

DOSSIER

L'intégration des principes de l'économie circulaire dans le quotidien des ménages : le cas des objets usagés

Laurence Godin^aDOI : <https://doi.org/10.1522/revueot.v34n3.2011>

RÉSUMÉ. Cet article présente les résultats d'un projet de recherche sur l'économie circulaire telle que mise en œuvre par les individus à travers la consommation d'objets usagés. Il s'inscrit dans la sociologie de la consommation durable et mobilise l'approche par les pratiques sociales. L'analyse de 19 entretiens menés avec personnes qui acquièrent et utilisent des objets de seconde main a permis, d'une part, de révéler la complexité et la richesse de cet ensemble de pratiques tant sur le plan des compétences mobilisées et de leur dimension matérielle qu'en lien avec le sens accordé aux objets et au fait de les acquérir, de les utiliser et de les départir. D'autre part, les résultats présentés montrent bien que dans l'état actuel des choses, l'acquisition d'objets usagés relève du passe-temps ou de la passion, qui demande le développement de compétences spécifiques et le déploiement important de ressources temporelles, financières, culturelles et sociales, beaucoup plus que d'un ensemble de pratiques facilement généralisables. Une mise à l'échelle de cette forme de consommation circulaire nécessitera le développement d'infrastructures qui permettront aux objets de *réellement* gagner une seconde vie.

Mots clés : Objets de seconde main, consommation circulaire, sociologie de la consommation, approche par les pratiques sociales

ABSTRACT. This article provides the results of a research project on the circular economy as implemented by individuals, through the consumption of second-hand objects. It falls within the sociology of sustainable consumption and is based on a social practices approach. The analysis of 19 interviews conducted with people who acquire and use second-hand objects revealed the complexity and richness of this set of practices, in terms of the skills involved and their material aspect, and regarding the meaning attached to the objects and the act of acquiring, using, and disposing them. On the other hand, the results provided clearly show that, as things stand, the acquisition of used objects is a hobby or a passion that requires the development of specific skills and the significant display of temporal, financial, cultural, and social resources, much more than a set of easily generalizable practices. Scaling up this form of circular consumption will require the development of infrastructures that will enable to give objects a real second life.

Key words: Second-hand objects, circular consumption, sociology of consumption, social practice theory

Introduction

Les changements climatiques et l'urgence environnementale posent une menace existentielle et demandent, pour échapper au pire de la crise, une réponse massive et immédiate (IPCC, 2023). Les domaines sur lesquels il faut agir sont nombreux, mais tous ont en commun de remettre en cause les

^a Professeure agrégée, Département de sociologie, Université Laval

modes de vie et de consommation occidentaux (Wiedmann et collab., 2020). L'enjeu, ici, est de réduire rapidement la consommation de ressources en termes absolus.

Une des stratégies mises en place pour ce faire est celle de l'économie circulaire, qui se définit comme :

Un système de production, d'échange et de consommation visant à optimiser l'utilisation des ressources à toutes les étapes du cycle de vie d'un bien ou d'un service, dans une logique circulaire, tout en réduisant l'empreinte environnementale et en contribuant au bien-être des individus et des collectivités. (Québec circulaire, 2024, s. p.)

La consommation comme phénomène à la fois individuel et collectif est l'un des angles moins explorés des travaux qui s'intéressent à l'économie circulaire et à sa mise en œuvre. Pourtant, il s'agit d'une dimension fondamentale à aborder, car production et consommation sont indissociables (Greene et collab., 2024).

Cet article cherche à contribuer à ce champ de recherche à partir d'une enquête sur l'économie circulaire telle que mise en œuvre par les individus à travers la consommation d'objets dits usagés, laquelle a le potentiel de réduire le nombre des produits qui entrent dans l'économie ainsi que la quantité de déchets produits. Il s'intéresse à la circulation de ces objets et à la manière dont ils entrent dans la vie des ménages, sont appropriés, deviennent désuets, en sortent et gagnent (ou non) une « seconde vie ». Plus précisément, l'article s'articule autour des questions suivantes : *Quelles sont les pratiques déployées par les consommateurs pour permettre la circulation des objets usagés? Quelles sont les conditions qui permettent la mise en œuvre de ces pratiques?* L'objectif, à terme, est d'identifier les éléments qui favoriseraient la mise à l'échelle ou la généralisation des pratiques de consommation circulaire.

Pour ce faire, nous mobiliserons la sociologie de la consommation durable, qui s'assoit sur une compréhension de la consommation comme processus et qui mobilise l'approche par les pratiques sociales, laquelle saisit la consommation comme un ensemble d'activités au cœur des routines, des habitudes et de la vie quotidienne (Reckwitz, 2002; Shove et collab., 2012). Nous avons mené une série d'entretiens avec des consommateurs et des représentants d'organismes engagés dans la consommation circulaire. Dans l'ensemble, les résultats démontrent que, pour augmenter significativement la circulation des objets usagés et, ultimement, pour réduire l'impact environnemental de nos modes de consommation, la tâche urgente est de mettre en place des infrastructures d'approvisionnement et d'élimination adéquates et facilement accessibles par les individus.

La première partie offre un survol de la littérature existante en sociologie et des dimensions de la consommation circulaire qui y sont étudiées. Elle propose une définition de la consommation comme processus et présente l'approche par les pratiques sociales. Ensuite, la méthode fait état de la stratégie mobilisée pour collecter des données qui permettent de rendre compte des pratiques quotidiennes. La présentation des résultats se penche sur les motivations qui soutiennent la consommation d'objets usagés, les dimensions à l'œuvre aux différentes phases de la consommation ainsi que l'enjeu des plateformes en ligne et des infrastructures. La conclusion propose une réflexion sur les possibilités de mise à l'échelle de pratiques marginales.

1. Revue de littérature et cadre conceptuel

1.1 Revue de littérature

La littérature en sociologie de la consommation durable a connu un développement massif depuis le début des années 2000. La vaste majorité des travaux se concentrent sur la consommation non ostentatoire, à savoir la consommation qui est partie intégrale des pratiques et habitudes du quotidien. Si les objets de consommation sont centraux à cette littérature, l'apparition de l'économie circulaire comme cadre de réflexion y est relativement récente¹.

