Redivie aide les marques d’habillement à se mettre à la seconde main

Cette nouvelle venue sur le marché de la seconde main propose une solution logistique clé en main pour installer des corners dédiés dans les magasins de vêtements.

Temps de lecture : minute

19 mai 2022

Petit Bateau, Kiabi, les Galeries Lafayette… Les enseignes et grands magasins tentent de plus en plus d’ouvrir dans leurs boutiques des offres de vêtements de seconde main. Et cela n’est pas sans raison : ce marché grandissant qui répond à de nouvelles tendances de consommation pourrait croître de 15 à 20 % par an dans les cinq prochaines années, selon une étude du Boston Consulting Group.

Si ce marché n’est plus seulement du ressort de spécialistes reconnus comme Vinted ou LeBonCoin, les marques d’habillement rencontrent encore des freins pour développer ce type de services en leur sein. En effet, la seconde main suppose une logistique complexe et spécifique qui ne peut pas s’improviser. Alors, pour accompagner les marques, Antoine Ghesquière et Paola Grès ont créé Redivie, une solution clé en main pour permettre aux marques d'habillement de créer des corners seconde main dans leurs magasins.

Collecte, tri et redistribution

Fondée en mai 2022, la startup accompagne ses clients dans la mise en place d’un corner de seconde main dans leurs magasins, en prenant en

charge toute la logistique qu’implique ce service. Concrètement, Redivie s’occupe de collecter les produits chez les consommateurs par colis relais, de trier les vêtements selon leur marque et leur état, de les envoyer dans les laveries ou couturiers partenaires si besoin et de les redistribuer directement dans les boutiques.

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

Redivie vient d’être sélectionnée dans le Saclay 20, un classement qui récompense les 20 startups les plus prometteuses de Paris-Saclay. La jeune pousse se rémunère en faisant payer un abonnement mensuel aux marques qui font appel à ses services pour tracer les vêtements, et en prenant une commission sur chaque vente de produit qu’elle ramène en magasin.

En plus d’aider les marques à développer une offre plus durable, la startup l’affirme : opter pour Redivie permet à ces dernières de fidéliser leurs clients, en leur proposant " *les nouveaux modes de consommation qu'ils attendent* ".

Article écrit par Heloïse Pons