SneakerTech - Épisode 1 : Les resellers comme point de départ

L’industrie de la sneaker marcherait-elle à l’envers ? De la spéculation à la fraude sur les plateformes en passant par le métavers et la durabilité, Maddyness décrypte à travers une série de 6 articles (baptisée SneakerTech), les clés pour comprendre cette économie aux multiples enjeux.

Temps de lecture : minute

---

19 décembre 2022

Pour bien appréhender l’industrie de la sneaker dans son ensemble, il est important de s’intéresser aux revendeurs, au design et aux collaborations des marques, à la technologie, à la contrefaçon, à la fabrication, à la distribution et à beaucoup d’autres sujets tous plus intéressants les uns que les autres. Immersion dans une économie mal connue. Le moment idoine pour interroger et récolter en priorité l’avis de quelques experts qui vivent et qui font au quotidien cette culture sneaker.

Episode 1 : Le point de départ de cette série d’articles sur " Le business de la revente de sneakers en pleine explosion " : les Resellers

Eté 2022 : L’annonce tombe, Michael Malekzadeh est inculpé aux États-Unis et poursuivi pour fraude électronique, complot pour fraude bancaire et blanchiment d’argent. À la tête de sa plateforme -Zadehkicks- de revente de sneakers neuves en édition limitée, il est accusé d’avoir arnaqué des milliers de personnes ainsi qu’American Express et Paypal réunis, pour un montant total estimé à 85 millions de dollars… Le monde de la sneaker est en émoi.

Les sneakers, accessoires de mode et de spéculation

Ces paires de baskets citadines recherchées, commercialisées notamment par Nike, Adidas ou New Balance, s’arrachent en ligne surtout ou parfois en boutique. Elles se revendent souvent plusieurs fois le prix de départ sur le marché secondaire, par l'intermédiaire de plateformes de revente. Pour ne citer que les plus prisées par “les sneakerheads”, on retrouve des sites comme GOAT, Stadium goods ou le leader français Wethenew.

La Sneakertech a même sa licorne avec l’américain StockX, “stockmarket of things”, la plus grande bourse historique de la sneaker, présente sur tous les continents.

Pour comprendre le rôle des plateformes et leur influence, Maddyness s’est rapprochée d’Anna Events, fondatrice de l’agence évènementielle et marketing d’influence - Son of Sneakers : "*Il est difficile d’inventorier un nombre précis de resellers. Lors des derniers Urban Flea market dédiés à la culture urbaine cette année, rien que sur la région nord, nous avions enregistré 70 resellers sur notre marché itinérant. Et en octobre notre UFM de la région de Toulouse a réuni environ 60 exposants sur plus de 1500 m2*".

Pour Anthony Debrant fondateur et CEO de Sneakmart, une application destinée aux passionnés de la culture streetwear : "*Le game de la sneaker est déjà plié pour moi ! Le marché est saturé, on peut comptabiliser 20 acteurs significatifs seulement pour l'Europe. Comme les français Wethenew, Kikikickz ou l’allemand Klekt…*".

Les Resellers (*revendeurs), de la multinationale au vendeur particulier

Le marché secondaire de la revente de sneakers représente selon les dernières estimations de la société financière américaine Cowen, plus de 10 milliards de dollars, soit 10 à 15 % du marché total mondial de la sneaker “neuve”. Et les prévisions projettent ce marché à près de 30 milliards de dollars d’ici 2030, soit 25 % du marché total. Un marché devenu colossal en quelques décennies seulement.

Le marché secondaire parfois un peu opaque sur ses règles et ses codes, ne cesse de se professionnaliser et de se digitaliser. 40 % des revendeurs sur la plateforme de revente Wethenew sont des revendeurs professionnels en BtoB selon Michael Holzmann son cofondateur et co-CEO. Un business tellement juteux que les comptes des revendeurs se multiplient comme les innombrables modèles de sneakers mis en vente par les marques et leurs stories inondent les réseaux sociaux comme Instagram et Tiktok.

