

OCCASION ET LOCATION : NOUVELLE ÈRE DE CONSOMMATION, NOUVEAU PARADIGME POUR LES ACTEURS DU NEUF

À l'heure de la durabilité, de la sobriété et de la décarbonation, le rapport à la possession fait sa révolution entraînant dans son sillage une nécessaire réinvention des modèles pour le retail. La dernière publication des Echos Études « occasion et location : la nouvelle donne pour les acteurs du neuf » décrypte les différents modèles économiques et modes de développement de ces nouveaux business pour les marques et enseignes du neuf (prêt-à-porter, luxe, équipement de la maison, jeux et jouets, articles de sport, high tech, produits culturels, bricolage, jardinage).

L'occasion et la location sont des tendances lourdes amenées à croître encore sous les effets conjugués des tensions sur le pouvoir d'achat des ménages et de la sensibilité croissante des consommateurs aux enjeux environnementaux. Ces nouveaux modes de consommation remettent en question les façons de consommer et bousculent le modèle traditionnel centré sur le neuf, amenant les marques et enseignes à réinterroger leur positionnement. De nombreux acteurs du neuf se déploient



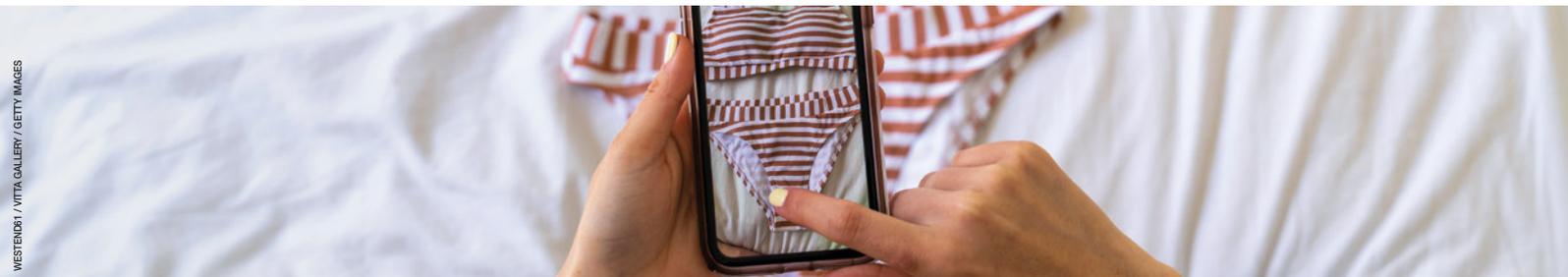
sur ces nouveaux métiers. Dès lors se pose la question centrale du modèle économique, ceci d'autant que les KPIs doivent être repensés, la seconde main et la location ne pouvant pas être abordées sous le seul angle du chiffre d'affaires et de la marge. Les offres et les modèles d'affaires sont ainsi très variés (de la simple mise en relation peer-to-peer à l'intégration, en passant par un couplage occasion-location) et fonction des objectifs poursuivis. Si certaines marques et enseignes optent pour des stratégies volontaristes et affichent déjà des performances satisfaisantes, d'autres sont encore en test and learn ou ont été contraintes de revoir leur modèle.

Comment les acteurs du neuf peuvent-ils capitaliser sur ces nouvelles offres pour créer de la valeur ? Quels sont leurs avantages concurrentiels face aux acteurs historiques ? Quels sont les modèles les plus pertinents au regard des objectifs poursuivis ? Quels sont les secteurs les plus avancés et les acteurs du neuf les plus en pointe ? Au travers d'un large panel de 120 acteurs de neuf secteurs clés passés au crible pour analyser et comparer les différents modèles et les stratégies mises en œuvre, Les Echos Études livre ses diagnostics et recommandations afin d'éclairer les décisions des acteurs.

Panorama des acteurs du neuf les plus avancés par secteur et nouveau mode de consommation



Source les Echos Études



Sommaire de l'étude

Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude

Occasion, location : des offres alternatives à fort potentiel, y compris pour les acteurs du neuf

Des drivers puissants

L'achat d'occasion : une pratique largement répandue

La location : un potentiel non négligeable pour les produits répondant à un besoin ponctuel

Des acteurs du neuf sous pression

La question centrale du modèle économique

Une très forte intensité concurrentielle

Des atouts et leviers sur lesquels capitaliser

Trouver le bon modèle économique

La seconde main se déploie dans de nombreux secteurs

Mode : une tendance majeure

Luxe : l'offre se structure et se sophistique

Sport : la seconde main poussée par Decathlon

Équipement de la maison, EGP, bricolage, jardinage : de nombreux intervenants

Produits culturels : l'offre de produits de seconde main se développe, au-delà de la Fnac et Gibert

GSA : une incursion tous azimuts dans la seconde main

La location gagne du terrain

Mode : la location sensiblement moins « mature » que la seconde

Luxe : les acteurs adoptent une attitude prudente

Sport : un terrain de jeu idéal pour la location

Équipement de la maison, EGP, bricolage, jardinage : les offres se multiplient

Jeux et jouets, produits culturels : quelques initiatives ponctuelles

GSA : quelques offres

Diagnostic et recommandations Les Echos Etudes

Constat : de nombreux acteurs se positionnent désormais sur les nouveaux modes de consommation

Adapter le modèle au ROI potentiel et aux objectifs poursuivis

À PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Études est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 35 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Études ».