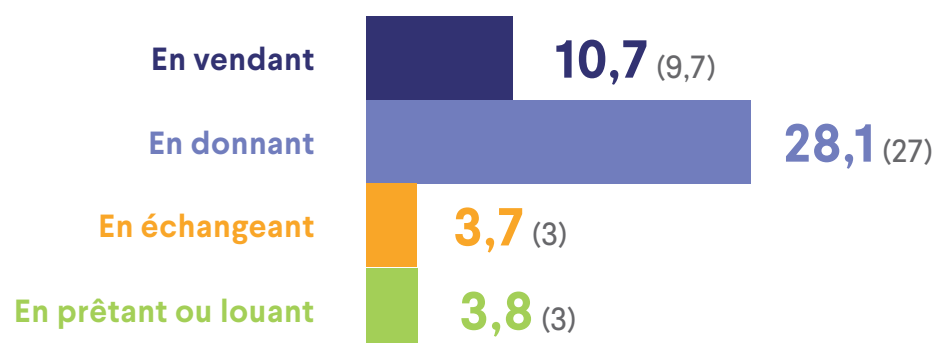
De quelle façon est-ce que les Canadiens se départissent de biens de seconde main ?

(année précédente entre parenthèses)

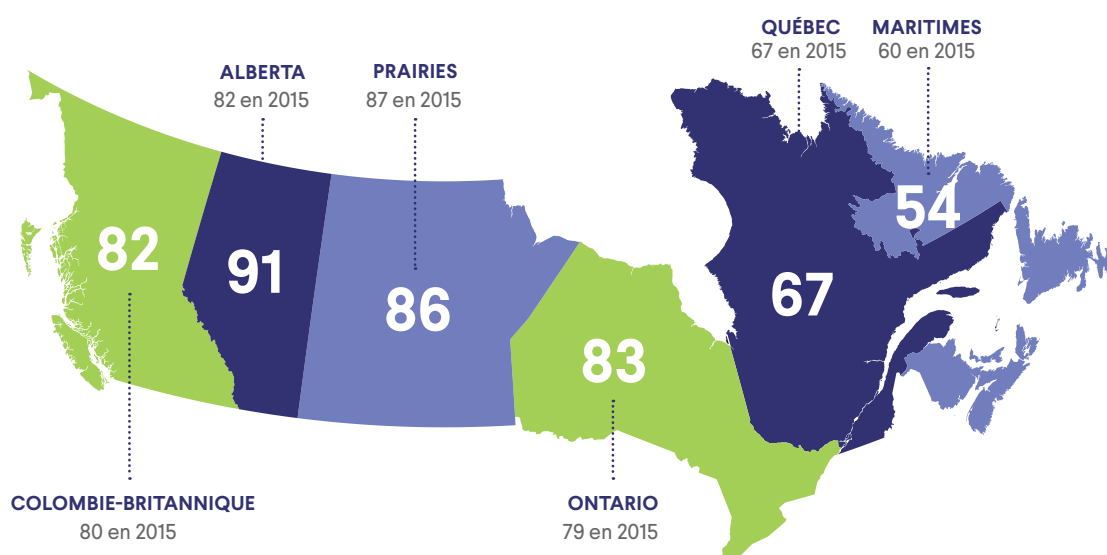
Graphique 3. Proportion de transactions de délaissement par pratique



Graphique 4. Indice de délaissement par pratique



Quelles sont les différences régionales ?



En 2016, 82 % des Canadiens ont participé à une forme de transaction de seconde main (monétaire ou non monétaire), 73 % d'entre eux ont acquis au moins un bien de seconde main et 69 % ont délaissé un bien ou plus de seconde main.

Comme le montre la carte ci-dessus, l'Alberta est la région la plus active dans l'économie de seconde main avec un indice d'intensité de 91, qui est 68 % plus élevé que celui des Maritimes ayant l'indice d'intensité le plus faible (54), suivi par le Québec (67). En effet, suite à une augmentation marquée des pratiques de seconde main des Québécois de 2014 à 2015, l'indice est demeuré stable en 2016, ayant la deuxième note la moins élevée. Grâce aux indices relatifs à ces deux régions, nous observons qu'il y a une division nette est-ouest dans les niveaux d'activité commençant à la frontière entre le

Québec et l'Ontario. Tout comme en 2014 et 2015, l'Alberta et les Prairies restent les plus actives dans l'économie de seconde main puisqu'elles occupent respectivement les 1^{re} et 2^e positions.

En observant séparément les indices d'acquisition et de délaissement, nous pouvons observer que l'Aberta a aussi l'indice d'acquisition le plus haut (41) et que son indice de délaissement (50) est légèrement inférieur à celui des Prairies (52). Ayant l'indice d'intensité le plus bas, c'est sans surprise que les Maritimes affichent à la fois l'indice d'acquisition et de délaissement le plus faible. Autre fait intéressant, le Québec est la province ayant la plus petite différence

proportionnelle entre son indice d'acquisition et son indice de délaissement. Ceci indique que malgré un niveau d'activité dans l'ensemble relativement faible, les Québécois sont beaucoup plus disposés à adopter les deux comportements d'acquisition et de délaissement de biens par rapport à ailleurs, où les gens sont beaucoup plus enclins à délaisser qu'acquérir.

Différences régionales par type de pratiques d'acquisition/de délaissement

Les tableaux 1.1 et 1.2 dressent le portrait complet des pratiques d'acquisition et de délaissement par région, en détaillant les indices d'intensité régionaux par type de pratiques.

Tableau 1.1 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
			Achat de seconde main	Réception de dons	Échanges	Emprunts ou locations	
Note moyenne		78	15,2	8,8	3,1	4,7	31,7
Région de résidence	Colombie-Britannique	81,5	16,7	7,6	1,8	3,7	29,9
	Alberta	90,5	17,2	12,4	3,8	7,1	40,5
	Prairies	86,4	15,6	9,3	4,1	5,6	34,6
	Ontario	82,9	15,2	8,4	3,7	4,3	31,7
	Québec	67	14	9,1	2,6	4,9	30,7
	Maritimes	53,8	13,5	5	1,2	2,5	22,2

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 1.2 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
			Reventes	Dons	Échanges	Prêts ou locations	
Note moyenne		78	10,7	28,1	3,7	3,8	46,3
Région de résidence	Colombie-Britannique	81,5	14,8	29,8	4,7	2,3	51,7
	Alberta	90,5	11,7	29,9	3,4	5,1	50,1
	Prairies	86,4	13,3	35,5	0,9	2,1	51,8
	Ontario	82,9	11,4	28,6	6	5,2	51,3
	Québec	67	7,4	24,7	1,3	2,9	36,4
	Maritimes	53,8	6,1	23,4	0,7	1,3	31,5

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.

Expliquer les différences régionales

Avec trois années de données de l'Indice Kijiji de l'économie de seconde main maintenant disponibles, il est dorénavant possible de réaliser une analyse statistique encore plus poussée, avec suffisamment de points de comparaison, afin de mieux comprendre les différences interprovinciales et découvrir les tendances potentielles qui propulsent l'économie de seconde main. Ainsi, les données de l'ensemble de l'Indice Kijiji ont été observées, par région et sur trois ans, contre quatre variables macroéconomiques indiquant l'état et la force de l'économie : le taux de chômage, le revenu réel par travailleur, le taux d'inflation et la mise en chantier par habitant, reflétant les nouvelles constructions.

