

LE POINT SUR L'ACHAT ET LA VENTE DE PRODUITS D'OCCASION AU QUÉBEC



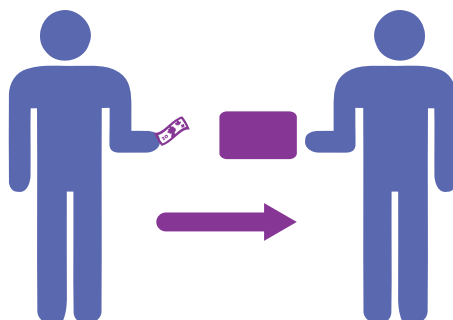
Une étude de l'Observatoire ESG UQAM de la consommation responsable
réalisée par **Caroline Boivin** (Ph.D.) – Université de Sherbrooke
et **Fabien Durif** (Ph.D.) – ESG UQAM

Grâce au soutien de  et de  MBA Recherche

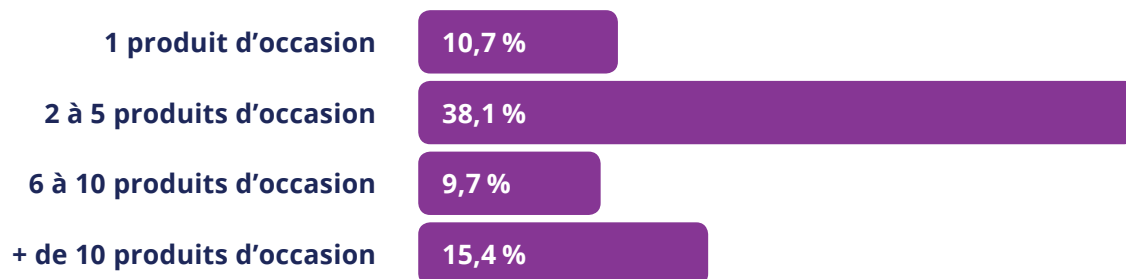
1

L'achat de produits d'occasion a du succès au Québec

73,9 %
des Québécois ont pratiqué
l'achat d'occasion dans la dernière année













Les Québécois ont acheté en moyenne :








23,8 % des Québécois envisagent d'acheter des produits d'occasion pour en faire des cadeaux de Noël, et il s'agit de consommateurs plus jeunes que la moyenne (47,1 ans).

Les produits les plus achetés par les Québécois

			Achat d'occasion (%)	Achat neuf (%)
1		Voitures	53,4*	35,6
2		Objets de collection/ Tableaux	47,2	37,2
3		Vélos	45,6	40,1
4		Meubles	38,7	50,4
5		Instruments de musique	37,9	47,6
6		Livres	36,7	38,0
7		Objets de décoration	36,1	57,0
8		Jouets pour enfants	36,0	54,7
9		Jeux vidéos / Consoles	35,6	49,1
10		Articles de sports	33,9	57,5

Les produits les moins achetés par les Québécois

			Achat d'occasion (%)	Achat neuf (%)
1		Cellulaires	37,9	47,6
2		Tablettes électroniques	38,7	50,4
3		Imprimantes	45,6	40,1
4		Chaussures	47,2	37,2
5		Appareils photos	53,4	35,6

* Explications : cela signifie que parmi les répondants qui ont acquis une voiture dans la dernière année, 53,4 % l'ont achetée d'occasion. Les répondants avaient le choix entre : achat neuf, achat d'occasion, location, échange, partage à titre gratuit, et emprunt à un particulier ou à une OBNL

Les plateformes Web rivalisent avec le circuit traditionnel pour l'achat de produits d'occasion



58,6 %

des Québécois ont acheté dans la dernière année des produits d'occasion via des plateformes Web

C'est le mode d'achat utilisé par plus de **79,4 %** de ceux qui ont acheté des produits d'occasion dans la dernière année