Les travaux qui abordent aujourd'hui l'intégration des consommateurs dans l'économie circulaire traitent entre autres de la consommation durable comme d'un ensemble de pratiques propres à un contexte socioculturel et imbriquées dans des systèmes sociotechniques (Mylan et collab., 2016; Greene et collab., 2024). Ils s'attardent également sur la manière dont l'économie circulaire et ses pratiques prennent forme dans la vie quotidienne (Mylan et collab., 2016; Schulz et collab., 2019; Åberg et Greene, 2024; Greene et collab., 2024).

La mode et la consommation de vêtements usagés sont parmi les objets les plus mobilisés pour mieux saisir la manière dont l'économie circulaire est mise en œuvre à l'intérieur des ménages. Par exemple, Tölg et Fuentes (2024) mettent en lumière comment le soin apporté aux vêtements et, surtout, le fait d'assurer leur circulation dans une perspective environnementale sont une façon de prendre soin des autres, proches ou lointains. Ils soulignent également la forte dimension relationnelle des pratiques de consommation circulaire, qui sont conditionnées par les relations immédiates, mais représentent également un moyen de faire communauté, par exemple autour des pratiques de réparation.

La recherche s'intéresse également à la consommation d'objets de seconde main comme porte d'entrée vers des modes de consommation politique ou engagée (Hobson, 2016).

Une des dimensions importantes explorées dans ce champ de recherche est celle du « travail des consommateurs », à savoir le travail investi par les consommateurs pour acheter, utiliser, réutiliser et disposer de biens et de services (Wheeler et Glucksmann, 2015). Hobson et ses collègues (2021) avancent ainsi que le bon fonctionnement de l'économie circulaire repose en partie sur le travail du consommateur et que la capacité des consommateurs à « faire le travail » dépend de la disponibilité de ressources matérielles, financières, culturelles et sociales, qui sont réparties de manière inéquitable dans la société (Sutcliffe, 2022). Isenhour et Berry (2020) démontrent quant à elles que le travail, souvent non rémunéré, qui assure la circulation des objets usagés dans l'économie circulaire produit de la valeur pour les communautés, alors qu'il tend à être ignoré parce qu'il s'inscrit en marge de l'économie dite productive autour de laquelle s'organisent les échanges dans les sociétés capitalistes.

Bref, ce que la littérature en sociologie de la consommation durable démontre, c'est que l'insertion des consommateurs dans l'économie circulaire ne peut pas se comprendre seulement à l'échelle individuelle : elle doit être appréhendée comme un fait *a priori* collectif.

1.2 Approche par les pratiques sociales

Pour examiner la circulation des objets usagés dans et entre les ménages comme fait collectif, nous nous basons sur la théorie des pratiques sociales. Celle-ci postule que ce ne sont pas les individus qui sont l'unité de base de la vie sociale, mais bien les pratiques, à savoir :

Un type de comportement routinisé qui consiste en plusieurs éléments interconnectés entre eux : des formes d'activités corporelles, des formes d'activités mentales, des « choses » et leur usage, des connaissances de base constituées de compréhension, savoir-faire, états émotionnels et motivations. (Dubuisson-Quellier et Plessz, 2013, paragr. 5, citant Reckwitz, 2002)

Une version répandue de l'approche par les pratiques (Shove et collab., 2012) postule qu'une pratique existe au carrefour de trois grandes dimensions, à savoir les dispositions matérielles, les compétences et les sens/significations :

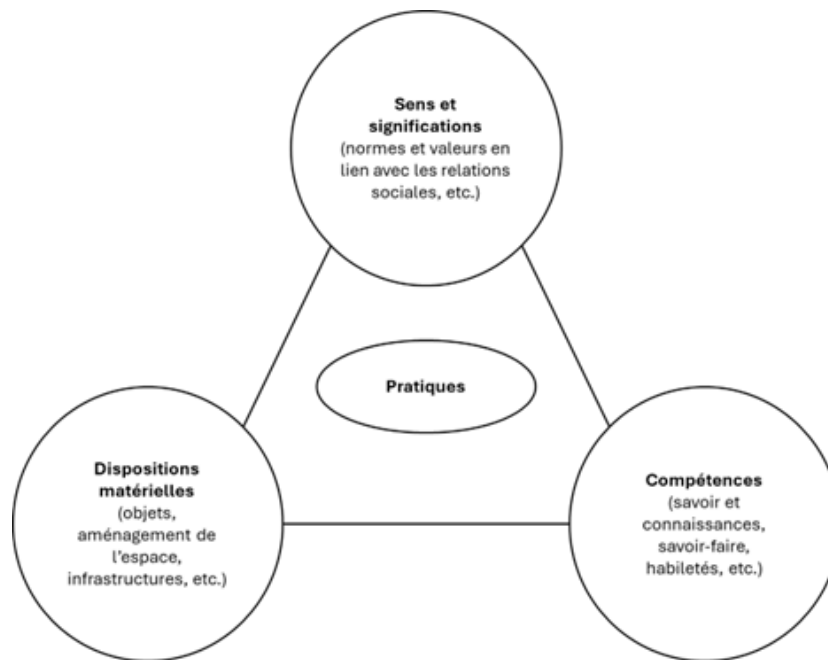


Figure 1 – Approche par les pratiques sociales
Sources : inspiré de Shove et Pantzar (2005) et de Shove et ses collègues (2012)

La manière dont ces éléments se lient détermine la forme d'une pratique (Shove et Pantzar, 2005; Dubuisson-Quellier et Plessz, 2013) :

- Les *dispositions matérielles* peuvent représenter les objets, l'aménagement des espaces ou les infrastructures;
- Les *compétences* sont liées au savoir, au savoir-faire ou aux habiletés;
- Les *sens/significations* ont à voir avec le sens donné à une pratique, les normes sociales qui influencent sa performance ou les motifs qui la sous-tendent (Shove et Pantzar, 2005).