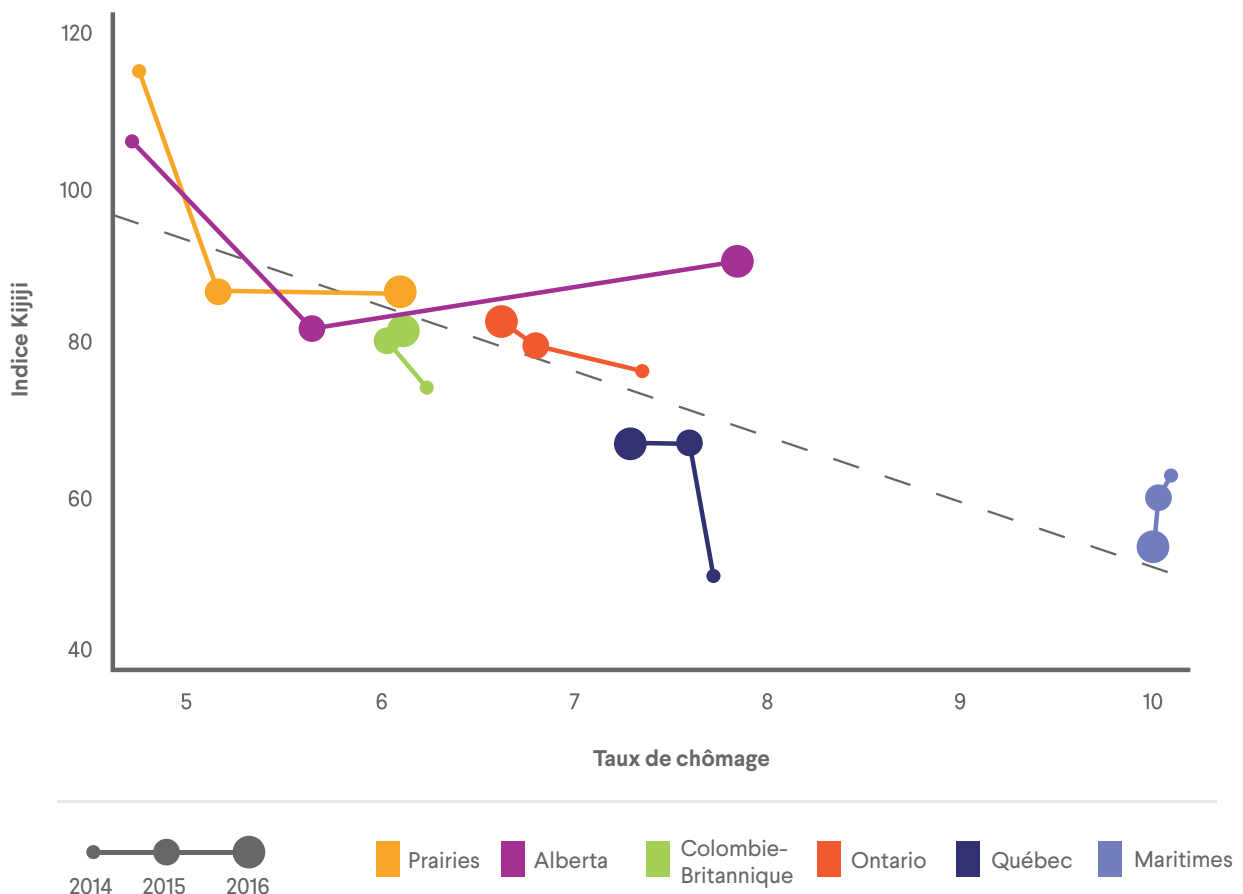
Les régions sont : les Maritimes (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador), le Québec, l'Ontario, les Prairies (Manitoba et Saskatchewan), l'Alberta et la Colombie-Britannique, fournissant six points de données sur trois ans, ou 18 observations. D'intéressantes corrélations ont été trouvées lorsque les données de l'indice d'intensité de chaque région des trois dernières années ont été comparées selon le taux de chômage et les revenus réels de chaque région.

Comme le démontrent les graphiques 5 et 6, il y a un lien clair entre la force de l'économie et les activités de l'économie de seconde main (l'indice d'intensité). Plus le taux de chômage est bas et que le revenu réel est haut, plus l'indice est élevé. En d'autres mots, les pratiques de seconde main diminuent lorsque le taux de chômage augmente. Similairement, l'activité dans l'économie de seconde main augmente lorsque les revenus réels augmentent.

De façon générale, on peut conclure qu'une forte économie conventionnelle est liée à une plus grande activité dans l'économie de seconde main.

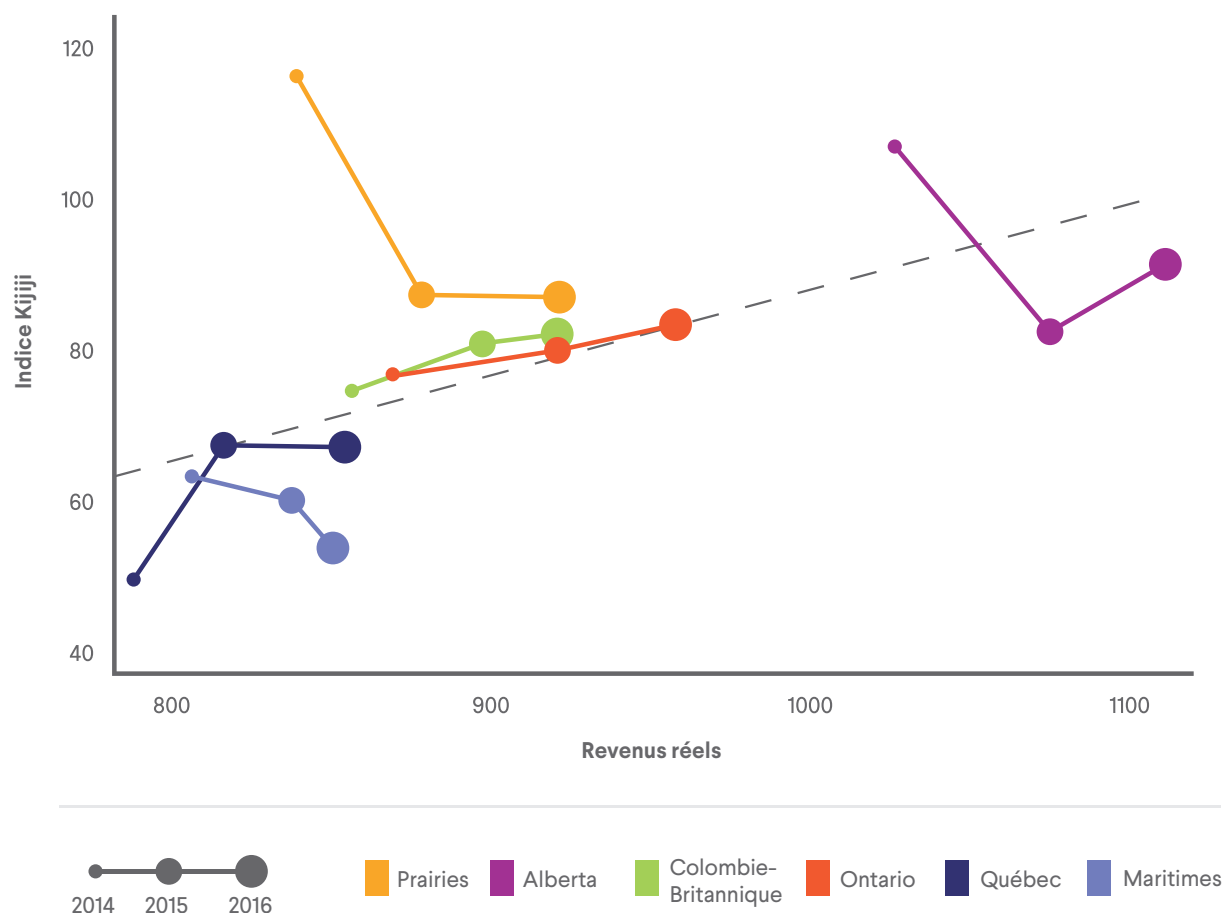
Bien que cette relation démontre des corrélations, et non un effet de causalité, force est de constater que plus les gens travaillent et que leurs revenus sont élevés, plus ils utilisent l'économie de seconde main, que ce soit pour acquérir ou délaissier des biens (en effet, les analyses peuvent être faites de façon séparée pour l'indice d'acquisition ou de délaissier avec peu de différences). Les données démontrent que lorsque le taux de chômage augmente d'un point de pour cent, il est probable que les gens de la région fassent l'acquisition ou délaissent huit articles de moins en moyenne sur le marché de seconde main. De même, si les revenus mensuels augmentent de 100 \$, chaque personne fera l'acquisition ou délaissiera environ 10 articles additionnels dans l'économie de seconde main.

Graphique 5. L'Indice Kijiji et le taux de chômage, par région



Le graphique 5 illustre la relation entre les activités de l'économie de seconde main et le taux de chômage par région. Une couleur a été attribuée à chaque région et les variations entre les années ont été représentées par des points, le plus petit pour l'année 2014 et le plus gros pour 2016.

