

The Second Life veut défier Vinted sur le marché de la seconde main

Vider son armoire, sans avoir à publier d'annonces, ni négocier, c'est ce que propose The Second Life. A la clé : des bons d'achats pour les consommateurs, à utiliser dans des boutiques de mode, comme au supermarché.

Temps de lecture : minute

14 mai 2024

L'engouement pour les vêtements de seconde main ne se dément pas, mais des millions de consommateurs en France n'ont toujours pas sauté le pas. « *Pour un grand nombre de personnes, Vinted est jugé trop chronophage. Il faut prendre des photos, créer l'annonce, négocier... Et la vente n'est pas assurée.* » C'est de ce constat qu'est parti Arthur de Soultrait pour créer The Second Life, en octobre 2021. Avec sa solution, le rachat des vêtements de seconde main est « garantie », et la possibilité de vider en bonne partie son dressing aussi. « *En moyenne 70 % des vêtements des Français dorment dans leurs armoires* », précise Arthur de Soultrait.

The Second Life s'est donc rapproché des centres commerciaux ou des marques de mode, comme récemment Claudie Pierlot et le Temps des Cerises, pour « *devenir une alternative au Bon Coin et à Vinted.* » Ses clients professionnels s'abonnent au service de la startup pour générer du trafic dans leurs enseignes et augmenter le pouvoir d'achat des consommateurs. The Second Life propose en effet aux particuliers d'estimer, en ligne, les vêtements qu'ils ne portent plus puis de les déposer dans un corner au sein de l'enseigne de leur choix, afin de

recupérer un bon d'achats de la valeur de leurs habits, à dépenser dans ce commerce. Ces bons d'achats sont eux-mêmes financés par des ateliers partenaires, qui vont trier les vêtements, avant de les commercialiser au détail à des professionnels de la seconde main.

20 % de croissance par an pour le marché de la seconde main

Les prix sont définis selon un argus « dynamique », développé en interne par la startup. *« Ils s'adaptent à la désirabilité des produits, aux marques mais aussi à la saison. Un doudoune coûtera plus cher en automne qu'au printemps »*, souligne l'entrepreneur, qui reprend *« plus de 1 200 marques différentes. »* Après avoir collecté 500 000 vêtements depuis ses débuts, The Second Life s'aperçoit que la grande majorité des clients particuliers se servent des bons d'achat pour acheter des produits alimentaires. *« Moins de 10 % sont dépensés dans des boutiques de vêtements, cela montre la volonté des Français d'augmenter leur pouvoir d'achat »*, souligne Arthur de Soultrait, qui travaille notamment avec Leclerc et Carrefour et cherche à mailler davantage la France et la Belgique.

Pour les professionnels de la mode et les centres commerciaux, le concept séduit également. *« Nous avons fait une opération marketing pour Le Temps des Cerises. Cela leur a coûté 5 000 € mais 100 000 € de bons d'achat vont être dépensés dans les enseignes de la marque. Il faut rendre la seconde main intéressante économiquement »*, estime le dirigeant, qui à 21 ans, avait déjà créé la marque de prêt à porter Vicomte Arthur.

D'autant que le secteur est porteur. Depuis cinq ans, les vêtements de seconde main enregistrent une croissance de 20 % par an. En 2023, les vêtements d'occasion représentaient 27 % de la garde robe des Français, notamment parce qu'un tiers des consommateurs déclarent se soucier

davantage de porter des vêtements durables depuis la pandémie de Covid-19.

Un contexte qui incite The Second Life à se diversifier. Dans les mois à venir, la startup souhaite commencer à collecter d'autres produits tels que des jeux de société ou des jeux vidéo. « *Nous collecterons aussi des livres, des smartphones et des montures de lunettes* », énumère Arthur de Soultrait, qui poursuit sa croissance de plus 80 % par an.



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Jeromine Doux