Le temps et les relations sociales ont également été identifiés comme des éléments essentiels pour bien saisir la mise en œuvre des pratiques (Godin et Sahakian, 2018). Les pratiques étant imbriquées, changer une pratique ou un élément d'une pratique aura nécessairement un impact sur les autres. Par exemple, les pratiques « cuisiner » et « manger » sont transformées par l'adoption d'un nouveau régime alimentaire, ce qui a un impact sur la manière de se procurer des aliments.

L'existence des différentes dimensions d'une pratique précède son adoption par un « porteur de pratiques ». C'est la performance d'une pratique qui permet sa mise en œuvre et sa reproduction, et c'est la répétition de ses différents moments qui assure que les interdépendances entre ces moments perdureront (Shove et collab., 2012).

L'approche par les pratiques sociales a été utilisée pour expliquer la naissance de pratiques, leur stabilisation et leur transformation dans le temps, et pour explorer des pistes facilitant le changement dans le cadre d'une transition vers des modes de vie plus durables. Elle offre donc les outils nécessaires pour éclairer le rapport des individus aux objets et la manière dont ils peuvent s'engager dans la consommation circulaire.

1.3 Définition de la consommation et de sa fin

Warde (2005) définit la consommation comme :

Un processus par lequel les agents s'engagent dans l'appropriation et l'usage, pour des raisons pratiques, expressives ou contemplatives, de biens, de services, de performances, d'information ou d'ambiances, achetés ou non, et sur lesquels l'agent a un certain degré de liberté. (p. 137, trad. proposée par Dubuisson-Quellier et Plessz, 2013)

Selon Warde (2005), cette définition offre des prises pour se pencher sur la multitude de processus sociaux, d'institutions, d'acteurs, de relations et d'arrangements centraux dans la consommation. Il identifie trois moments dans la consommation :

1. *L'acquisition* invite à s'interroger sur les arrangements politiques, économiques et institutionnels qui permettent la production et la mise à disposition des biens et services, ainsi que leur volume et leur distribution au sein de la société;
2. *L'appropriation* concerne la manière dont les biens de consommation peuvent être investis de sens et intégrés à la vie quotidienne des individus;
3. *L'appréciation* ou l'usage renvoie à la manière dont les gens retirent (ou non) du plaisir ou de la satisfaction de l'objet de leur consommation.

Pour faire miroir à cette définition en trois temps, Evans (2019) définit autant de phases pour rendre compte de la fin de la consommation :

4. *La dévalorisation* fait contrepoids à l'appréciation. Si des biens de consommation peuvent remplir des besoins ou des désirs, et fournir du plaisir et de la satisfaction, ils peuvent aussi perdre leur valeur économique ou symbolique;
5. *Le désengagement* s'oppose à l'appropriation. L'individu se détache des objets, des biens ou des expériences qui ont perdu leur pertinence dans son existence;

6. *L'élimination*, qui s'oppose à l'appréciation, peut prendre une multitude de formes : des objets peuvent se retrouver à la poubelle ou dans le bac à recyclage; les gens peuvent en faire don à de la famille, à un ami ou à un organisme; ou encore ils peuvent les vendre. Il existe tout un ensemble d'institutions, de politiques et de dispositifs impliqués dans l'élimination des biens de consommation. Une fois passés par la phase d'élimination du cycle de la consommation, les objets peuvent y entrer à nouveau, s'ils sont acquis ou appropriés par une nouvelle personne, un nouveau ménage ou un nouveau groupe.

Le présent article s'appuie sur les deux premières et les deux dernières phases (1, 2, 5 et 6) pour rendre compte de la vie des objets usagés et des pratiques qui structurent leur circulation dans et entre les ménages ou les organisations.

2. Méthode

Afin de réfléchir sur la manière dont les objets usagés entrent dans la vie des ménages et en sortent, nous avons mobilisé une approche qualitative basée sur des entretiens semi-dirigés. Ainsi, nous avons mené 19 entretiens avec des consommateurs et 2 entretiens avec des responsables d'organismes impliqués dans la revalorisation d'objets usagés². Le choix d'une approche qualitative et des entretiens semi-dirigés s'explique par la volonté de saisir les pratiques des individus telles qu'elles se déroulent dans la vie quotidienne et à travers le temps, ainsi que de comprendre le sens qu'ils accordent à leurs pratiques.

Le schéma d'entrevue était organisé autour des grandes dimensions des pratiques définies par Shove et ses collègues (2012) ainsi que sur les six phases de la consommation proposées par Warde (2005) et par Evans (2019). Les entretiens portaient sur la manière dont les objets entrent dans la vie des ménages et en sortent, et sur les éléments en jeu aux différentes phases de la consommation.

Nous avons également participé à deux « cafés réparation », pendant lesquels des citoyens apportent leurs objets à réparer (souvent de petits appareils électroniques, comme un grille-pain) à un groupe de bénévoles parfois néophytes, mais le plus souvent expérimentés dans la réparation d'objets domestiques. Toutefois, trop peu d'observation participante a été réalisée pour que le volume de données récoltées permette d'en tirer des conclusions. Ces données ont donc été exclues de notre analyse.

Pour les entretiens semi-dirigés, le recrutement a eu lieu à partir de la liste d'envoi de l'Université Laval destinée à recruter des participants pour des projets de recherche. Les courriels envoyés par cette liste parviennent aux membres de tous les corps d'emploi de l'université qui y sont inscrits ainsi qu'à toute autre personne intéressée. Le recrutement a été complété sur les réseaux sociaux, par des publications sur des groupes Facebook de la Ville de Québec. Lorsque possible, les entretiens ont eu lieu en face à face et au domicile des participants, mais plusieurs ont été réalisés en ligne, entre autres pour des raisons d'éloignement géographique. Les participants et leurs caractéristiques sont présentés au tableau 1 :