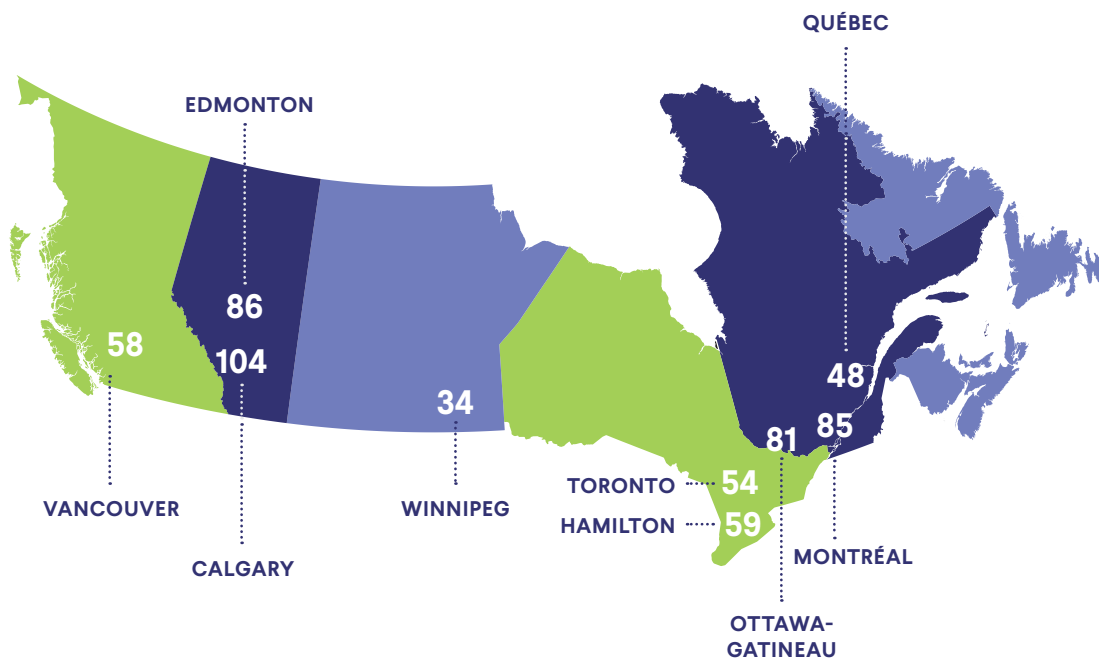
Graphique 6. L'Indice Kijiji et les revenus mensuels réels, par région



Le graphique 6 présente la relation entre les activités de l'économie de seconde main et les revenus réels par région. Une couleur a été attribuée à chaque région et les variations entre les années ont été représentées par des points, le plus petit pour l'année 2014 et le plus gros pour 2016.

Est-ce que différentes villes ont des pratiques de seconde main différentes?

Pour la deuxième année, l'étude de l'Indice Kijiji de l'économie de seconde main a été conçue pour examiner les résultats des grandes villes du Canada, comme montré sur la carte ci-dessous, avec les indices d'intensité rapportés pour chacune. Les indices dans les grandes villes confirment que, contrairement aux préconceptions communes, la consommation de seconde main n'est pas un phénomène principalement urbain⁴. En fait, l'indice général d'intensité des grandes villes est de 68 (contre 71 en 2015) comparativement à 91 pour les autres villes canadiennes des répondants de ce sondage (incluant les villes de tailles moyennes et petites et les milieux ruraux) et 78 pour la moyenne nationale.



NOTE : Dans cette étude, une grande ville est définie par une population totale d'au moins 100 000 personnes, desquels au moins 50 000 ou plus habitent le centre urbain, où au moins 50 % des résidents de la ville travaillent dans le centre urbain, ou alors, au moins 50 % des travailleurs de la ville habitent le centre urbain.

⁴ 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.

Il est intéressant de constater que malgré le fait que le Québec soit parmi les provinces les moins actives au pays, les Montréalais semblent participer plus à l'économie de seconde main. Ils sont, en fait, encore plus actifs que l'an dernier, avec un indice ayant grimpé de 78 à 85 (7 points), gardant ainsi la position de Montréal parmi le top trois des villes les plus actives à travers le pays (derrière Calgary : 104 et Edmonton : 86).

Calgary, avec l'indice d'intensité le plus élevé, reflète la position de l'Alberta comme région avec le plus grand indice (91) et surpasse le taux de la province tout entière. De façon générale, les indices des villes ne reflètent pas les indices de leurs provinces respectives. L'indice d'Edmonton est plus faible que pour le reste de la province et l'indice de Winnipeg, le plus faible parmi les grandes villes, est beaucoup plus faible que le 86 pour toute la région des Prairies.

Il y a diversité parmi les trois villes de l'Ontario, avec Toronto et Hamilton relativement faible par rapport à l'indice général de l'Ontario de 83 tandis qu'Ottawa-Gatineau (81), qui chevauche deux provinces, a un indice similaire à celui de tout l'Ontario.

Certaines tendances à noter incluent :

- Montréal (avec un total de 85 c. 78 en 2015) préfère surtout les achats de seconde main (15) et les dons (33).
- Bien que Montréal et Edmonton aient des scores d'indices totaux similaires, Montréal surpasse Edmonton dans l'acquisition par échange (5 c. 1,4), mais Edmonton surpasse Montréal dans l'acquisition par don (14,1 c. 9,2).
- Les résidents de Calgary donnent une deuxième vie à 104 biens, qui est le plus grand nombre parmi toutes les villes et toutes les régions.
- Edmonton (86) a le plus grand indice parmi les villes moyennes-large, un reflet du dynamisme général de l'Alberta dans l'économie de seconde main.
- Winnipeg (34) a vu une diminution importante de son indice d'intensité, une chute de 38 par rapport à 2015, le plaçant loin derrière toutes les autres villes importantes.
- Les résidents d'Ottawa-Gatineau ont eu une très forte croissance (24 points) de leur indice d'intensité passant de 57 à 81.
- Les résidents de Toronto (54), de la ville de Québec (48) et de Winnipeg (34) sont les moins actifs dans l'économie de seconde main. Bien que les résidents de la ville de Québec n'affichent plus le score le plus bas parmi les villes, leurs pratiques de seconde main ont chuté de 52 à 48 (4 points).

Les résultats de cette année permettent une meilleure compréhension de la relation entre la taille d'une ville et les pratiques de seconde main, alors que l'an passé, une relation négative avait établie entre les deux. Cette année, les résultats indiquent que les pratiques de seconde main sont d'intensité relativement moyenne dans les grandes villes, avec quelques exceptions comme Calgary, et plutôt en bas de la moyenne dans les villes de taille moyenne, particulièrement à Winnipeg. La propension à participer à l'économie de seconde main augmente de façon encore plus significative dans les petites villes et autres municipalités et est à son plus haut niveau dans les milieux ruraux. Il y a plusieurs pratiques qui peuvent expliquer cette disparité :

- Les échanges afin de se départir de biens sont beaucoup plus fréquents dans les petites villes (29) et les milieux ruraux (11) par rapport à la moyenne canadienne (4).
- Bien qu'ils ne soient pas aussi nombreux, la location ou le prêt de biens (12 c. 4 en moyenne) ainsi que les dons de biens (37 c. 28 en moyenne) sont presque aussi fréquents dans les zones rurales.

Différences parmi les villes selon le type de pratiques d'acquisition/de délaissement

Ci-dessous, les tableaux 2.1 et 2.2 répartissent les indices d'intensité des villes par type d'acquisition et de délaissement.

Tableau 2.1 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
			Achat de seconde main	Réception de dons	Échanges	Emprunts ou locations	
Note moyenne		78	15,2	8,8	3,1	4,7	31,7
Ville de résidence	Vancouver	58,3	12,2	7,6	2	4,2	25,9
	Calgary	103,5	19,5	12,4	4	8,3	44,3
	Edmonton	85,9	15,5	14,1	1,4	8,6	39,5
	Winnipeg	34,3	7,5	5,3	0,7	2,7	16,1
	Hamilton	58,8	13,9	5,6	1,5	2,2	23,3
	Toronto	54,2	11,3	6,2	2,6	4	24
	Ottawa-Gatineau	80,5	13,4	13,9	1	4,4	32,7
	Montréal	84,7	15,2	9,2	5	6,1	35,5
	Québec	48,4	9,7	5,4	1,2	1,9	18,2

Tableau 2.2 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
			Reventes	Dons	Échanges	Prêts ou locations	
Note moyenne		78	10,7	28,1	3,7	3,8	46,3
Ville de résidence	Vancouver	58,3	5,5	23,7	1,3	1,7	32,3
	Calgary	103,5	15,1	30	6,8	7,3	59,2
	Edmonton	85,9	6,8	34,2	1,8	3,5	46,4
	Winnipeg	34,3	3,9	13,1	0,3	0,9	18,1
	Hamilton	58,8	9,3	21,7	1,5	3	35,6
	Toronto	54,2	7,3	19,6	1,6	1,7	30,1
	Ottawa-Gatineau	80,5	11,5	32,9	1,9	1,4	47,8
	Montréal	84,7	9	33,4	1,9	4,9	49,2
	Québec	48,4	10	17,2	1,4	1,6	30,2

Quels sont les profils des acheteurs et des vendeurs de biens de seconde main⁵?

