

Comment ces trois startups tentent d'exploiter les défauts de Vinted

Le marché de la seconde main explose depuis quelques années en France, porté à la fois par des besoins économiques mais aussi des convictions environnementales. Si Vinted et Leboncoin ont pris de l'avance, d'autres sociétés réussissent à grandir dans l'ombre de ces géants.

Temps de lecture : minute

22 décembre 2020

A l'approche de Noël, la Redoute vient de lancer la Reboucle, un site de revente de vêtements et de biens entre particuliers, rejoignant ainsi Decathlon, Aigle mais aussi Vinted et Leboncoin sur le marché de la seconde main. La crise n'a pas freiné l'engouement pour ce secteur, bien au contraire. Vinted annonce avoir gagné un million et demi d'utilisateur·rice·s français·es depuis le début de l'année, soit 12,5 millions aujourd'hui. Au troisième semestre, plus de 4 millions de Français·es se connectaient chaque jour sur Vinted selon [la Fevad/Médiamétrie](#). Mais derrière ces géants se cachent une forêt de sociétés un peu moins connues qui oeuvrent dans la seconde main et bénéficient pourtant elles aussi d'une belle croissance.

Vinted a ouvert la voie

"En 2016, la seconde main avait le vent en poupe aux États-Unis mais pas en France. Quelques sites proposaient cela mais les vendeurs étaient soumis à une commission de 3 euros pour chaque vente, ce qui n'était pas rentable" , confie avec recul Anthony Boderiou, cofondateur et CEO

de Once Again. Pour être attractif, comme l'est aujourd'hui Vinted, il aurait fallu que les vêtements se vendent à 2 euros. Seul le luxe pouvait finalement en tirer profit, les prix étant déjà élevés à la base.



À lire aussi

Freepry aide les marques à se lancer dans la seconde main

Vinted a fait disparaître les frais de vente pour les particuliers et utilisé le marketing pour se faire connaître, démocratisant ainsi sur le numérique un marché de la seconde main réservé jusque-là aux boutiques physiques et fripperies.

Mais les années passant, la startup lituanienne est aussi sous le feu des projecteurs, avec nombreuses critiques sur sa capacité à gérer les arnaques et les escroqueries. Certaines mésaventures sont racontées sur le forum de la société, son groupe Facebook ou Trustpilot. L'an dernier, le magazine 60 millions de consommateurs alertait également sur les risques encourus avec ce type de solutions. C'est notamment sur ces failles que trois acteurs essaient de fructifier pour faire vivre leur business et exister à côté des géants.

Passer au crible la qualité

"En tant que maman, j'ai acheté des produits sur Leboncoin, reconnaît Marie de Longvilliers, cofondatrice d'Il était plusieurs fois, mais leur état était vraiment variable". Tout le monde n'a pas la même définition d'un manteau ou d'une jupe en très bon ou en bon état. Pour palier ce problème, la société a choisi de se positionner comme un tiers de confiance. Un modèle également adopté par Once Again à son lancement en 2016. "Nous sommes propriétaires de la marchandise que nous mettons en ligne, nous proposons un service de rachat cash des vêtements", détaille Anthony Boderiou. Les particuliers envoient les vêtements dont ils souhaitent se séparer. À la réception des colis, une sélection est effectuée et ne sont conservés que les produits répondant aux standards de l'entreprise.



À lire aussi

BackMarket, Vinted, CertiDeal... Les possibles grands gagnants de Noël

Les produits restants sont renvoyés aux propriétaires ou donner à des associations comme les Orphelins verts ou le Secours populaire. Résultat,

"la qualité des vêtements est assurée sur notre site et certaines personnes les achètent même pour faire des cadeaux de naissance" , avoue fièrement Marie de Longvilliers. Les acheteurs bénéficient aussi d'un autre avantage : des frais de port unique. En effet, si vous souhaitez acheter chez plusieurs vendeurs sur Vinted, vous devrez vous acquitter de 3 à 7 euros à chaque fois.

La spécialisation de l'offre

De leur côté, les vendeurs gagnent énormément de temps. Entre les photos à prendre, les vêtements à repasser, les commentaires auxquels répondre et les colis à envoyer, certains préfèrent finalement lâcher l'affaire. Surtout pour les gammes de vêtements de puériculture comme les bodys qui se revendent seulement quelques euros. La spécialisation est d'ailleurs un autre atout des concurrents de Vinted.

"Nous avons choisi dès le départ de nous positionner sur le secteur des marques hommes et femmes avec un côté luxe" , explique Benjamin Augros, cofondateur de Prêt à changer qui a revendu sa société depuis. L'entreprise Il était plusieurs fois a choisi l'univers des enfants et des bébés, Once Again mise sur les adultes (toutes gammes confondues) tandis que Videdressing (rachetée en 2018 par Leboncoin) a pris le partie du luxe.

En garantissant la qualité, en réalisant des photos de meilleure qualité, en limitant les frais pour les acheteurs, "*nous professionnalisons le secteur de la vente de seconde main*" , confient les trois interviewés. Si Vinted continue à croître et attirer des acheteurs, les trois dirigeants confient tous vivre une belle année 2020 malgré l'environnement sanitaire unique et sont convaincues qu'il ne s'agit que d'un début. Une chose est sûre, le seconde main entre petit à petit dans le quotidien des Français·es et plus de 40% comptent mettre un produit d'occasion au pied du sapin cette année.

Article écrit par Anne Taffin