	Genre	Âge	Occupation ou domaine d'activité	Composition du ménage	Type de logement	Type de milieu
1	H	24	Étudiant universitaire	En couple	Appartement	Banlieue
2	F	33	Chercheuse universitaire	En couple avec 1 enfant	Maison	N. D.; précédemment Paris
3	F	31	Enseignante universitaire	En couple	Maison	Urbain
4	H	24	Étudiant universitaire	Habite seul	Résidence universitaire	Urbain
5	F	66	Retraitée (bibliothécaire)	Habite seule	Maison	Banlieue
6	F	43	Professionnelle en administration	En couple avec 1 enfant	Maison	Banlieue
7	F	37	Muséologue	Habite seule	Appartement	–
8	F	25	Étudiante universitaire	En couple	Appartement	–
9	F	38	Professionnelle en communication	En couple avec 2 enfants	Maison	Banlieue
10	F	40	Étudiante universitaire (retour aux études)	Habite seule avec 1 enfant en garde partagée	Maison	Rural
11	F	39	Chercheuse universitaire	En couple avec 2 enfants	Maison	Banlieue
12	F	±32	Étudiante universitaire	En couple avec 1 enfant	Maison	–
13	H	±30	Étudiant universitaire	En couple	–	–
14	F	68	Retraitée	Habite seule	Maison	Banlieue
15	F	33	Employée municipale et étudiante à temps partiel	Habite seule	Maison	Urbain
16	F	58	Personnel scolaire	Habite seule avec 1 enfant	Maison	Banlieue
17	H	43	Travailleur d'usine et étudiant	En couple avec 2 enfants	Maison	Banlieue
18	F	–	Personnel administratif	En couple	–	Urbain
19	H	25	Étudiant	En couple	Appartement	Banlieue
2 entretiens avec : 1 responsable d'une ressourcerie et 1 responsable d'une entreprise d'économie sociale spécialisée dans la réparation et la vente de jouets						
Observation participante dans 2 événements communautaires de réparation d'objets (données non retenues)						

Tableau 1 – Caractéristiques des participants aux entretiens

L'échantillon est composé de 5 hommes et de 14 femmes. Les participants sont âgés de 24 à 68 ans, avec une moyenne d'âge de 32 ans. La vaste majorité d'entre eux habitent en banlieue et dans une maison. La composition des ménages est assez variée, avec plusieurs personnes habitant seules, en couple ou en couple avec un ou plusieurs enfants. Sans surprise, compte tenu de la stratégie de recrutement, la majorité des participants ont un lien avec l'université, étant soit étudiant, employé, chercheur ou retraité.

Les entretiens, d'une durée variant de 45 minutes à 1 h 30, ont tous fait l'objet d'une transcription de verbatim. Ils ont été soumis à une analyse thématique comme l'entendent Paillé et Mucchielli (2021). Plus précisément, afin d'identifier les éléments qui permettent de saisir les pratiques des consommateurs dans l'économie circulaire, nous avons d'abord parcouru le corpus en identifiant l'ensemble des thèmes pertinents en adoptant une posture inductive. Ensuite, nous les avons regroupés en catégories qui permettent de rendre compte des pratiques comme elles se déploient dans les propos tenus par les participants.

L'analyse s'est organisée autour des deux premières et des deux dernières phases (1, 2, 5 et 6) de la consommation, en concordance avec les propositions de Warde (2005) et d'Evans (2019) présentées plus haut, ainsi qu'autour des grandes dimensions d'une pratique comme formalisées par Shove et ses collègues (2012) et par Shove et Pantzar (2005). Un travail de comparaison constante (Glaser et Strauss, 1967), soit d'aller-retour systématique entre les données à l'étude et l'analyse, a permis de garantir l'adéquation entre les catégories dégagées, leur agencement et les concepts mobilisés pour en rendre compte.

Le projet a reçu l'approbation des Comités d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'Université Laval.

3. Résultats

La présentation des résultats s'articule autour des deux premières et des deux dernières phases du processus de consommation, et mobilise les différentes dimensions des pratiques décrites plus haut (les sens/significations, les compétences ainsi que les dispositions matérielles; voir figure 1), auxquelles s'ajoutent le temps et les relations sociales.

La première question abordée concerne les motivations et intentions des individus qui s'engagent dans la consommation d'objets de seconde main, qui s'arriment à la dimension sens/significations, mais qui relèvent de l'individuel beaucoup plus que du social. Vient ensuite la présentation des enjeux touchant les dispositions matérielles qui permettent ou entravent la consommation d'objets de seconde main, enjeux qui concernent principalement les plateformes en ligne et les infrastructures. L'analyse se penche enfin sur les conditions d'acquisition et d'appropriation d'objets usagés et sur les ressources nécessaires pour ce faire, avant de s'intéresser au processus de désengagement et d'élimination, marqué par la dimension symbolique.

3.1 Motivations et intentions – dimension du sens et des significations

Dans le récit que les participants produisent de la manière dont les objets circulent dans leur ménage, leurs motifs et leurs intentions en lien avec la consommation d'objets usagés jouent un rôle secondaire. Les motivations et les valeurs sont présentes dans leur discours, mais elles disparaissent rapidement dans le récit derrière l'épaisseur et la complexité des pratiques et de la manière dont elles se déploient au quotidien.

Il est possible de distinguer, sur la base des motivations et intentions mises de l'avant lors des entretiens, trois grandes catégories de personnes qui se sont manifestées pour discuter de la consommation d'objets usagés :

- Certaines personnes se réclament plus ou moins fortement du mouvement zéro déchet. Leurs motivations occupent une place plus importante, mais elles sont en grande partie détachées du récit que les participants livrent de leur rapport aux objets et de la manière dont ils les acquièrent et s'en départissent;
- D'autres participants ont grandi dans la pauvreté ou avec des parents qui avaient l'habitude de consommer des objets de seconde main, et ne font que mettre en œuvre dans leurs pratiques ordinaires des habitudes apprises dès l'enfance;
- La majorité des personnes ayant participé aux entretiens présentent un profil plus indéterminé. Elles peuvent se tourner vers la consommation d'objets de seconde main pour des raisons pratiques, financières, parfois environnementales, souvent pour le plaisir, sans que cette manière de consommer soit intégrée fortement à leur histoire personnelle ou à leur identité.

Malgré tout, le fait que les participants appartiennent à l'une ou l'autre catégorie ne s'est pas reflété dans le récit qu'ils livraient de leurs pratiques. Autrement dit, dans leur récit, les caractéristiques individuelles sont en quelque sorte voilées derrière la dimension collective des pratiques, ce qui démontre la nécessité d'une saisie sociologique des phénomènes de consommation.