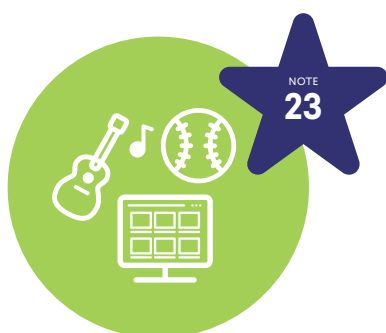


Les acheteurs les plus actifs

Artisans

Ces consommateurs vivent principalement dans des quartiers industriels très peuplés, dispersés à travers différentes villes de taille moyenne. Ils ont un revenu familial dans la moyenne et prennent plaisir à socialiser avec les gens de leur communauté. Ils sont très actifs dans les achats de seconde main avec leur indice de 26, 11 points au-dessus de la moyenne nationale (15).

- Célibataires, couples et familles monoparentales.
- Ils habitent des maisons individuelles ou des duplex.
- Les revenus moyens des ménages sont de 64 620 \$.
- Ils aiment le tricot, la menuiserie, l'artisanat et collectionner les monnaies et les timbres.



Citadins astucieux

Ces consommateurs font partie de ceux dont le style de vie est le moins aisé au Canada, vivant surtout au Québec dans de petits immeubles et aimant découvrir les dernières nouveautés en ligne. Ils ont un revenu bas, mais ont une soif de vivre et savent comment tirer profit des achats de seconde main comme le démontre leur indice de 23.

- Jeunes célibataires, couples et familles monoparentales.
- Les revenus moyens des ménages sont de 40 600 \$.
- Ils se rendent au travail en utilisant le transport en commun ou en marchant de leurs appartements.
- Ils apprécient les activités culturelles comme les concerts, les films dramatiques et les spectacles d'humour, mais ils aiment aussi des activités physiques.

⁵ Ces profils ont été créés à la suite du croisement des données du sondage réalisé par MBA Recherche et celles de Prizm5 d'Environics Analytics. Ces profils portent uniquement sur les pratiques d'achats et de ventes de seconde main.



Les acheteurs les moins actifs

Urbains audacieux

Ces consommateurs sont les plus urbains de tous. Ils habitent surtout dans de grands immeubles au centre-ville de Toronto et de Montréal. Bien qu'ils soient des consommateurs consciencieux, ils sont parmi les moins actifs quant aux achats de seconde main avec un indice de 7.

- Jeunes célibataires technophiles.
- Les revenus moyens des ménages sont de 105 803 \$.
- Ils se procurent les dernières tendances modes et plus récents gadgets technos en ligne.
- Ils mènent des vies sociales actives que ce soit en allant danser, prendre un verre ou assister à des festivals de films et de gastronomie et de vins.
- Ils sont très impliqués dans leur communauté.



Familles épcuriennes

Ces consommateurs ont un des styles de vie en banlieue les plus aisés et sont connus pour leur grande famille où plus de 40 % comptent quatre personnes ou plus. Ils aiment magasiner dans les boutiques haut de gamme et les magasins à grande surface. Ils sont peu actifs dans les achats de seconde main avec un indice de 9.

- Familles de banlieue d'âge mûr avec des enfants âgés de 10 à 25 ans.
- Les revenus moyens des ménages sont de 169 740 \$.
- Ils mènent des styles de vie prospères, sont membres de clubs de golf et centres sportifs, et ils assistent à des événements sportifs professionnels.
- Ces familles investissent dans des actions et des fonds communs de placement.



Les vendeurs les plus actifs

Jeunes économistes

Ces consommateurs vivent principalement dans des quartiers de Toronto et autres grandes villes et représentent le groupe ayant le plus de familles monoparentales (35 %) à travers le pays. Ils ont de grandes difficultés à joindre les deux bouts. Une solution qu'ils ont trouvée pour faire plus d'argent est de vendre des biens de seconde main comme le démontre leur impressionnant indice de 76, ce qui est 65 points au-dessus de la moyenne nationale (11).

- Jeunes familles monoparentales, technophiles.
- 30 % d'entre eux parlent une autre langue que l'anglais ou le français à la maison.
- Les revenus moyens des ménages sont 45 813 \$.
- Ils fréquentent les parcs d'attractions, les patinoires et les musées avec leurs enfants.



Banlieusards prospères

Ces consommateurs font partie du segment de la population de banlieues la plus aisée, vivent dans les banlieues de villes comme Calgary, Vancouver et Ottawa. Ils ont de grandes familles, habituellement avec des adolescents ou des enfants d'âge universitaire, et ont compris les avantages de vendre des biens de seconde main avec leur indice de 45.

- Couples d'âges mûrs et plus vieux, à deux revenus, avec des adolescents et des enfants d'âge universitaire.
- Les revenus moyens des ménages sont 190 797 \$.
- Ce sont des professionnels établis.
- Ils aiment assister à des spectacles de ballet et d'opéra, à des festivals de musique, et fréquentent les galeries d'art.



Les vendeurs les moins actifs

Globe-trotters raffinés

Ces consommateurs ont le second style de vie le plus aisée et vivent dans les grandes villes du Canada et leurs environs. Ils ont des voitures haut de gamme, aiment voyager aux quatre coins du globe et ne sont pas actifs dans la revente de biens de seconde main avec un indice de 2.

- Couples aisées et raffinés d'âges mûrs et plus vieux, avec des enfants allant de la préadolescence jusqu'au début de la vingtaine.
- Les revenus moyens des ménages sont 252 898 \$.
- Ils fréquentent les soupers-théâtre et les concerts de musique populaire et rock.
- Ils aiment voyager à l'international, mais ils apprécient aussi les complexes hôteliers offrant des vacances tout inclus, plus appropriés pour leur famille.



Familles actives

Ces consommateurs ont un style de vie qui est partagé par une grande majorité de la population canadienne. Ils vivent dans de nouvelles banlieues aux environs des grandes villes, emplacement parfait pour élever leur jeune famille. Bien qu'ils aient de jeunes enfants d'âge préscolaire, ils ne sont pas vraiment actifs dans la vente d'objets avec un indice de 3.

- Jeunes familles dont la moitié d'entre eux ont des enfants en bas de 10 ans.
- Les revenus moyens des ménages sont 137 742 \$.
- Ils participent à de nombreux sports d'équipe comme le baseball, basketball, hockey et soccer.
- Leurs maisons sont remplies d'une panoplie d'ordinateurs et d'équipement électronique, incluant des consoles de jeux vidéo et des tablettes.

Quels sont les biens les plus couramment échangés sur le marché d'occasion ?

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



Proportions de toutes les transactions de seconde main, par catégorie

Ce qu'il faut savoir à propos des biens qui sont acquis et délaissés :

- Le top quatre des catégories de biens demeure inchangé de 2015 à 2016, mais la cinquième position a changé cette année avec « Articles de loisirs et d'artisanat » qui remplace « Articles de maison et de décoration intérieure/extérieure ».
- Pour les biens acquis seulement, le top cinq des catégories est le même.
- Pour les biens délaissés seulement, « Montres et bijoux » remplace « Jeux, jouets et jeux vidéo » sur la liste, à la position no 5.
- Si les vêtements de bébé n'étaient pas séparés des vêtements en général, la catégorie combinée dominerait les échanges, comptant pour 45,2 % des biens, ou plus de 2 de tous les 5 biens acquis et délaissés.
- De façon similaire, si les catégories d'amusement « Produits de divertissement » et « Jeux, jouets et jeux vidéo » étaient combinées, ils représenteraient presque 1 sur 4 des objets totaux (23,6 %) des objets totaux acquis et délaissés.
- Une très grande quantité de vêtements est délaissée par dons.
- Beaucoup des vêtements et d'accessoires pour bébé sont donnés.
- Les produits de divertissement sont souvent donnés, comme le sont aussi les montres et bijoux.
- Les biens de loisir et d'artisanat sont presque également revendus, échangés et donnés.