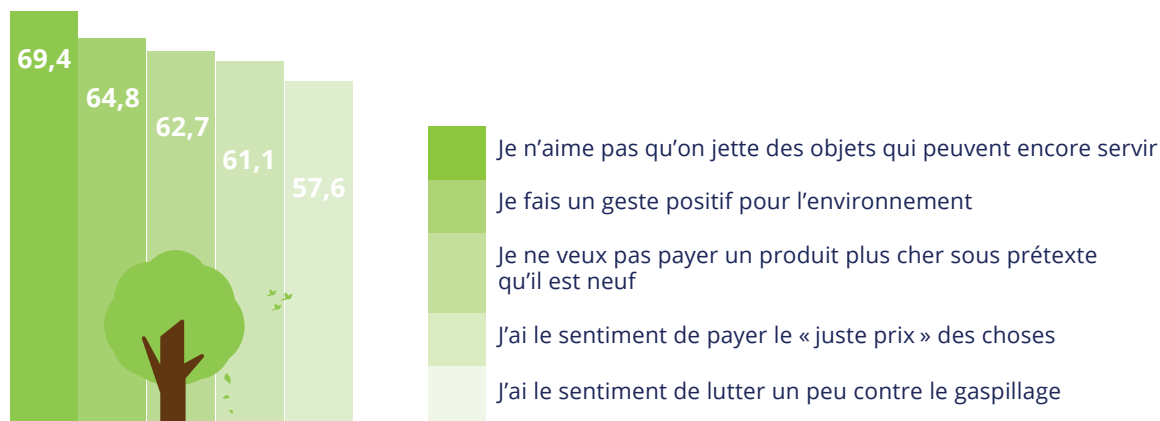
Kijiji est le site de petites annonces en ligne le plus utilisé

		% total des Québécois	% total parmi ceux qui ont acheté des produits d'occasion
1	Kijiji	31,8	43,2
2	ebay	17,9	24,2
3	LesPAC	16,7	22,7
4	Amazon	11,6	15,6
5	Autres	8,6	11,4
6	Craigslist	4,4	6

L'achat de produits d'occasion sur des sites d'annonces sur Internet est un moyen d'exprimer ses préoccupations environnementales et sociétales

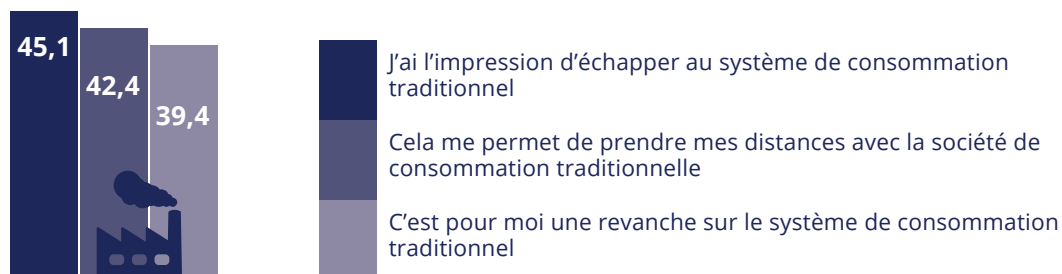
De manière générale, la motivation à l'achat d'occasion est élevée au Québec.

Avant tout, les Québécois achètent des produits d'occasion de manière à **obtenir un prix plus juste** et à **participer à la protection de l'environnement - 1^{ère} motivation**

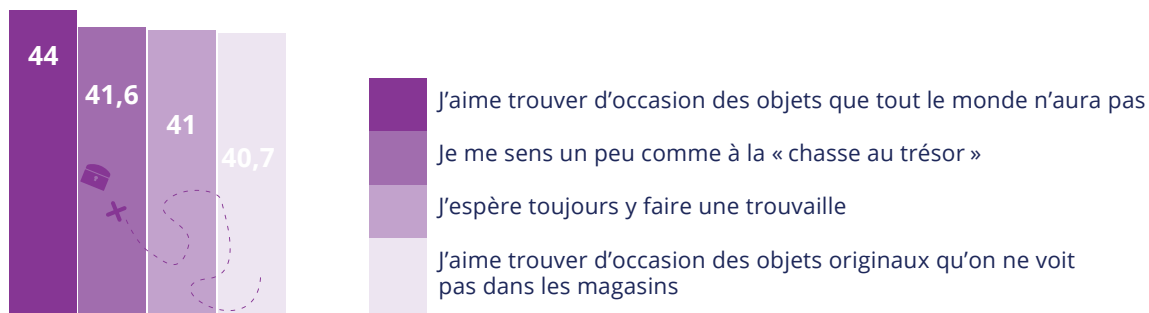


Dans une moindre mesure (**2^{ème} et 3^{ème} motivation**), les Québécois sont motivés par l'achat d'occasion parce que cela leur permet d'exprimer :

