

Le marché européen de la seconde main dopé par la pandémie, l'e-commerce et les prix

Délaissé pendant longtemps, le marché de la seconde main fait des émules. Entre les nouvelles startups qui se lancent sur le secteur et les grandes marques qui développent cette branche, l'occasion connaît une belle croissance selon une étude menée par Tripartie, société sécurisant les échanges via les plateformes.

Investisseurs, entrepreneurs, consommateurs. Le secteur de la seconde main entre particuliers semble faire l'unanimité et ce n'est pas Back Market -qui vient de lever 450 millions d'euros- qui va dire le contraire. Et elle n'est pas la seule à avoir réussi à faire les yeux doux aux fonds d'investissement. Vinted a également réalisé une opération de 250 millions d'euros en mai dernier. Son succès ne se dément pas malgré la concurrence. En deux ans, la plateforme a conquis 14 millions de nouveaux utilisateurs.

Les astres s'alignent

Selon l'étude réalisée par Tripartie, le marché européen de la seconde main s'élève à 86 milliards d'euros dont 7 milliards d'euros uniquement pour la France. Le secteur de l'habillement est particulièrement porteur. De 7 milliards de dollars en 2019, il devrait passer à 36 milliards de dollars en 2024, selon les estimations. Le marché de l'automobile connaît lui aussi un boom, notamment depuis la pandémie, et ce, pour deux raisons : la baisse du pouvoir d'achat de certains consommateurs et la pénurie de pièces, et donc de modèles à disposition.

À lire aussi

[Everide marche sur les traces de Vinted pour les amateurs de sport en plein air](#)

Au-delà de ces deux exemples, le marché de la seconde main est porté par 5 facteurs :

des prix attractifs d'autant plus intéressants dans une période de crise qui a grevé le pouvoir d'achat de certains consommateurs,

la démocratisation de l'e-commerce déjà en cours mais largement poussée par la pandémie,

la conscience écologique avec le souhait de réduire son impact sur l'environnement,

la pandémie qui a obligé les consommateurs préférant se rendre en magasins à se tourner vers l'e-commerce pour poursuivre leurs achats,

la revente des cadeaux.

L'étude Tripartie pointe souligne ainsi une croissance exponentielle du commerce électronique dans le monde, principalement en raison d'une meilleure accessibilité à Internet, la baisse des coûts des transactions et l'amélioration des usages sur mobile. L'Europe étant encore à la traîne par rapport aux Etats-Unis et à la Chine sur ce prisme, cette croissance devrait se poursuivre dans les années à venir.

La concurrence s'accroît

Mis en avant par des entreprises comme Vinted ou [Leboncoin](#), la seconde main a pris un nouvel essor auquel toutes les entreprises veulent prendre part. La première bataille se joue entre les plateformes généralistes et spécialisées. Les premières, installées dans le paysage depuis un certain temps, ont réussi à construire une image de marque forte et permettent de tout trouver sur une seule plateforme. Mais d'autres startups comme [Beebs](#), [Family Affaire](#) ou [Biicou](#) en France, ont compris qu'elles avaient un atout à jouer en se concentrant exclusivement sur les enfants et la puériculture. L'avantage de ces dernières repose sur une rapidité d'accès à l'information : le consommateur sait exactement ce qu'il peut trouver. Ces plateformes travaillent également l'expérience utilisateur avec un système de filtre optimisé, un paiement sécurisé, une vérification en amont des produits, qui leur permettent de surfer sur les faiblesses de leurs concurrentes.

La concurrence intervient aussi du côté des réseaux sociaux. Facebook possède sa propre marketplace où ses utilisateurs et utilisatrices peuvent vendre et acheter des produits de seconde main. Amazon s'est aussi lancée sur le secteur en 2018 avec Amazon Second Chance, une extension de l'offre marketplace des articles d'occasion à prix attractifs certifiés.

À lire aussi

[Comment ces trois startups tentent d'exploiter les défauts de Vinted](#)

Les enseignes comme Décathlon ou La Redoute ne sont pas en reste et ont récemment choisi de lancer des corners dans leurs magasins ou un site -la Reboucle- dédiés à ces produits. Une manière de montrer leur engagement pour l'environnement mais aussi et surtout de répondre à un vrai besoin des consommateurs, de les ramener en magasin ou de les pousser à acheter. La Redoute propose aux revendeurs une somme en monnaie sonnante et trébuchante ou un bon d'achat pondéré de 25% à ses vendeurs.

Des freins à travailler

Si tous les indicateurs semblent au vert, quelques freins perdurent. La

croissance des transactions s'accompagne d'une multiplication des arnaques sur ces fameuses plateformes. Et dans certains cas, il est bien difficile pour le vendeur comme l'acheteur de se faire rembourser ou payer. Plusieurs cas de vente de contrefaçons, d'annonces mensongères ou de colis non envoyés ont été remontés auprès de certaines plateformes. Et le service client n'est pas toujours à la hauteur pour régler ces situations. Pour éviter la propagation des arnaques, certaines places de marché ont choisi de proposer une expérience entièrement en ligne comprenant un paiement sécurisé où l'argent est débloqué uniquement lorsque le bien est arrivé à destination et validé par le client, même si force est de constater que certains désagréments perdurent.

Article écrit par ANNE TAFFIN