3.2 Plateformes et infrastructures – dimension des dispositions matérielles

La dimension matérielle est absolument centrale pour saisir ce qui est en jeu dans la consommation d'objets de seconde main. L'acquisition et l'élimination d'objets usagés au Québec reposent principalement sur une plateforme en ligne, sur les réseaux personnels ainsi que sur plusieurs types d'infrastructures physiques, qui rencontrent des problèmes importants pour jouer le rôle qui leur est attribué par les consommateurs soucieux d'offrir une « seconde vie » à leurs objets.

L'échange ou le don d'objets entre proches, famille ou amis constitue la stratégie la plus simple, sur le plan logistique, pour se procurer des objets usagés ou s'en débarrasser. En ce qui concerne la vente d'objets entre particuliers, Marketplace, la plateforme exploitée par Facebook, occupe plus que toute autre une place très importante dans le discours – et les pratiques – des participants. En effet, elle semble constituer le lieu par excellence pour vendre et acheter des biens usagés. La popularité de Marketplace tient à un certain nombre d'éléments, entre autres le peu d'options existantes, la simplicité des communications et le fait d'avoir accès au profil public des interlocuteurs, perçu comme rassurant. Plusieurs irritants existent toutefois, notamment le risque de fraude, les difficultés logistiques (p. ex., le transport) et les relations humaines, plusieurs personnes ayant rapporté des interactions désagréables.

Au-delà de ces irritants, deux enjeux majeurs se sont posés pour les participants aux entretiens. D'abord, ce n'est pas tout le monde qui utilise Facebook, qui a le désir de créer un compte ou qui dispose des compétences pour naviguer sur la plateforme, ce qui restreint considérablement l'accès à l'échange de produits de seconde main entre particuliers, parce que peu d'options existent. Ensuite, l'algorithme de Marketplace s'avère opaque et exerce un fort pouvoir structurant. Il détermine ce qui apparaît et n'apparaît pas à l'écran des consommateurs, et les changements dans le fonctionnement des algorithmes nuisent au bon fonctionnement de petites entreprises qui sont actives sur Marketplace; par exemple la vente de vêtements d'enfants usagés, qui sert de revenu d'appoint à une participante aux entretiens. Outre la vente sur Marketplace, les dons aux organismes communautaires de différentes tailles sont la solution la plus évidente à laquelle ont recours les personnes rencontrées.

3.3 Acquisition et appropriation – dimension des compétences, du temps, des relations et des normes sociales

Les deux premières phases de la consommation – acquisition et appropriation – sont difficiles à dissocier, dans les témoignages des participants. Toutefois, il apparaît clairement que les compétences et savoir-faire jouent un rôle important dans l'acquisition des objets, alors que l'appropriation est surtout marquée par les dispositions matérielles entrecroisées aux normes et aux relations sociales, elles-mêmes rattachées à la dimension des sens/significations.

Ainsi, les récits des participants montrent que l'acquisition des objets de seconde main demande souvent du temps et des efforts que les consommateurs n'auraient pas à déployer s'ils décidaient, par exemple, de se rendre dans une grande surface pour se procurer les produits recherchés. Pour les personnes qui cherchent des objets précis (p. ex., de petits électroménagers ou des meubles), il faut généralement pouvoir et savoir consulter les petites annonces en ligne (au Québec, le plus souvent sur la plateforme Marketplace); parfois attendre plusieurs jours ou plusieurs semaines pour que l'objet convoité apparaisse; savoir évaluer la qualité des objets annoncés; être en mesure de se déplacer; faire éventuellement face à des échecs; et être prêt à recommencer.

Bref, pour des raisons logistiques, se procurer un objet usagé s'avère souvent beaucoup plus complexe que de l'acheter en ligne ou en magasin, en plus de demander la mise en œuvre de compétences qui doivent d'abord être développées.

L'histoire est par contre tout autre pour les « trouvailles » faites au hasard des visites dans les ressourceries, les friperies ou les ventes-débarras, dans la mesure où les consommateurs ne recherchent pas nécessairement les objets qui se retrouvent entre leurs mains. Ce sont souvent des objets qui gagnent une « histoire » aux yeux des participants, qui racontent alors en entrevue des souvenirs positifs de l'endroit et du moment où ils ont trouvé l'objet en question, et qui peuvent exprimer une certaine fierté lorsque la trouvaille se révèle particulièrement originale, de bonne qualité ou quand le prix est inférieur à sa valeur estimée.

Le cas de figure diffère aussi pour les choses héritées des parents ou, plus souvent, des grands-parents. Ces objets se voient souvent attribuer une signification spécifique et vont susciter un attachement émotionnel particulier. C'est le cas, entre autres, de meubles, de machines à coudre, d'électroménagers ou d'outils de cuisine recueillis après le déménagement ou le décès des parents ou des grands-parents qui avaient une signification particulière pour les participants. Par exemple :

- J'en ai une, machine à coudre. Je l'ai reçue en héritage de ma grand-mère aussi. Puis ça, ça faisait longtemps, avant qu'elle meure, on s'en parlait là, comme quoi ça allait être à moi qu'elle irait, la machine à coudre. Ça, c'est indiscutable. C'est moi qui la voulais.
- Pourquoi toi?
- C'est tout simplement moi qui ai le plus d'intérêt pour ça. Puis aussi, j'étais son seul petit-fils. Fait que j'avais pas trop le choix, si elle pouvait pas le donner à un autre petit-fils. Mais elle pouvait le donner à des amis ou des neveux ou [...] des personnes comme ça. Mais c'est à moi qu'elle l'a donnée. (Participant 1)

Dans ce cas, la signification attribuée autant au processus d'acquisition qu'à l'objet en lui-même est fondamentale et occupe une place dominante dans le récit.

Aux côtés des affects ou des émotions, les normes sociales contribuent fortement à organiser les pratiques de consommation. Les discours des participants laissent entrevoir le fait que la consommation d'objets de seconde main peut contrevenir aux normes dominantes en lien avec les objets de consommation, par exemple le statut social, la nouveauté ou encore l'hygiène.