Leur distance avec la société de consommation - 2^{ème} motivation

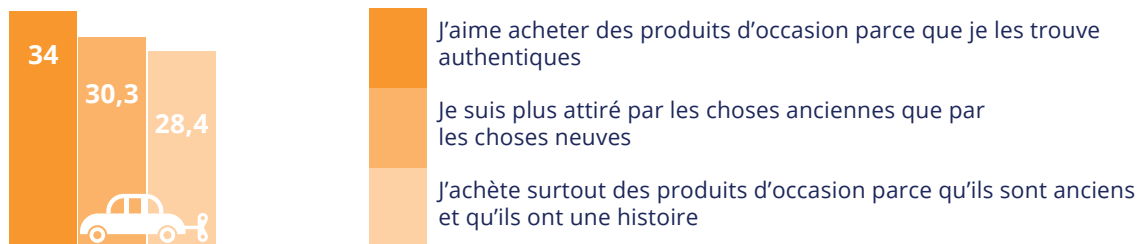


Leur désir de « chasse au trésor » - 3^{ème} motivation

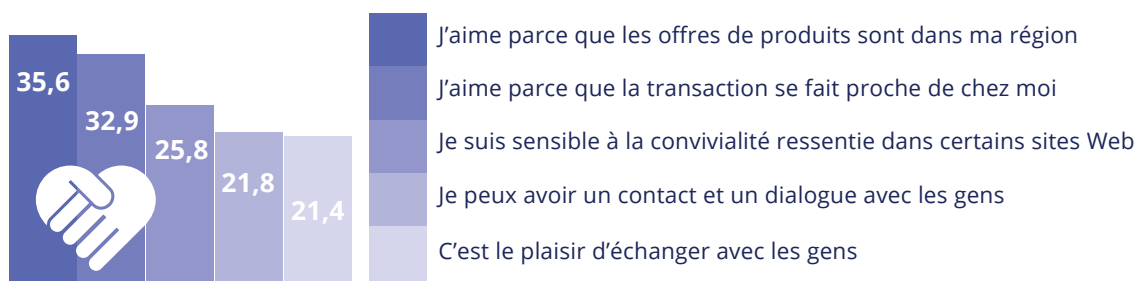


Ensuite, une proportion plus faible favorise l'achat de produits d'occasion pour :

L'aspect nostalgie - 4^{ème} motivation



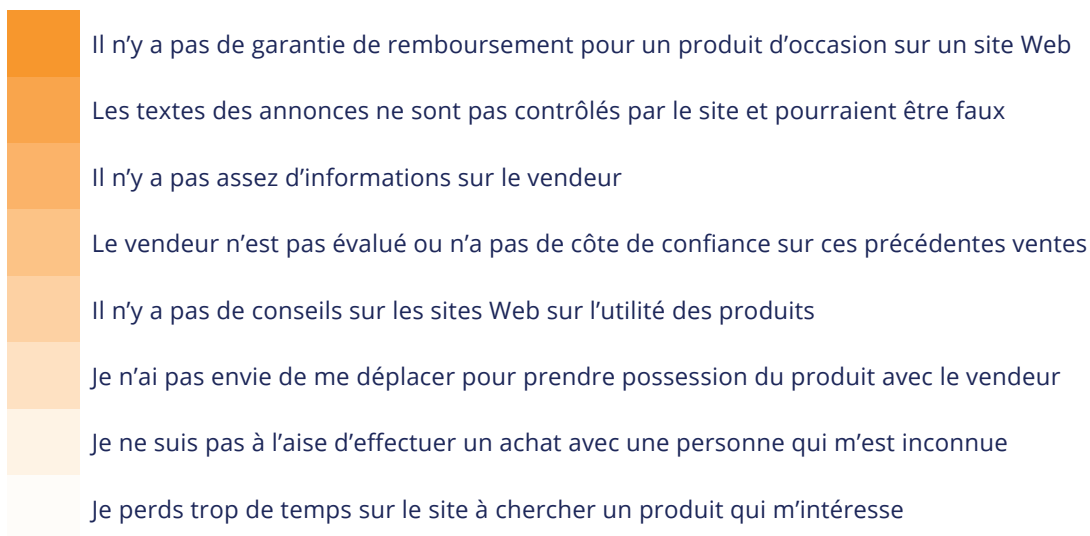
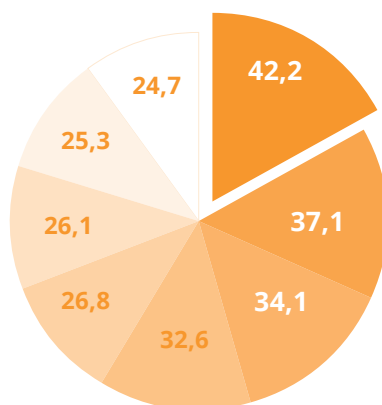
Le contact social et l'aspect local - 5^{ème} motivation