De quelle façon faisons-nous nos transactions de seconde main ?

Le quart des transactions dans l'économie de seconde main (23,7 %, inférieur à 25,6 % de 2016) sont effectuées via les canaux non commerciaux — famille, amis et connaissances. Toutes les autres transactions — même lorsqu'il s'agit de donner ou recevoir gratuitement — sont faites via des canaux commerciaux.

Il y a beaucoup de canaux commerciaux potentiels différents, mais pour la troisième année consécutive, en 2016, Kijiji est la plateforme préférée pour les transactions commerciales de seconde main, autant pour les acquisitions que les délaissements. Parmi le top cinq des canaux commerciaux, seule Kijiji n'a pas vu de diminution dans le pourcentage de transactions commerciales de seconde main dans lesquelles elle fait affaire.

Kijiji a une plus grande part des transactions commerciales de seconde main que toutes les autres plateformes en ligne (Craigslist, eBay, Amazon, etc.) combinées.

Tableau 3. Top 10 des canaux commerciaux pour les transactions de seconde main (% de toutes les transactions commerciales de seconde main)

Canaux	%
Kijiji	20,1 %
Magasins ou réseaux à vocation sociale	16 %
Friperies	9,2 %
Réseaux sociaux (avec des étrangers)	7,3 %
Ventes-débarras	6,6 %
Évènements ponctuels (excluant les ventes-débarras)	4,4 %
Autres magasins commercialisant de l'occasion	4,3 %
Craigslist	4,2 %
Sites Internet dédiés aux dons d'objets	3 %
Détaillants surtout engagés dans la vente de produits neufs	2,8 %

Autres canaux commerciaux qui ne sont pas dans le top 10⁶

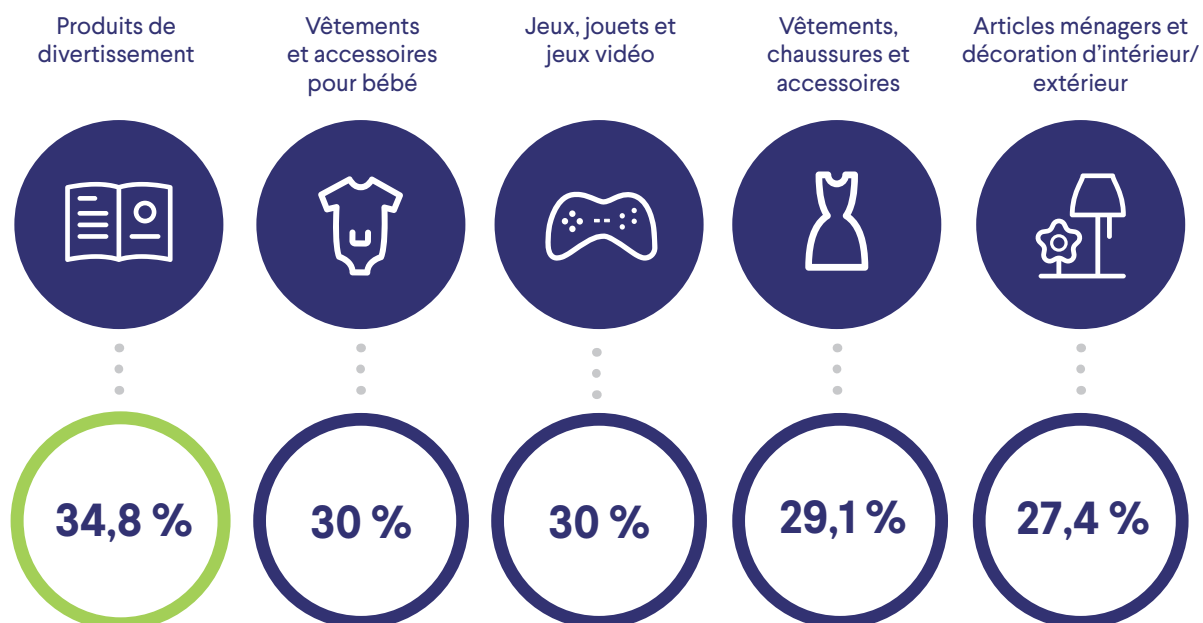
(en ordre décroissant, chacun ayant moins que 3 % de toutes les transactions commerciales)

- Entreprises/boutiques de location
- eBay
- Amazon
- Petites annonces papier
- Magasins spécialisés dans le troc et l'échange
- Magasins commercialisant de l'occasion
- Sites de location et de prêt entre particuliers
- LesPAC (au Québec seulement)
- Autres sites de petites annonces
- Sites de troc ou d'échange
- Auto Trader
- Dépôts-ventes
- Auto Hebdo
- Autres sites Internet spécialisés

⁶ L'étude comprend aussi les canaux non commerciaux : famille, amis ou connaissances, Objets trouvés en bordure de rue, Associations et OSBL.

Quels sont les biens préférés de seconde main avant tout ?

Parmi cinq catégories différentes de biens, voici comment les consommateurs indiquent leurs préférences pour l'acquisition de seconde main, selon une cote de 0 % (« toujours neuf ») à 100 % (« toujours seconde main »).

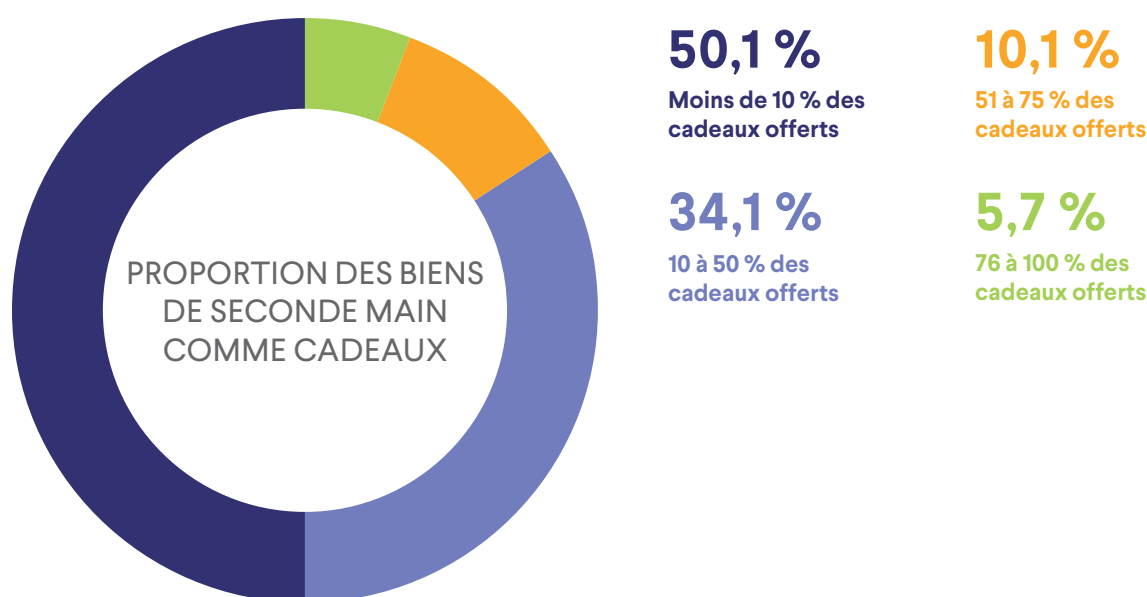


Est-ce que les biens de seconde main sont donnés en cadeau ?

Est-il socialement acceptable de donner un bien de seconde main en cadeau ? Certainement, puisque plus du quart (27,1 %) des Canadiens disent qu'ils ont donné un bien de seconde main en cadeau au cours des 12 derniers mois. Cela peut paraître surprenant pour ceux qui pensent que les biens de seconde main sont seulement les vêtements usagés ou des petits articles trouvés aux ventes de débarras, mais moins surprenant pour ceux qui considèrent les plus gros articles, les objets du patrimoine familial, les articles de grande importance personnelle et d'autres du genre.

Par contre, comme le graphique ci-dessous le montre, les biens de seconde main représentent une petite partie de tous les cadeaux achetés en un an. Parmi ceux qui ont donné un bien de seconde main en cadeau, la moitié (50,1 % ou 13,5 % de tous les Canadiens) ont donné des articles de seconde main pour moins de 10 % des cadeaux qu'ils ont offerts dans la dernière année, tandis que seulement 15,8 % (ou 4,3 % de tous les Canadiens) l'ont fait pour plus de la moitié de leurs cadeaux.