Cela est particulièrement apparent en lien avec les relations sociales ou familiales. Le plus souvent, l'acquisition d'objets usagés s'effectue d'un commun accord, après discussion entre les membres du ménage, et peut reposer sur des valeurs convergentes. Toutefois, se procurer des objets courants de seconde main sur une base régulière crée parfois des tensions quand les deux membres d'un couple ne partagent pas les mêmes opinions. Ces conflits montrent que cet ensemble de pratiques est rattaché à un ensemble plus ou moins cohérent de normes qui sont le plus souvent – mais pas nécessairement – consensuelles à l'intérieur du ménage. Il faut par ailleurs noter que, chez la vaste majorité des participants qui vivent en couple, les femmes gèrent l'achat des objets de seconde main.

Toujours en lien avec les normes sociales, les participants sont presque unanimes quant au fait qu'il n'est pas acceptable d'offrir en cadeau des objets usagés. Plusieurs dérogent donc de leurs habitudes de consommation lorsqu'ils achètent pour d'autres. Par exemple, plusieurs parents n'achètent presque jamais de jouets neufs pour leurs propres enfants, mais n'offriront jamais de jouets usagés comme cadeau de Noël ou d'anniversaire à un enfant. Il est toutefois acceptable d'offrir à ce même enfant des jouets qui ne servent plus, par exemple après avoir fait un grand ménage. Seulement, on n'offre pas ce genre de don au moment d'une occasion spéciale :

Par exemple, sa tante, des fois, elle va s'acheter des habits dans des fripes[ries]. Il y a des petits jouets, elle va en prendre, mais c'est pas les vrais cadeaux. Disons que les gens achètent du neuf, quoi. Donc, en fait, je pense que c'est quand même souvent souvent neuf et beaucoup de jouets. (Participante 2)

Les récits d'acquisition et d'appropriation d'objets usagés livrés par les participants démontrent ainsi la manière dont les pratiques de consommation circulaire reposent sur le croisement favorable de plusieurs dimensions, par exemple un réseau social, une famille ou des amis qui font don de leurs objets; des valeurs partagées à l'intérieur d'un ménage; la capacité de se déplacer; la présence de ressourceries ou d'autres commerces similaires à proximité; ou alors les compétences nécessaires pour trouver des objets usagés et juger de leur qualité.

3.4 Désengagement et élimination : dimension du sens et des significations

Si les phases d'acquisition et d'appropriation d'objets reposent sur un ensemble relativement complexe de compétences, de ressources et d'accès à des infrastructures, l'histoire se simplifie lorsque vient le temps de s'en défaire. La complexité des pratiques et leur enchevêtrement avec des pratiques liées à d'autres aspects de la vie quotidienne sont beaucoup moins grands.

Règle générale, les participants activement engagés dans l'économie de seconde main sont disposés à déployer des efforts importants pour éviter d'acheter du matériel neuf, mais, au moment de se départir de leurs choses, ils vont de facto vers la solution la plus facile, sans nécessairement remettre en question son fonctionnement ou ce que les objets donnés deviennent :

- Les personnes interrogées qui choisissent de mettre leurs objets en vente sur Internet sont la minorité, citant souvent la complexité de l'opération ou des expériences désagréables (p. ex., avec des gens qui ne se présentent pas);
- Les organismes qui récoltent des dons, comme Renaissance, le Village des Valeurs et les ressourceries locales, ou encore les bacs parsemés dans les villes qui servent le plus souvent à collecter les vêtements sont nommés comme les principaux endroits où se départir des objets jugés encore assez bons pour être passés au suivant;
- L'écocentre est le dernier endroit où les objets potentiellement réutilisables peuvent se retrouver.

Une fois déposés à l'endroit choisi, les objets quittent le plus souvent la mémoire des participants, qui considèrent avoir fait leur part pour assurer leur survie à partir des infrastructures de l'économie circulaire.

Autant l'acquisition que l'élimination d'objets suscitent des émotions qui révèlent la manière dont les individus investissent les objets de signification en lien par exemple avec leur famille ou leur biographie. Comme évoqué plus haut, lorsqu'elle prend un sens particulier ou suscite des émotions, l'acquisition peut être liée au plaisir de recevoir, de chercher, de choisir, de faire des trouvailles, ce qui entraîne aussi une certaine fierté.

Les émotions semblent toutefois beaucoup plus fortes au moment de se départir d'objets. Les participants rapportent de la tristesse ou de la nostalgie parce que les objets leur rappellent certaines personnes (p. ex., leurs grands-parents) ou certaines phases de leur vie. Se départir d'objets devient ici associé à une forme de deuil :

Moi, je vendais des affaires que ma grand-mère m'avait données – justement, je parlais de décoration. Là, tu sais, il y a tout le temps une partie comme « câline »... Tu sais, tu laisses aller des souvenirs, là, quand même, avec tout, ça fait qu'il y a quand même un petit « deuil » entre guillemets à faire. (Participant 6)

Cette tristesse est parfois teintée du plaisir ou du réconfort de savoir que les objets vont continuer à vivre. Les affects s'expriment de manière particulièrement forte pour tous les objets liés aux enfants. Par exemple, une participante raconte, au moment de vendre la bassinette de son bébé devenu grand :

Je pense que j'étais probablement un petit peu émue. Mais, en même temps, j'étais heureuse parce qu'il y avait une future maman avec son gros ventre. Alors, je me disais : « Ah, c'est bien, il y a un beau bébé qui va aller là-dedans. » Mais, en même temps, c'est ça, il y avait un peu cette tristesse, cette tristesse, mais cette nostalgie de dire au revoir à un objet qui avait tenu mon tout petit bébé quand il était vraiment tout petit. (Participant 12)

Cet attachement démontre le caractère signifiant du matériel et des objets dont les individus cherchent à se départir.

La trajectoire parcourue par les objets au moment de s'en défaire témoigne elle aussi de leur dimension signifiante. En effet, comme l'écrit Evans (2019), se départir des objets est un processus de désinvestissement symbolique progressif, où les objets perdent peu à peu de leur sens dans l'existence d'un individu ou d'un ménage.