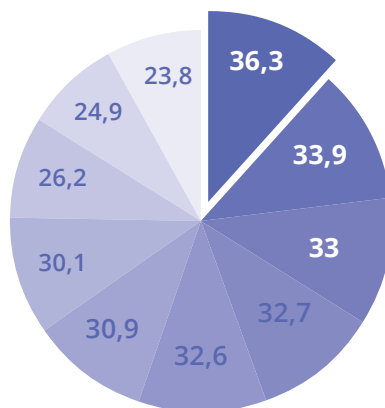
L'achat de produits d'occasion sur des sites d'annonces sur Internet ne fait pas l'objet de craintes majeures

La majorité des Québécois ne perçoit pas de problématiques majeures par rapport à l'achat de produits d'occasion sur Internet. Seulement quelques consommateurs ont des craintes par rapport au lieu d'achat et aux caractéristiques des produits d'occasion.

1^{er} frein à l'achat en ligne de produits d'occasion : les caractéristiques liées au mode d'achat en ligne (en %)



2^{ème} frein à l'achat en ligne de produits d'occasion :
les caractéristiques du produit (qualité, prix et propreté) (en %)



- Le produit n'a pas été vérifié par un expert, je dois seulement me fier aux déclarations de son propriétaire
- Il n'y a pas assez de photos sur le produit donc je ne suis pas certain de la qualité
- Le rapport qualité/prix du produit est inférieur à un produit neuf
- Le produit n'a pas été nettoyé ou n'est pas propre (ex. : saletés, poussières, bactéries)
- Il n'y a pas assez d'informations sur les caractéristiques du produit
- J'ai des doutes sur la propreté des propriétaires du produit
- J'ai peur que le produit ait une durée de vie plus courte
- J'ai peur que le produit soit vendu plus cher qu'il ne le vaut
- L'emballage du produit ou le produit démontre que le produit n'a pas vraiment l'air neuf
- Je n'éprouve pas le même plaisir en achetant un produit d'occasion qu'en achetant un produit neuf

Les Québécois n'éprouvent pas de sentiment de honte lié à l'achat de produits d'occasion !

L'achat d'occasion est entré dans les moeurs :

Je n'ai pas envie de passer pour une personne *cheap*

11,4 %

Je n'ai pas envie d'être perçu comme une personne avec des revenus modestes

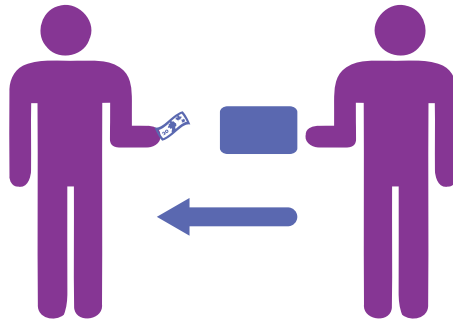
9,4 %

Je n'aimerais pas qu'on dise que j'achète des produits d'occasion

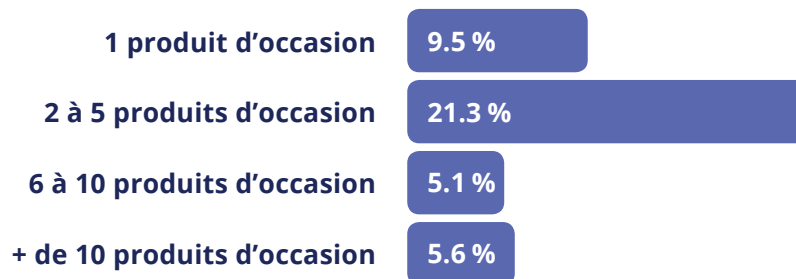
7,3 %

La vente de produits d'occasion au Québec est pour l'instant moins ancrée dans les mœurs que l'achat !











