

Reconditionné : les entreprises dans la course à l'approvisionnement

Si ce secteur a connu deux belles années à la faveur de la pénurie de composants électroniques qui a ralenti le marché du neuf, les acteurs du reconditionné se confrontent à un autre enjeu : celui de capter suffisamment de produits à remettre en état.

Temps de lecture : minute

14 février 2022

Le 7 février dernier, United.b, un consortium d'industriels réunissant des enseignes telles que Boulanger et Electro Dépôt, annonçait sa prise de participation majoritaire au capital du spécialiste du reconditionnement Recommerce. Un rapprochement qui représente un avantage stratégique pour le pionnier français de cette jeune industrie : celui de s'assurer un flux d'approvisionnement régulier de produits à reconditionner. En effet, la startup va maintenant pouvoir bénéficier des smartphones, ordinateurs, consoles de jeux et tablettes récupérés par Boulanger dans ses points de vente, qu'elle remettra à neuf pour les revendre ensuite via la filiale " 2nd life " du géant français.

Évangélisation et pédagogie

Cet avantage est loin d'être anecdotique, puisque l'approvisionnement en produits constitue un enjeu majeur pour les entreprises de ce marché où la concurrence est féroce. Cela est d'autant plus vrai en France, pays qu'il reste encore à sensibiliser sur les pratiques de reconditionnement. " *Les Français n'ont pas encore le réflexe de vendre leurs anciens téléphones, et 120 millions de produits traînent actuellement dans nos tiroirs* ",

regrette Eric Cordon, CEO et co-fondateur de la startup Quel Bon Plan, créée en 2020. *Pour faciliter l'approvisionnement des reconditionneurs, le premier enjeu est de modifier les habitudes des Français. Nous avons notre rôle d'évangéliste à jouer à travers nos prises de paroles et nos actions marketing "*.

Back Market partage ce constat et met aussi en place des stratégies pour encourager les consommateurs à passer le cap : " *Depuis notre lancement nous faisons beaucoup de pédagogie auprès des consommateurs pour qu'ils revendent leurs anciens produits, que ce soit à travers nos publicités ou sur notre site, ajoute Thibaud Hug de Larauze, CEO de la scaleup. C'est pour cela que nous avons lancé il y a plusieurs années le swap : dès qu'un consommateur achète un appareil chez nous, on lui propose systématiquement de revendre l'ancien. Une manière de créer un automatisme et d'alimenter nos partenaires en produits "*.



À lire aussi

Copie privée et électronique reconditionné, de quoi parle-t-on ?

Si un grand nombre de jeunes pousses se fournissent en bonne partie auprès d'opérateurs télécom et assureurs, toutes essaient de sécuriser

leurs approvisionnements en accroissant leurs sources de fournisseurs. " *Pour maintenir un flux régulier de produits entrants à reconditionner, nous diversifions nos approvisionnements* ", explique Jean-Christophe Estoudre, cofondateur de l'acteur des smartphones reconditionnés Smaaart. La startup se fournit auprès d'opérateurs, mais elle discute aussi avec des entreprises pour racheter leur flotte de produits dormants, et collecte également des téléphones de particuliers, " *grâce à des campagnes de collecte et sur notre site internet* ".

Pour ce qui est de la quête de produits auprès des particuliers, là encore, le combat fait rage, et les startups rivalisent de techniques pour attirer les revendeurs. Smaaart fait le choix de l'ouverture à un maximum de produits, quel que soit leur état : " *nous sommes peu restrictifs à l'achat et reprenons même des produits en panne, qui demandent un niveau technique de réparation important* ", précise l'entrepreneur.

Rendre attractive la vente de ses produits

Chez Hexamobile, on mise sur l'argument du prix. " *Nous faisons appel à des fournisseurs professionnels reconnus, mais notre objectif est de nous approvisionner de plus en plus chez les particuliers*, détaille Amine Ben Abdallah, fondateur de la startup marseillaise Hexamobile. *Pour attirer plus de produits, nous proposons les meilleurs prix de rachat du marché, cela grâce à des benchmarks récurrents, qui nous permettent d'être les plus compétitifs sur ce point* ".

La plupart des acteurs de ce secteur font le choix d'une offre dématérialisée, et c'est là que Yes Yes compte bien tirer son épingle du jeu, aussi bien en matière de relation client que de sécurisation de l'approvisionnement, grâce à son magasin, installé à Caen (Calvados). " *En cohérence avec notre stratégie, l'enjeu principal pour nous est d'assurer un approvisionnement en circuit court et principalement issu du marché français* ", argumente David Mignot, cofondateur de Yes Yes. Si

l'entreprise doit aussi aller chercher des produits auprès de professionnels, elle en reprend aussi en direct dans son atelier-boutique, " *et notre défi est de fidéliser nos clients pour alimenter une économie circulaire vertueuse et un service de proximité avec des prix de reprise attractifs* ".



À lire aussi

Kazoo loue des appareils électroménagers reconditionnés aux particuliers

Mais quid des places de marché, qui ne reconditionnent pas leurs produits elles-mêmes ? " *C'est tout l'avantage d'une marketplace : s'appuyer sur plusieurs acteurs pour avoir constamment de l'offre à travers un large catalogue* ", avance le cofondateur de Quel Bon Plan. Mais attention, il ne faut pas penser pour autant que ces acteurs ne se préoccupent pas d'assurer un réapprovisionnement suffisant à leurs reconditionneurs partenaires. La startup va d'ailleurs, elle aussi, développer son propre circuit de rachat aux particuliers d'ici la fin de l'année 2022.

Même son de cloche chez Back Market : " *en tant que marketplace, nous sommes là pour aider les marchands qui vendent sur notre plateforme à*

s'approvisionner en produits, explique Thibaud Hug de Larauze. Nous le faisons avec notre système de reprise en ligne, mis en place depuis 2016 sur notre plateforme, qui permet à tous les consommateurs de revendre en quelques clics leurs anciens appareils. L'an dernier, nous avons permis à nos partenaires de reprendre ainsi plus de 250 000 produits ".

L'avantage des partenariats

La licorne a également lancé un partenariat avec Carrefour et ecoATM, ce qui a permis la mise en place de bornes de reprise de smartphones directement dans les magasins de ce géant de la distribution. " *Nous faisons aussi le maximum pour faciliter la fluidité des canaux existants pour nos partenaires à travers la mise en relation entre les acteurs B2B et les reconditionneurs "*, conclut l'entrepreneur.

Une technique payante pour l'entreprise du Next40, dont le modèle ne réjouit pas ses concurrents. " *La principale difficulté est d'émerger sur un marché dominé par une plateforme qui n'est pas un reconditionneur et qui affecte durablement l'activité des reconditionneurs français "*, se désole David Mignot. Chez Smaaart, la crispation est également palpable : " *Les vendeurs de téléphones reconditionnés étrangers, qui se positionnent sur ces marketplaces, ne s'acquittent pas des taxes, ils ne respectent pas la législation française et font de la concurrence déloyale "*.