Chez les individus rencontrés, le chemin pris par les objets destinés à sortir de leur vie se déroule généralement ainsi : on relègue d'abord les objets devenus inutiles ou superflus au fond d'un tiroir ou d'un placard, puis ils sont perçus comme étant de plus en plus encombrants. Au moment où les ménages décident de désencombrer leur logement, les objets survivent le plus souvent à un premier tri, expression d'une

hésitation liée à leur signification, aux souvenirs ou aux relations qui leur sont associés, ou à leur caractère utilitaire. Ils survivent parfois à un deuxième tri, mais très rarement à un troisième. En dernier lieu, les individus se résignent à se défaire des objets en question, que ce soit par le don, par la vente ou par la mise au rebut. À ce moment, la phase de désengagement est complétée et les objets sont éliminés. Il s'agit ici d'un processus à sens unique; une fois les objets sortis de la maison, ils n'y retournent généralement pas.

En somme, alors que l'acquisition d'objets usagés demande la mise en œuvre d'un ensemble de compétences qui doivent être développées, le travail à mettre en œuvre pour s'en départir est beaucoup plus simple. Il est raisonnable de supposer que les pratiques déployées par les individus lors de cette phase de la consommation seraient différentes si les connaissances concernant ce qu'il advient de ces objets étaient plus développées.

Le désengagement, quant à lui, est par définition un processus signifiant, qui tend à être lié à l'histoire ou à la biographie de la personne concernée. Se départir d'un objet, c'est souvent revisiter son histoire et reconstruire son sens. Dans la fin de la consommation, la dimension du sens pèse au moins aussi lourd dans la performance des pratiques que les arrangements matériels. Il s'agit toutefois de la dimension sur laquelle il est le plus difficile d'agir pour faciliter la circulation des objets dans l'économie circulaire.

4. Discussion

Dans l'état actuel des choses, il semble que l'acquisition d'objets usagés relève du passe-temps ou de la passion, qui demande le développement de compétences spécifiques et le déploiement important de ressources temporelles, financières, culturelles et sociales, beaucoup plus que d'un ensemble de pratiques facilement généralisables.

L'analyse des pratiques de consommation d'objets de seconde main montre que toute mise à l'échelle de la consommation circulaire – dans l'objectif d'une réduction de l'impact matériel du mode de vie occidental – repose sur le développement d'infrastructures adéquates qui permettraient de se procurer facilement ces objets, réduisant de fait le travail demandé aux consommateurs. Une telle mise à l'échelle dépend également d'infrastructures qui permettent aux objets de réellement gagner une seconde vie.

Plusieurs de ces infrastructures existent déjà, mais celles-ci demeurent insuffisantes pour que la consommation circulaire soit l'option « par défaut ». Une des solutions les plus évidentes serait donc de soutenir leur développement. Par exemple, il existe au Québec quelques entreprises privées ou d'économie sociale qui disposent de grandes surfaces pour vendre un volume important d'objets usagés, et qui ont les ressources nécessaires pour les recueillir, les trier et en vendre une grande quantité³. Celles-ci jouent un rôle majeur dans la mise en place de la circularité à l'échelle des consommateurs. On trouve aussi plusieurs dizaines de plus petites ressourceries, parsemées un peu partout au Québec. (La seule région de Québec en compte plus de 40.) Elles sont souvent rattachées à une paroisse, où elles servent à financer les activités de la banque alimentaire du quartier, et reposent principalement ou entièrement sur le travail de bénévoles, souvent retraités.

Ces organismes peinent à voir leur place dans l'économie circulaire reconnue, alors qu'ils jouent un rôle non négligeable pour l'élimination et le réusage des objets de consommation. Ils rencontrent de ce fait des défis majeurs, parmi lesquels :

- *Le manque de main-d'œuvre spécialisée*, qui pourrait permettre la professionnalisation des activités de marketing et de mise en marché (p. ex., l'organisation physique des boutiques);
- *Le manque de ressources pour gérer la masse des objets reçus*, dans un contexte où se débarrasser des marchandises invendables ou invendues représente beaucoup de travail et entraîne des coûts élevés, en plus de demander un effort physique important de la part de bénévoles, qui sont souvent retraités;
- *Le manque de prévisibilité pour les consommateurs*, qui ne savent jamais s'ils vont trouver là ce dont ils ont besoin, ce qui nuit à l'attractivité;
- *Leur petite taille et leur sous-financement chronique*, ce qui les mène à peiner à faire entendre leur voix et à recevoir le soutien financier et matériel dont elles ont besoin pour améliorer leurs opérations, notamment par une meilleure coordination entre elles et la mutualisation des ressources.

Pourtant, il semble assez clair que ce type de structure entre en résonance avec les pratiques actuelles des consommateurs que cet article a mises en lumière, et qu'un réseau de ressourceries bien supporté, qui serait développé à partir de ce qui existe déjà, permettrait d'augmenter de manière marquée la popularité de ce type d'espace de consommation, d'autant plus que celles-ci sont déjà très bien réparties sur le territoire québécois (voir ARQ, 2024; Dorais, 2024).

Finalement, il faut noter que la consommation circulaire ne permet pas, par défaut, de s'extraire de la logique consumériste au cœur du mode de vie occidental. Dans le pire des cas, c'est un moyen de s'acheter une bonne conscience parce que les objets remis en circulation ne se retrouvent pas directement à la poubelle – du moins, pas de notre main. Dans le meilleur des cas, elle permet une réduction significative de l'impact matériel des biens consommés par un ménage, mais cette réduction demeure cantonnée à l'échelle individuelle.

Conclusion

Il est donc impératif, pour permettre la mise en œuvre de pratiques circulaires qui représentent une véritable transformation de nos modes de consommation, de toujours y réfléchir à l'échelle collective et à l'intérieur d'un système d'approvisionnement qui n'encourage pas la consommation, mais soutient la remise en question des manières de faire actuelles.

Limites et biais

Cette recherche comporte des limites et biais qu'il importe de souligner.

D'abord, la plupart des participants ont été recrutés par une liste d'envoi de l'Université Laval, ce qui a entraîné une certaine homogénéité dans l'échantillon.