41,5 %
ont pratiqué la vente de produits d'occasion
dans la dernière année








Les Québécois ont vendu en moyenne :



Les produits les plus vendus par les Québécois

			Revenu sur un site Internet (%)	Revenu d'une autre façon (%)	% total de produits vendus
1		Cd/Dvd/Blu-ray	29,7*	52,7	82,4
2		Voitures	40,9	18,9	59,8
3		Caméras vidéos	38,5	21,2	59,7
4		Instruments de musique	43,4	13,3	56,7
5		Jeux vidéos/Consoles	32,7	21,1	53,8
6		Ordinateurs fixes	29,5	22,3	51,8
7		Tablettes électroniques	32,7	18,4	51,1
8		Vélos	29,9	20,8	50,7
9		Articles de sports	33,3	16,7	50
10		Meubles	38,4	11,6	50

Les produits les moins vendus par les Québécois

			Revenu sur un site Internet (%)	Revenu d'une autre façon (%)	% total de produits vendus
1		Chaussures	10,5	11,3	21,8
2		Vêtements	10,9	11,8	22,7
3		Matériaux de construction	13,1	13,1	26,2
4		Disques durs	22,8	7,6	30,4
5		Imprimantes	21,6	11,2	32,8

* Explications : cela signifie que parmi les répondants qui se sont délaissés d'un cd/dvd/blu-ray dans la dernière année, 29,7 % l'ont revendu sur un site Internet. Les répondants avaient le choix entre : revente sur un site Internet, revente d'une autre façon, troc/échange, mise au rebut, recyclage, don à un proche ou à une OBNL, aucune des modalités.

Les sites de petites annonces en ligne ont la faveur des vendeurs !

Modes de vente de produits d'occasion les plus prisés par les Québécois

		% total des répondants	% total parmi ceux qui ont vendu des produits d'occasion
1	Sites de petites annonces en ligne	20,2	48,6
2	Marchés aux puces / Ventes de garage	12,6	30,6
3	Sites d'enchères sur internet	11	26,5
4	Sites de trocs, d'échanges	5,1	12,2
5	Magasins spécialisés dans l'occasion	5,1	12,2
6	Dépôts - Ventes	4,5	10,6
7	Entreprises de réinsertion sociale	3,7	8,8
8	Associations / OSBL	3,7	8,8



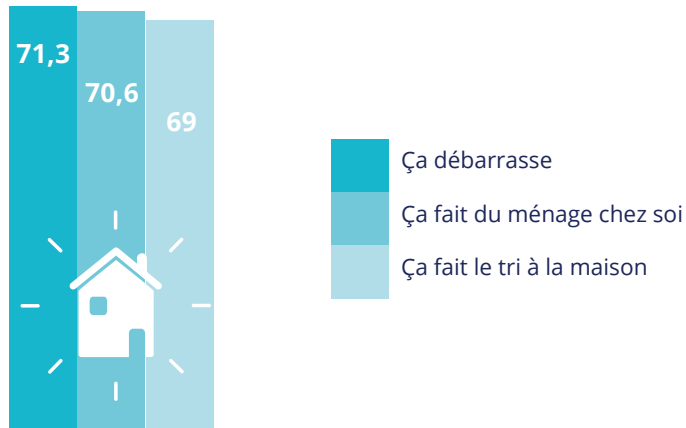
Kijiji est le site de petites annonces en ligne le plus utilisé

		% total des Québécois	% total parmi ceux qui ont vendu des produits d'occasion
1	Kijiji	22,6	54,3
2	LesPAC	8,6	20,8
3	ebay	5,2	12,5
4	Autres	3,8	9,1
5	Craigslist	3,0	7,1
6	Amazon	2,8	6,4

La vente de produits en ligne est favorisée par le désir de faire du ménage et de prolonger la vie des produits !

Il y a six raisons pour lesquelles les consommateurs vendent des produits en ligne. Les voici de la plus importante à la moins importante :