Graphique 7. La proportion des biens de seconde main comme cadeaux parmi ceux qui en ont donné l'an passé



Qu'est-ce qui motive la participation à l'économie de seconde main ?

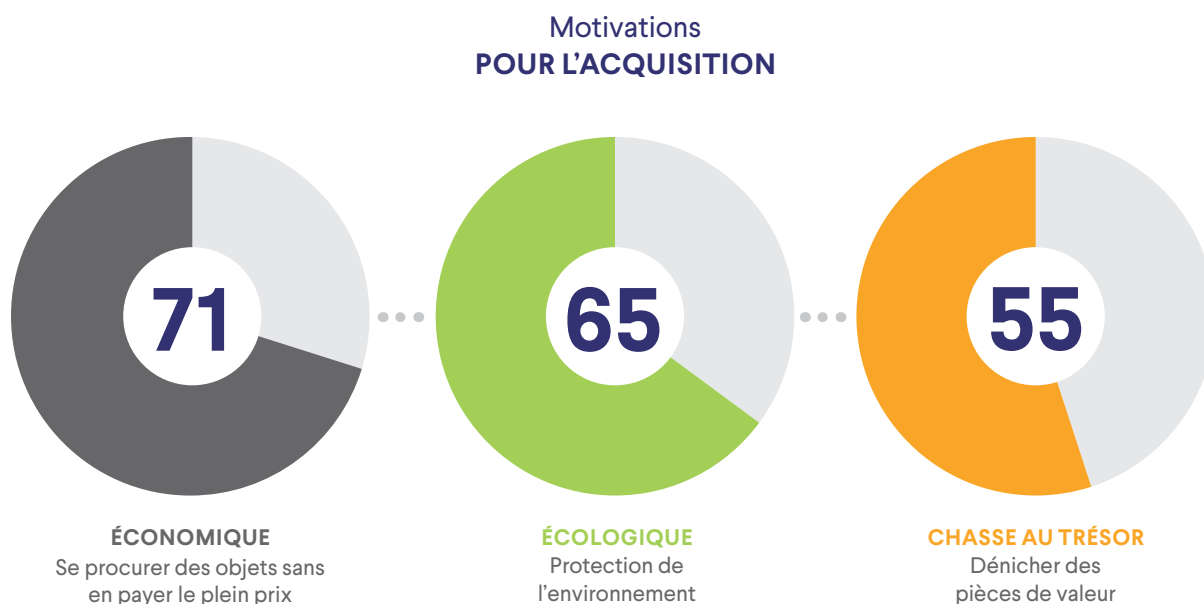
Les Canadiens s'impliquent dans l'économie de seconde main pour diverses raisons, qui varient selon leur volonté d'acquérir ou de délaissier des biens.

Lors de l'acquisition des biens, la motivation principale est économique — pour économiser de l'argent (73 %), pour avoir une bonne aubaine (68 %) ou pour acheter une plus grande quantité pour le même prix (64 %). La deuxième motivation est écologique — pour aider à recycler les articles non désirés d'autrui (58 %), protéger l'environnement (55 %) ou réduire les déchets (55 %). La troisième raison est la joie que procure une chasse au trésor — trouver par hasard un article précieux (44 %) ou un article unique en son genre (43 %), ou même tout simplement le plaisir de chercher des objets rares (39 %).

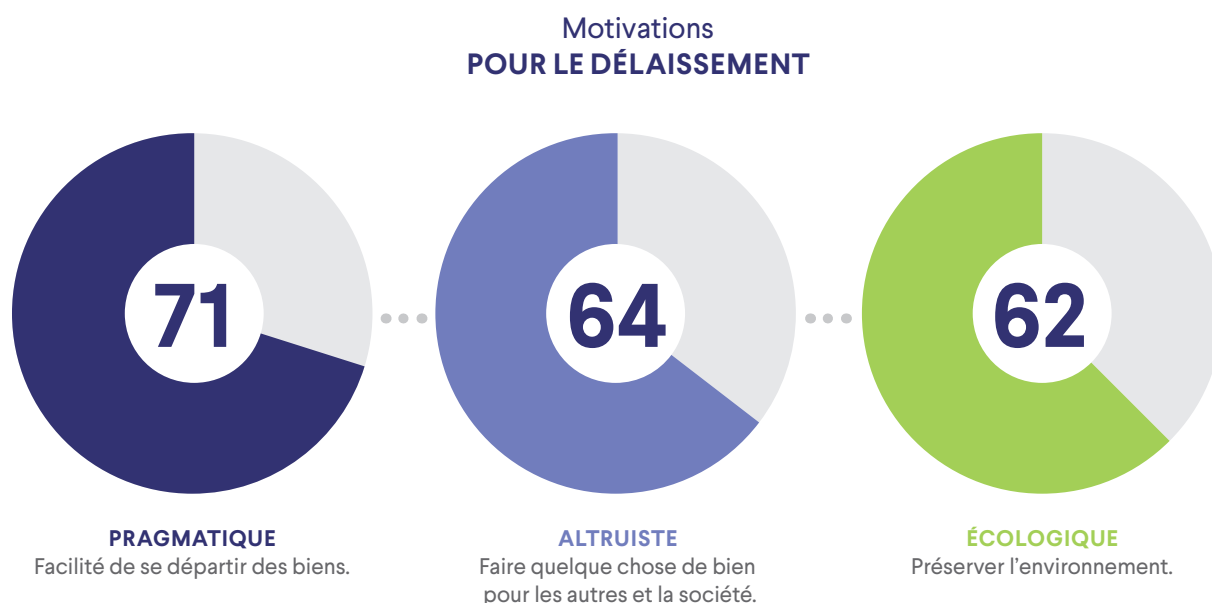
Les autres motivations pour l'acquisition de biens de seconde main sont, par ordre d'importance :

- **Réparation** : réparer les articles qui peuvent redevenir utiles ou qui ont une histoire.
- **Anti-commercialisme** : éviter les prix trop élevés des biens neufs ou de grands détaillants.
- **Nostalgie** : amour des articles vieux ou historiques ou ceux rattachés à une culture ou une religion.
- **Besoin de singularité** : être unique ou faire une déclaration par rapport à la consommation de masse.
- **Sociale** : rencontrer et interagir avec d'autres qui achètent et vendent.

Graphique 8. Les motivations pour l'acquisition de biens de seconde main (sur un indice de 100)



Graphique 9. Les motivations pour le délaissement de biens de seconde main (sur un indice de 100)



Lors du délaissement des biens, la motivation principale est pragmatique — pour se départir de choses qui ne sont plus utiles (66 %) ou de valeur pour soi (66 %) ou pour économiser de l'espace (66 %). La deuxième raison par ordre d'importance est l'altruisme — pour aider les autres moins fortunés (60 %), aider la société (50 %) ou permettre à d'autres de profiter des choses (53 %). La troisième raison est écologique — pour protéger l'environnement en évitant le gaspillage/les déchets (53 %), prolonger la durée de vie des produits (53 %) ou pour aider la planète (50 %).

D'autres motivations pour délaisser les articles de seconde main sont, par ordre d'importance :

- **Économique** : pour se faire un peu d'argent pour joindre les deux bouts.
- **Plaisir** : profiter du temps passé à se débarrasser des biens.
- **Anti-commercialisme** : pour aider les autres à éviter les prix élevés et les grands détaillants.
- **Sociale** : rencontrer et interagir avec d'autres qui achètent et vendent.

Impact des changements de vie sur le comportement de seconde main

Les changements de vie ont différents impacts sur le comportement des Canadiens quant à l'acquisition ou le délaissement des biens de seconde main. Le tableau suivant montre le pourcentage de Canadiens qui ont affirmé que certains changements de vie auraient une influence positive quant à leur participation à l'économie de seconde main.

Tableau 4. L'impact de changements de vie sur les pratiques de seconde main

Changements de vie	Influence sur l'acquisition et/ou le délaissement
Baisse du revenu familial	75,2 %
Déménagement	72,7 %
Perte d'emploi	72,4 %
Divorce/séparation	66,3 %
Naissance/adoption	66 %
Mariage/nouvelle relation	58,9 %
Nouvel emploi	47,7 %
Augmentation du revenu familial	42,7 %
Personne quittant la maison familiale	42,6 %
Décès d'un proche	28,5 %

Comment est-ce que les Canadiens profitent de l'économie de seconde main ?

