

# LE MARCHÉ DE LA SECONDE MAIN DANS LA MODE ET LE LUXE



## Saisir les opportunités de business et d'image du marché de l'occasion face aux nouveaux comportements des consommateurs

*Les Échos Études ont publié en novembre dernier une étude sur le marché de la seconde main dans la mode et le luxe. Celle-ci présente les chiffres clés du marché de l'occasion dans le luxe et l'habillement et anticipe les perspectives d'évolution à l'horizon 2025. En outre, cette étude décrypte les nouveaux comportements d'achats des consommateurs et propose une cartographie des circuits de distribution de l'occasion selon les segments de marché. Enfin, elle analyse les enjeux pour les grandes marques et pour les spécialistes de l'occasion.*

### La mode et le luxe de seconde main en forte progression

En 6 ans, le marché mondial de l'habillement de seconde main a plus que doublé passant de 9,7 milliards d'€ en 2012 à 21,2 milliards d'€ en 2018 (selon ThredUp 2019). Dans le domaine des biens personnels de luxe, la seconde main a également le vent en poupe : 9% de croissance pour les ventes de seconde main, contre 2% pour le marché du luxe entre 2015 et 2018 (selon Bain & Company 2019). En France, les consommateurs sont également de plus en plus adeptes de l'occasion. Ainsi

30% des consommateurs français déclaraient acheter des vêtements d'occasion en 2018, soit 2 fois plus qu'en 2010.

### L'achat d'occasion, une pratique de plus en plus répandue et socialement acceptable, et désormais valorisée

L'essor du marché de l'occasion est la conjonction de plusieurs facteurs. D'une part, l'achat de seconde main, qui s'est banalisé et concerne toutes les CSP, profite d'une meilleure image que par le passé. Il s'agit désormais d'un acte malin, responsable et encouragé. L'achat d'occasion participe à une consommation plus responsable en limitant le gaspillage vestimentaire et l'utilisation de nouvelles ressources, en misant sur la seconde vie des produits. En opposition à la fast fashion, la slow fashion fait donc de plus en plus d'adeptes. Quant au luxe, au-delà de l'enjeu économique (avec des rabais pouvant aller jusqu'à 90% du prix du neuf), la perception du luxe d'occasion a évolué avec, notamment, un engouement marqué pour le vintage. Ces nouveaux comportements de consommation sont en particulier tirés par les plus jeunes générations, qui privilégient l'usage à la possession et

n'hésitent pas à aller vers l'occasion. Enfin, l'essor d'Internet et du commerce en ligne a également permis aux plateformes de vente entre particuliers de se développer.

### La concurrence s'intensifie

Au même titre que l'upcycling modèle d'avenir du secteur, la seconde main devient une tendance mainstream et représente une réponse complémentaire à la responsabilité environnementale des acteurs de la mode et du luxe. Face au développement de business peer-to-peer, les acteurs brick-and-mortar ont compris l'enjeu d'être partie prenante tant pour leur image (valeur responsable) que pour le business (relais de croissance). Les marques se testent donc sur le marché de la seconde main. Ainsi, en 2019, Camaïeu et le groupe Galeries Lafayette (via sa plateforme Le Good Dressing) ont mis en place de nouveaux services autour de l'occasion. Dans le domaine du luxe, le rachat de la plateforme Watchfinder, spécialiste de la montre d'occasion, par le groupe Richemont en 2018 est également un signal fort. Désormais, les marques ne doivent plus considérer ce circuit comme un concurrent, mais comme un relais potentiel de croissance. Les initiatives devraient se multiplier dans les années à venir. Côté pure players, si les leaders Vinted, Vestiaire Collective, Videdressing sont des acteurs bien installés en France, de nouvelles plateformes s'ouvrent au marché français de l'occasion. En 2019, le néerlandais United Wardrobe et l'italien Armadio Verde se sont lancés en France. Les américains StockX et ThredUp pourraient également se lancer sur le marché européen dans les mois qui viennent. Dans ce contexte, on note également le rachat de Videdressing par Leboncoin, ce qui devrait permettre à la plateforme d'accélérer son développement.

## SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

### 01 Synthèse et enseignements clés de l'étude

### 02 Un environnement complexe pour l'industrie de la mode et du luxe

L'habillement : un secteur à la peine depuis dix ans

Le luxe : un marché qui se porte bien

évolution des tendances de consommation et décryptage des nouveaux comportements d'achat

Essor du numérique et impact du e-commerce sur les marchés du luxe et de l'habillement

### 03 La mode et le luxe : en transition vers une consommation durable

L'industrie textile : une industrie parmi les plus polluantes au monde

Les nouveaux engagements des acteurs du secteur

Slow fashion : l'émergence de nouveaux acteurs responsables

27 startups identifiées autour de la mode responsable

### 04 Le marché de la seconde main : état des lieux et perspectives

L'essor de la vente entre particuliers et de l'occasion

Le marché de la seconde main dans le domaine du luxe

Le marché de la seconde main dans le domaine de l'habillement

Les drivers du marché de la seconde main et perspectives à l'horizon 2025

### 05 Les circuits de distribution de l'occasion par marché

Présentation des différents modèles

Les acteurs généralistes du marché de l'occasion

Les spécialistes de l'habillement

Les professionnels de l'univers enfant

Les spécialistes du marché des biens personnels de luxe

Les experts de l'horlogerie bijouterie

**Monographies :** Chrono24, Collector Square, Cresus, eBay, Kilo Shop, Patatam, Percentil, Rakuten, Vestiaire Collective, Videdressing, Vinted, Watchfinder

**Analyse de cas :** Camaïeu & Cie Le vide dressing, Le Good Dressing des Galeries Lafayette, Seconde Histoire by Cyrillus, L'application mobile Petit Bateau, iDTroc du groupe iDKIDS

### 06 Les réponses et stratégies des acteurs

Le marché de la seconde main : un potentiel à exploiter

Un vrai enjeu d'image : les acteurs s'engagent sur leur responsabilité environnementale

La traçabilité et la lutte contre la contrefaçon au cœur des stratégies

Séduire les vendeurs et constituer une offre pertinente

Les réseaux sociaux : risques et opportunités pour les acteurs de l'occasion



#### L' AUTEUR Cécile DESCLOS

Expert du secteur Luxe  
cdesclos@lesechos.fr

"S'appuyant sur un réseau de consultants du secteur luxe et de la mode et des méthodologies adaptées (entretiens avec des managers, enquêtes qualitatives et quantitatives, moyens documentaires du groupe Les Echos), nos études luxe permettent d'appréhender les enjeux majeurs des marchés, d'identifier les mutations en cours et de comprendre les positionnements des entreprises"

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

**Service Client :** tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : [etudes@lesechos.fr](mailto:etudes@lesechos.fr)

**Service Presse :** Rakia AHMED tél. 01 87 39 76 26 ou par

mail : [rahmed@lesechos.fr](mailto:rahmed@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 Etudes ».