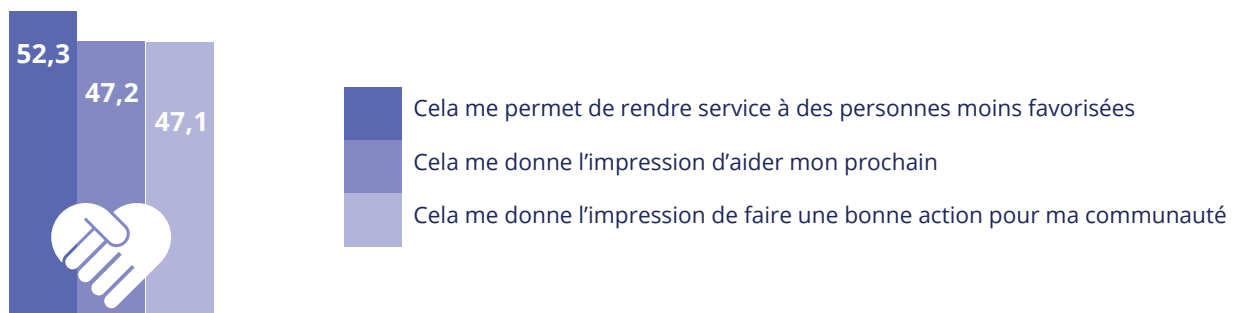
Faire du ménage - 1^{ère} motivation



Prolonger la vie du produit - 2^{ème} motivation



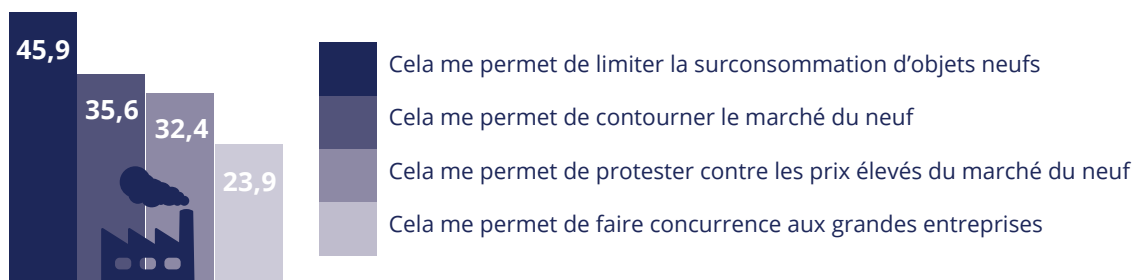
Rendre service - 3^{ème} motivation



Gagner de l'argent - 4^{ème} motivation

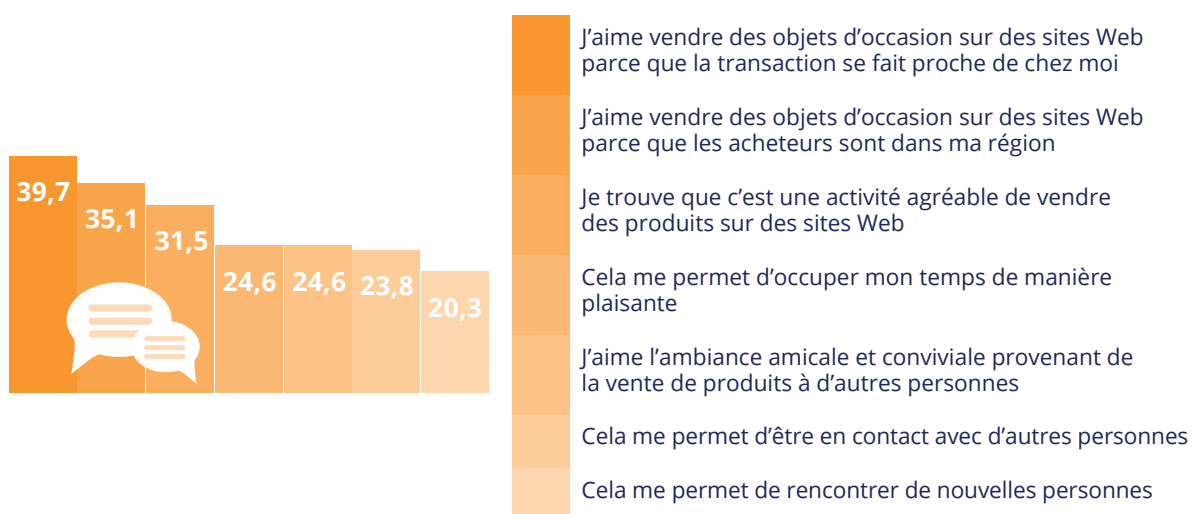


Lutter contre la société de consommation et la dégradation de l'environnement - 5^{ème} motivation



Finalement, de manière moins importante, une partie des vendeurs est motivée par

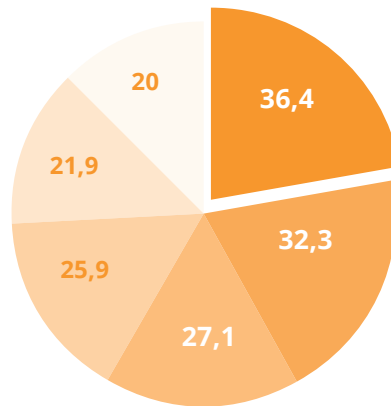
la convivialité et l'aspect relationnel - 6^{ème} motivation



Les Québécois ont tendance à accumuler !