Un des plus gros avantages que les Canadiens reçoivent de l'économie de seconde main — et, comme décrit plus tôt, leur motivation principale pour acquérir des biens d'occasion — est d'économiser de l'argent.

Bien qu'il y ait de grandes variations entre les catégories de produits, en moyenne, dans toutes les catégories de produits, les consommateurs perçoivent qu'il faudrait payer 2,7 fois plus pour un produit neuf par rapport au produit de seconde main.



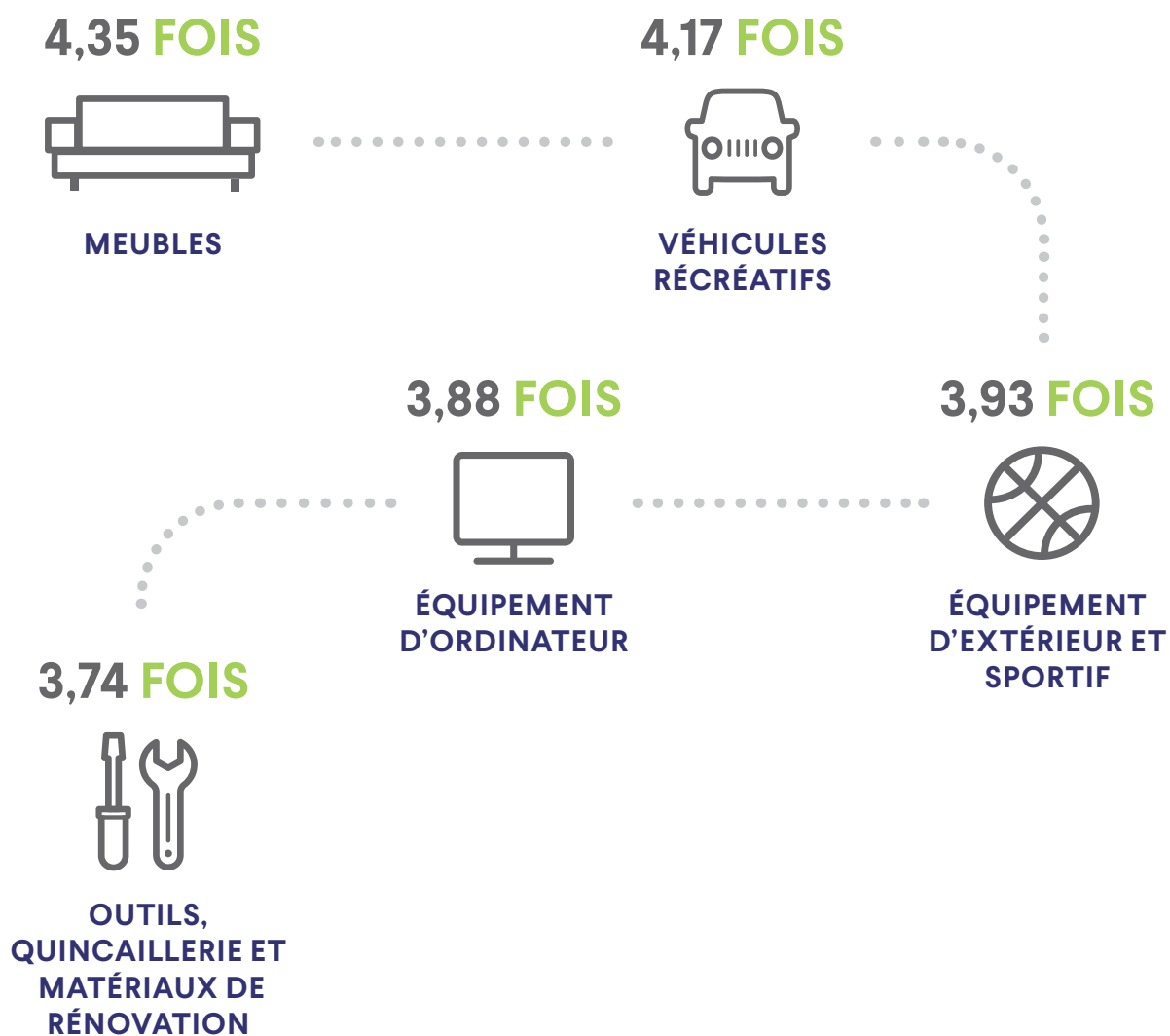
**PRIX
DU PRODUIT DE
SECONDE MAIN**



**PRIX PERÇU DU
PRODUIT NEUF ÉQUIVALENT
2,7 FOIS PLUS**

(moyenne de toutes les catégories de produits)

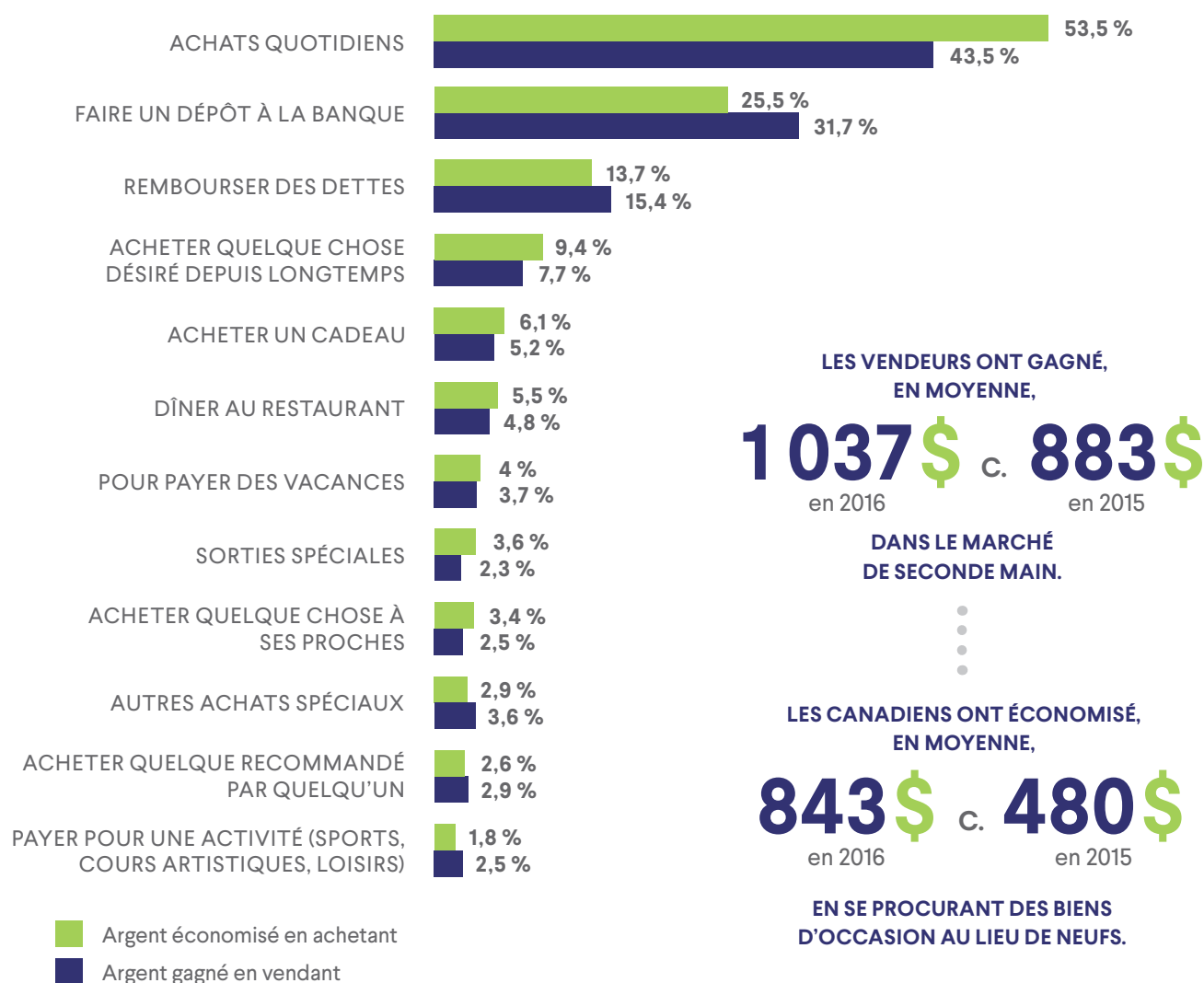
Les cinq catégories de produits ayant les plus **GRANDES** différences perçues entre le prix du produit neuf et celui d'occasion.