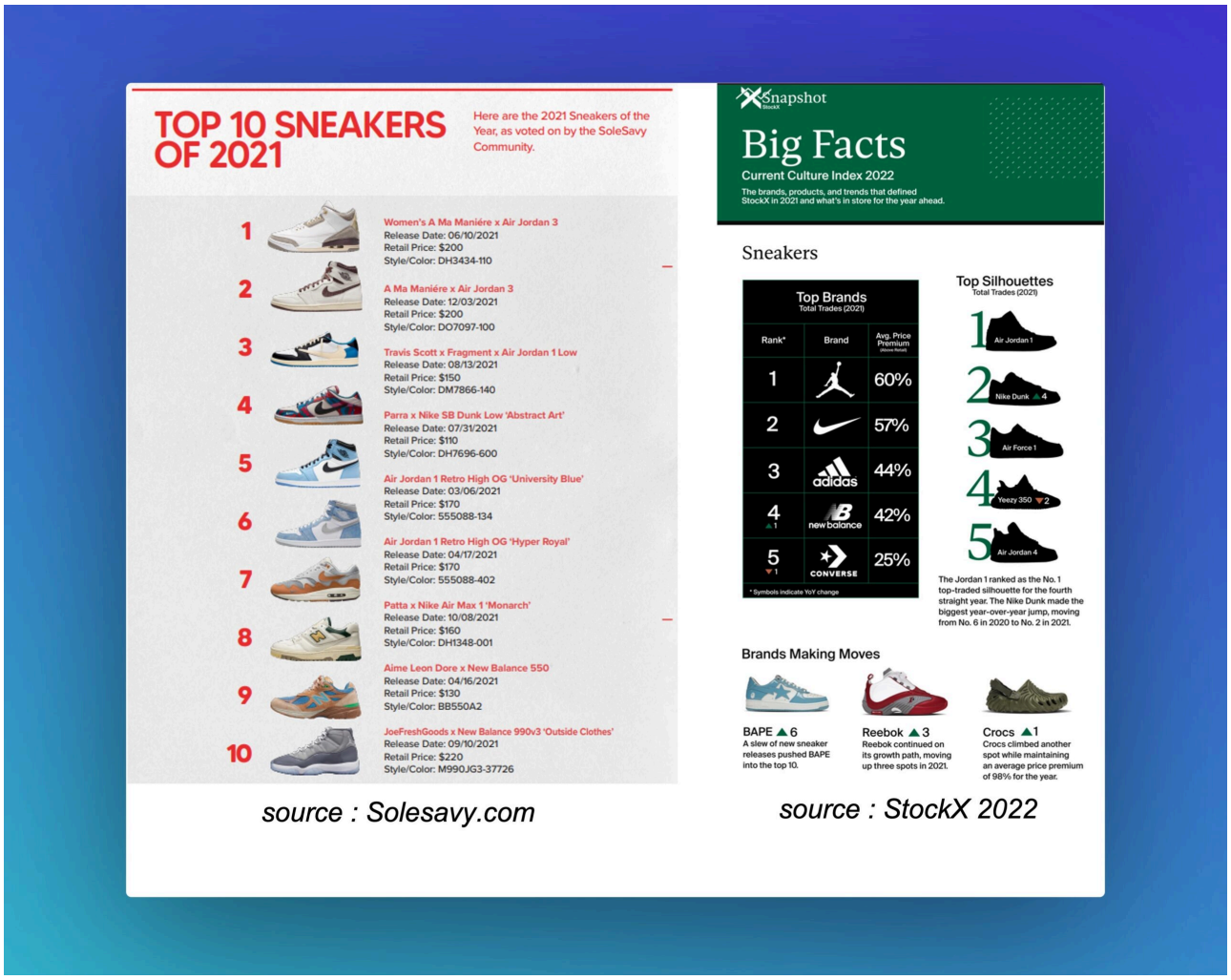
Certains particuliers, devenus professionnels, en ont même fait leur job à plein temps et gèrent leur business comme une petite entreprise avec son propre réseau de fournisseurs et ces process sur ce marché secondaire. Les collectionneurs passionnés de baskets d’hier sont devenus des “sneakerheads” s’apparentant à des “traders” qui utilisent des dizaines de cartes de crédit différentes pour financer leurs achats et prendre des “positions” sur le marché de la revente de sneakers. Jusqu’à en tirer plusieurs dizaines de milliers d’euros ou de dollars.