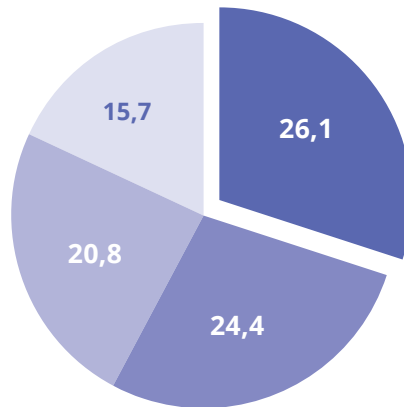
Seulement, trois types de comportements limitent la vente en ligne de produits au Québec :

Limite 1 : tendance à tout garder (en %)



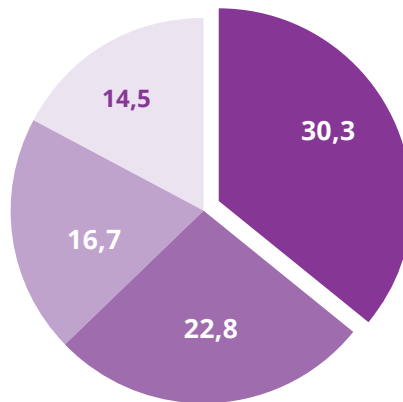
Il doit bien y avoir quelqu'un de mon entourage à qui ça pourrait servir
Ça peut toujours servir
Un jour ou l'autre je vais bien trouver quelqu'un de mon entourage qui va vouloir le produit
Je peux en avoir besoin un jour
Ça me rappelle tellement de choses
Ça me rappelle mon passé

Limite 2 : peur de perdre de l'argent (en %)



- La vente de produits d'occasion en ligne rapporte peu d'argent
- Les acheteurs essaient toujours de faire baisser le prix, cela ne vaut plus la peine de vendre le produit
- Quand je pense au prix, ça me fait mal au cœur de m'en débarrasser
- Cela ne vaut pas la peine financièrement de vendre le produit, je préfère le garder

Limite 3 : caractéristiques liées au mode de vente en ligne (en %)



- Je n'ai pas envie de me déplacer pour vendre mon produit
- Je n'ai pas envie qu'une personne qui m'est inconnue vienne chez moi pour effectuer la transaction
- Je ne suis pas à l'aise d'effectuer une vente avec une personne qui m'est inconnue
- C'est une perte de temps de passer une annonce et de répondre aux questions des acheteurs potentiels

Le profil de l'acheteur type de produits d'occasion

56,4 % sont des femmes

Âge moyen : 46,5 ans

Préoccupation plus grande de l'environnement que le citoyen moyen

Grande motivation à l'achat de produits d'occasion en ligne



Aucun frein éprouvé à l'achat de produits d'occasion en ligne

Le profil du vendeur type de produits d'occasion

55 % sont des femmes

Âge moyen : 41,5 ans

Motivation supérieure à la moyenne à vendre des produits en ligne

Frein inférieur à la moyenne à vendre des produits en ligne

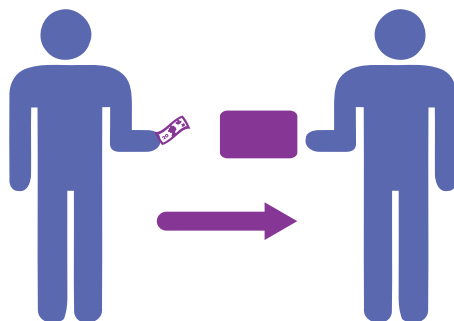


Utilisation de la vente de produits comme un revenu d'appoint : 22,5 % ont généré plus de 1 000 \$ dans la dernière année grâce à la vente de produits d'occasion