Ensuite – et surtout –, de très nombreux espaces et stratégies d'insertion dans l'économie circulaire ont été laissés de côté, principalement par manque de données et en raison de la relative homogénéité de l'échantillon. Au nombre de ces espaces et stratégies comptent la réparation; les friperies haut de gamme; celles qui fonctionnent avec un système de consigne; les différentes formes de don, de prêt ou d'échange informelles (p. ex., des soirées d'échange de vêtements entre amies) ou formelles (p. ex., des applications spécialisées ou les réseaux sociaux). Les livres usagés vendus dans les bouquineries ou accessibles gratuitement dans les boîtes de partage de type « croque-livres4 », tout comme les « outilhèques », n'ont pas été mentionnés par les participants, tout comme la vaste diversité des services

offerts par les bibliothèques publiques (p. ex., le prêt d'instruments de musique ou d'équipement sportif). Ce n'est ici qu'une liste sommaire des avenues que peuvent emprunter les consommateurs dans l'économie circulaire et qui ne sont pas explorées ici, avenues qui démontrent bien la multitude des possibilités à partir desquelles construire des modes de consommation alternatifs.

NOTES

- 1 Notons la parution, en 2025, d'un numéro spécial de la revue *Consumption and Society* intitulé « *Everyday circularities: Rethinking consumption in the circular transformation* », dirigé par Kersty Hobson et Mary Greene. Il offre une synthèse de ce qui a été fait jusqu'à maintenant et annonce la direction que pourra prendre une sociologie de la consommation circulaire dans les années à venir.
- 2 Nous souhaitons remercier Amélie Zarir et Oumayma Aghzere, toutes deux étudiantes à l'Université Laval, pour le travail réalisé dans le cadre de cette recherche.
- 3 Par exemple, l'entreprise d'économie sociale Renaissance regroupe 1350 employés permanents et 136 bénévoles vivant avec une déficience intellectuelle ou physique, qui travaillent dans 1 centre de distribution, 27 centres de dons, 11 librairies, 6 boutiques, 19 friperies et 1 magasin de liquidation (Renaissance, 2025).
- 4 <https://croquelivres.ca>

RÉFÉRENCES

- Åberg, D. M. et Greene, M. (2024). Circular plastic consumption in everyday life: A nexus of practice perspective. *Consumption and Society*, 4(2), 170-191. <https://doi.org/10.1332/27528499Y2024D000000034>
- Association des ressourceries du Québec (ARQ). (2024). *Accueil*. <https://www.ressourceriesquebec.ca>
- Dorais, J. (2024). *L'Association des ressourceries du Québec : l'établissement d'un regroupement des organismes de réemploi solidaire au Québec* [Rapport d'intervention]. Université de Sherbrooke. <http://hdl.handle.net/11143/21439>
- Dubuisson-Quellier, S. et Plessz, M. (2013). La théorie des pratiques : quels apports pour l'étude sociologique de la consommation? *Sociologie*, 4(4), 4. <http://journals.openedition.org/sociologie/2030>
- Evans, D. M. (2019). What is consumption, where has it been going, and does it still matter? *The Sociological Review*, 67(3), 499-517. <https://doi.org/10.1177/0038026118764028>
- Glaser, B. et Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine de Gruyter.
- Godin, L. et Sahakian, M. (2018). Cutting through conflicting prescriptions: How guidelines inform "healthy and sustainable" diets in Switzerland. *Appetite*, 130, 123-133. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.08.004>
- Greene, M., Hobson, K. et Jaeger-Erben, M. (2024). Bringing the circular economy home: Insights from socio-technical perspectives on everyday consumption. *Cleaner and Responsible Consumption*, 12, 100157. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100157>
- Hobson, K. (2016). Closing the loop or squaring the circle? Locating generative spaces for the circular economy. *Progress in Human Geography*, 40(1), 88-104. <https://doi.org/10.1177/0309132514566342>
- Hobson, K., Holmes, H., Welch, D., Wheeler, K. et Wieser, H. (2021). Consumption work in the circular economy: A research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 321, 128969. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128969>
- Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2023). *Climate change 2023: Synthesis report*. <https://doi.org/10.59327/IPCC/AR6-9789291691647>
- Isehour, C. et Berry, B. (2020). "Still good life": On the value of reuse and distributive labor in "depleted" rural Maine. *Economic Anthropology*, 7(2), 293-308. <https://doi.org/10.1002/sea2.12176>
- Mylan, J., Holmes, H. et Paddock, J. (2016). Re-introducing consumption to the "circular economy": A sociotechnical analysis of domestic food provisioning. *Sustainability*, 8(8), 794. <https://doi.org/10.3390/su8080794>
- Paillé, P. et Mucchielli, A. (2021). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin.

- Québec circulaire. (2024). *Concepts et définitions*. <https://www.quebeccirculaire.org/static/Enjeux-et-definition.html>
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263. <https://doi.org/10.1177/13684310222225432>
- Renaissance. (2025). *Vision et mission*. <https://renaissancequebec.ca/fr/la-mission>
- Schulz, C., Hjaltadóttir, R. E. et Hild, P. (2019). Practising circles: Studying institutional change and circular economy practices. *Journal of Cleaner Production*, 237, 117749. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117749>
- Shove, E. et Pantzar, M. (2005). Consumers, producers and practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 43-64. <https://doi.org/10.1177/1469540505049846>
- Shove, E., Pantzar, M. et Watson, M. (2012). *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How it Changes*. SAGE.
- Sutcliffe, T. E. (2022). Consumption work in household circular economy activities: Findings from a cultural probe experiment. *Journal of Cultural Economy*, 15(5), 568-583. <https://doi.org/10.1080/17530350.2022.2066150>
- Tölg, R. et Fuentes, C. (2024). Care and circularity: How the enactment of care enables and shapes the circular consumption of clothing. *Consumption and Society*, 4(2), 213-231. <https://doi.org/10.1332/27528499Y2024D000000032>
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131-153. <https://doi.org/10.1177/1469540505053090>
- Wheeler, K. et Glucksman, M. (2015). *Household recycling and consumption work: Social and moral economies*. Palgrave Macmillan.
- Wiedmann, T., Lenzen, M., Keyßer, L. T. et Steinberger, J. K. (2020). Scientists' warning on affluence. *Nature Communications*, 11, 3107. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-16941-y>