À voir se multiplier les levées de fonds, les opérations de rachat et la concentration sur le secteur, on comprend que le marché est non seulement colossal, lucratif mais qu’il attise aussi toutes les convoitises. Pour exemple, en 2019, Footlocker a dû débourser près de 100 millions de dollars pour entrer au capital de GOAT (aka Greatest Of All the Time),

la plateforme de resell, devenu sponsor officiel sur les maillots de football du Paris-Saint-Germain lors de la saison 2022.

La licorne StockX (ex-Campless) est quant à elle valorisée à environ 4 milliards de dollars et étudie à présent son entrée prochaine en bourse aux Etats-Unis. C’est sûr, le business de la revente de sneakers fera encore parler de lui !

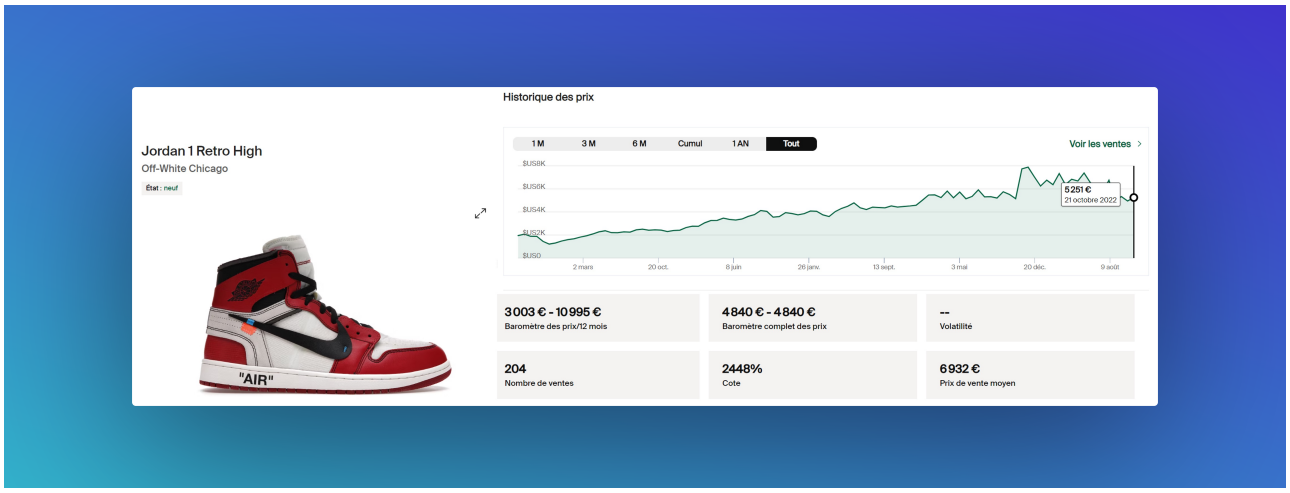
Pour prolonger la lecture : L’épisode 2 sera consacré à l’importance de la data et la tech dans les business model des plateformes resellers.



Quelques chiffres clés et faits marquants épisode 1 :

 Business colossal, le marché mondial de la sneaker “neuve” est évalué entre 75 Milliards $ et 90 Milliards $ en 2022 et même projeté à 120 Mds $ avant 2030 selon que l’on considère ou non le marché secondaire sur les plateformes de revente - Les “resellers”.

 Ce marché secondaire mondial de la revente de sneakers pèse selon les dernières estimations de la société financière Cowen plus de 10 milliards de dollars aujourd’hui et les prévisions projettent près de 30 Milliards de dollars en 2030.



Levées de fond, rachats et concentration des plateformes :

 La licorne StockX (ex-Campless) est valorisée à environ 4 Milliards de dollars et étudie son entrée en bourse aux Etats-Unis; StockX aura levé plus de 690 millions de dollars depuis sa création lors de ses multiples tours de table.

 Deux des plus gros acteurs, GOAT et FlightClub, qui ont fusionné et donné naissance à une entreprise valorisée à 550 millions de dollars. D'ailleurs, celle-ci compte parmi ses actionnaires la chaîne de magasins Foot Locker, qui a dû débourser 100 millions de dollars pour entrer au capital.

 Le français WetheNew, marketplace spécialisée dans la vente de sneakers neuves en édition limitée créé en 2018, a levé 10 millions d’euros avec une croissance x3 à x4 chaque année et un runway de 100 Millions d’euros en target pour 2022-2023. En 2022, ce sont 500.000 commandes qui passeront par la plateforme.

Article écrit par Alexandre Seperoumal