Que font les Canadiens avec l'argent qu'ils économisent ou gagnent ?

En moyenne, les Canadiens **ont économisé 843\$ l'année passée (+75,6 %)** lorsqu'ils ont acheté ou reçu gratuitement quelque chose de seconde main par rapport à l'achat d'un article équivalant neuf et ils **ont gagné en moyenne 1 037\$ (+17,4 %)** lorsqu'ils ont vendu quelque chose seconde main. Le trois principales choses que les Canadiens prétendent faire de cet argent économisé ou gagné sont : payer les dépenses de tous les jours, le mettre à la banque ou payer une dette.

Graphique 10. Ce que font les Canadiens avec l'argent économisé sur l'achat de seconde main ou l'argent gagné sur la revente de biens.



Quelques réflexions sur l'économie

Comme ce rapport le montre, l'économie de seconde main représente une partie significative de la vie économique au Canada. Elle est d'une importance vitale pour des milliers de Canadiens comme moyen d'améliorer leur vie et leur communauté en délaissant des biens indésirés de façon constructive, rentable et/ou socialement acceptable ou en faisant l'acquisition de biens à un meilleur prix.

La nature de l'économie de seconde main a grandement changé durant les dernières années, principalement suite à l'arrivée de la technologie, des services et des plateformes en ligne, comme Kijiji. La preuve de ces changements se trouve dans le fait que Kijiji Canada, qui a commencé ses opérations il y a seulement 12 ans, est maintenant le véhicule le plus important dans les transactions commerciales de l'économie de seconde main, et de loin, comme le confirment ces trois rapports annuels. Ces changements se manifestent aussi en regardant les rubriques de petites annonces dans les principaux journaux. Il y a vingt ans, ces sections avaient de nombreuses pages tous les jours. Maintenant, c'est à peine si elles existent.

Les changements technologiques continueront, sans aucun doute, à contribuer à l'évolution de l'économie de seconde main, aidant de plus en plus les interactions. Les services en ligne simplifient les délaissements de biens pour ceux qui veulent donner à des oeuvres caritatives ou pour trouver un acheteur prêt à payer. De plus, ils facilitent la transaction elle-même par des méthodes plus simples de paiement et offre une communication instantanée pour planifier la livraison des biens. À mesure que notre

société devient plus consciente du besoin d'utiliser nos ressources de façon maximale, la nécessité d'une économie de seconde main vibrante ne cessera de croître.

L'économie de seconde main est l'équivalent moderne de la façon dont fonctionnait celle dantan, à une époque où la société canadienne, majoritairement agricole, se fiait aux ventes individuelles, aux échanges et aux dons. Ces pratiques servaient à se procurer des biens de première nécessité, non seulement pour survivre, mais aussi bâtir fermes, entreprises et communautés. En effet, il est fort possible que notre nouvelle technologie marque le début d'une nouvelle ère où l'économie de seconde main aura un plus grand impact dans nos vies alors que nous continuons à utiliser ces nouveaux outils pour nos transactions économiques.

C'est un domaine qui vaut la peine d'être observé et étudié pour en apprendre davantage, dans la même lignée que l'Indice Kijiji de l'économie de seconde main, développé il y a de cela trois ans déjà.

De quelle façon la recherche a-t-elle été effectuée?

Un sondage a été effectué en ligne pour l'Observatoire de la consommation responsable (OCR) de l'Université de Québec à Montréal (UQAM) en partenariat avec MBA Recherche entre le 17 octobre et le 4 novembre 2016.

Les données primaires ont été collectées à partir d'un échantillon de 5 752 répondants âgés de 18 ans et plus, représentant la population canadienne. Les répondants ont été choisis parmi un panel Web pancanadien selon des critères de rétention présélectionnés tels que le genre (sexe), l'âge et le lieu de résidence. Étant donné que les réponses ont été obtenues d'un panel, le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas.

Les résultats du sondage ont révélé les comportements et habitudes des Canadiens en rapport aux pratiques de seconde main et la quantification de l'intensité réelle de ces pratiques dans 22 catégories de produits.

Les conclusions tirées dans la section des considérations économiques de ce rapport sont basées sur les résultats de sondage par rapport à la participation et la valeur économique des transactions de l'économie de seconde main. L'agrégation de ces résultats pour produire une estimation de l'ampleur de l'économie de seconde main au Canada est basée sur l'hypothèse que la valeur économique des transactions de seconde main est représentative des biens acquis et délaissés par des transactions non monétaires en plus de ceux qui sont achetés et vendus. L'objectif de cette approche était d'offrir des perspectives importantes sur l'économie de seconde main et faire la lumière sur le débat de l'interaction entre la place du marché de seconde main et du neuf.

Qui est l'équipe de recherche ?



Fabien Durif (Ph.D.)



Fabien Durif est professeur depuis 2012 au Département de marketing de l'École des sciences de la gestion (ESG) de l'Université du Québec à Montréal (UQÀM) et est vice-doyen à la recherche. 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.

Il est spécialisé dans les domaines de la consommation responsable et de l'économie collaborative. Il a publié plus de 140 d'articles, dont 36 dans des publications internationales (*Journal of Business Research*, *European Journal of Marketing*, *Journal of Consumer Marketing*, *International Journal of Sustainable Development*, *International Journal of Market Research*, *International Journal of Consumer Studies*, *Ethics and Information Technology*, *British Food Journal*). Il a également signé 108 actes de colloques dans des conférences internationales (p. ex. *Academy of Marketing Science*, *American Marketing Association*, *European Marketing Academy Conference*, *The European Institute of Retailing and Services Studies*, *Annual Business Conference Promoting Business Ethics*).

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.

Myriam Ertz (Candidate Ph.D.)



Myriam Ertz est Professeure au département de sciences économiques et administratives de l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC) depuis 2016. Elle est diplômée de l'Université de Strasbourg (BA, France), de l'Université Hogeschool de Buxelles (MS, Belgique), de l'Université

du Québec à Montréal (M.Sc.) et a déposé sa thèse comme exigence partielle du doctorat en administration des affaires, sur la consommation collaborative et les pratiques de seconde main.

Ses recherches portent sur la modélisation du choix du consommateur en mettant l'accent sur la consommation responsable, le comportement pro-environnemental et les pratiques de consommation collaborative ainsi que sur l'image de marque. Elle a publié 19 articles dans des revues de renom (*Journal of Environmental Management*, *Journal of Business Research*, *Journal of Consumer Marketing*, *Journal of International Consumer Marketing*) 2 chapitres de livres, un livre et 18 articles pour des conférences internationales (*American Marketing Association*, *European Marketing Academy*, *Academy of Marketing Science*, *Administrative Sciences Association of Canada*, *Association Française du Marketing*).

Elle est chercheuse affiliée à la Faculté de gestion Desautels (McGill) et à l'Observatoire de la Consommation Responsable (UQAM). Elle a été membre du comité de rédaction de la revue *Organisation & Territoires* (UQAC) et a été réviseure pour plusieurs points de recherche et associations académiques (*Journal of Business Research*, *Tourism Management*, *Journal of Consumer Marketing*, *American Marketing Association*, *Canada*). Elle est candidate à l'Ordre des administrateurs agréés du Québec (C. Adm.) Et possède de l'expérience en marketing et intelligence chez FedEx Express EMEA (NYSE : FDX) à Bruxelles, en Belgique et au Groupe Altus (TSE : AIF) à Montréal.

Marie Connolly (Ph.D.)



Marie Connolly est professeure au Département des sciences économiques de l'UQAM depuis 2009. Elle y enseigne les statistiques et l'économétrie au premier cycle et l'économie du travail à la maîtrise. Elle détient une maîtrise (M.A.) et un doctorat (Ph. D.) en sciences économiques

de l'Université de Princeton. Ses travaux de recherche sont principalement de nature empirique et s'intéressent à divers sujets touchant l'économie du travail, comme par exemple la mobilité sociale, la formation de capital humain, les écarts salariaux entre hommes et femmes, le bien-être subjectif, la participation des femmes au marché du travail et l'évaluation de politiques publiques. Un second thème de ses recherches est l'économie des marchés de revente, notamment par rapport aux billets de concert. Ses travaux ont été publiés dans le *Journal of Labor Economics*, le *Journal of Economic Behavior and Organization*, le *Canadian Journal of Economics* et le *Journal of Cultural Economics*, entre autres.