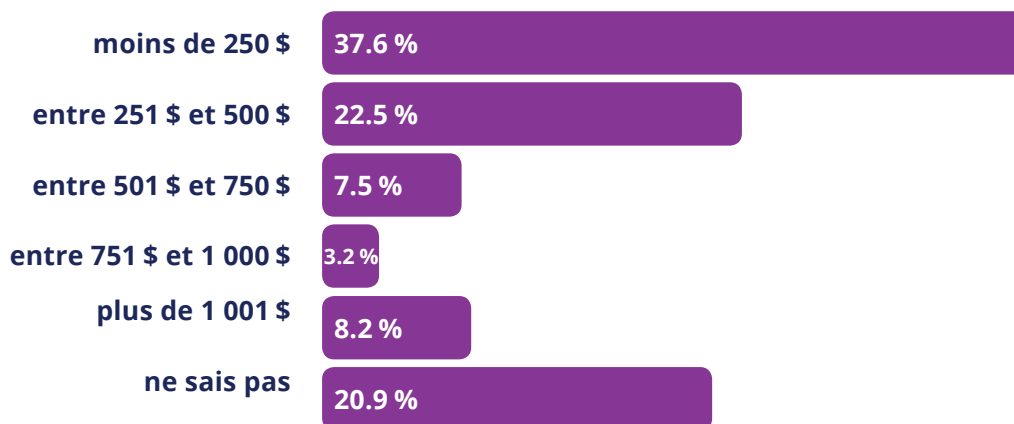
Le Québécois devient commerçant et améliore son quotidien

35,4 %

des Québécois qui ont acheté des produits d'occasion sur Internet dans la dernière année ont l'impression d'avoir fait des économies

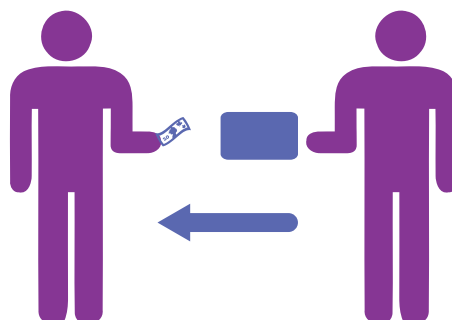


Dans la dernière année, en moyenne, l'achat de produits d'occasion a permis aux répondants d'économiser :

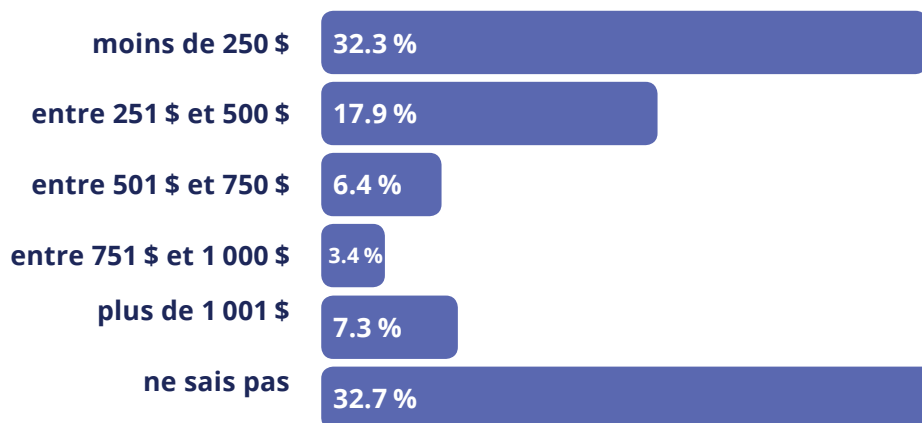


31,3 %

des Québécois qui ont vendu des produits d'occasion sur Internet dans la dernière année ont l'impression d'avoir fait des économies



Dans la dernière année, en moyenne, la vente de produits d'occasion a permis aux répondants de gagner :



Parmi ceux qui ont vendu des produits d'occasion sur Internet, la moitié a généré au moins 500 \$ de revenus dans l'année.

Méthodologie

L'enquête a été menée du 21 septembre au 1^{er} octobre 2013 sur le panel de MBA Recherche de 33 000 citoyens représentatifs de la population du Québec.

L'échantillon a été redressé en fonction des données de Statistiques Canada (sur le sexe, l'âge et le lieu de résidence) pour s'assurer d'une meilleure représentativité.

Au total, 1 104 personnes ont répondu à l'enquête électronique.



L'OCR est un organisme universitaire axé sur le transfert de connaissances basé à ESG UQAM. Composé d'une quinzaine de chercheurs et dirigé par le professeur Fabien Durif (Ph.D.), l'OCR produit régulièrement des études sur la commercialisation éco-responsable au Québec et à l'international.

Cette étude est un produit du

