

# Il était plusieurs fois, pionnier des vêtements enfants d'occasion

Par Thibault Dumas  
Publié le 29 avril 2022



La start-up nantaise Il était plusieurs fois a été créée en 2018. *188092920/Africa Studio - stock.adobe.com*

## **La start-up nantaise ne fait pas de mise en relation directe entre particuliers, mais vend sur son site internet.**

Le hangar de 2000 m<sup>2</sup> est rempli à perte de vue de vêtements pour enfants sur cintre. Sur un côté, on les plie pour l'envoi. Dans la longue salle adjacente, on s'affaire au tri, à la prise de vue puis à la mise en ligne des quelque 2000 vêtements réceptionnés chaque jour par Il était plusieurs fois. Cette start-up nantaise de bientôt 50 salariés, créée en 2018, se trouve déjà à l'étroit dans ses locaux de Carquefou, à l'est de Nantes, où elle a déménagé l'année dernière.

Son site internet affiche désormais 500.000 vêtements de seconde de main pour bébés et enfants de 0 à 16 ans. «*On a franchi un énorme palier avec le Covid-19. Les gens ont vidé leur placard, Vinted s'est démocratisé, sans oublier une certaine prise de conscience écologique*», explique Aude Viaud, la PDG et cofondatrice d'Il était plusieurs fois. *On est sorti de l'image du vêtement d'occasion sale et démodé.*»

Selon une étude récente de l'Observatoire Cetelem, un Français gagne en moyenne 67 euros par mois en revendant des objets d'occasion, textiles en tête. Mais contrairement au mastodonte lituanien Vinted (12,5 millions de membres en France) ou à l'historique des petites annonces Leboncoin, Il était plusieurs fois ne met pas en relation directe des particuliers.

L'entreprise de Loire-Atlantique acquiert des pièces envoyées par les familles (60 % de son approvisionnement), travaille avec une vingtaine d'ambassadrices en France qui effectuent un tri à domicile (25 %) et rachète à de plus en plus de marques, comme Jacadi ou Bonton, les articles déjà portés déposés dans leurs enseignes (15 %). Trois quarts environ des vêtements réceptionnés sont revendus sur le site internet, le quart restant, trop usagé, étant donné à des associations caritatives. Un algorithme, développé en interne, permet de déterminer le prix de rachat et de revente, avec une décote en fonction de l'attrait du vêtement. *«Certains marques se revendent dans la journée, pour celles-ci le prix du rachat est plus élevé»*, schématise Aude Viaud.

## 4 millions d'euros levés

*«L'idée est d'habiller nos enfants avec des vêtements de seconde main de qualité, poursuit la patronne de 36 ans. On valorise l'achat avec le repassage, du parfum, une jolie boîte, comme si le produit était neuf. C'est un business model spécifique.»*

Différent aussi de celui de la licorne française Vestiaire Collective (400 salariés, 11 millions de membres), dont les produits de mode et de luxe de seconde main sont contrôlés afin d'éviter la contrefaçon. D'autres sites internet centrés sur l'habillement d'enfants d'occasion se développent un peu partout en France: Bisettes (Nord), By bamboù (Paris), La Malle aux Canailles (Doubs), Miladoré (Gard)... Mais avec des catalogues qui demeurent pour l'heure bien plus modestes.

Il était plusieurs fois vient d'ailleurs de lever 4 millions d'euros, notamment auprès du fonds d'investissement francilien Spring Invest, et devrait réaliser de 6 à 7 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022 en devenant bénéficiaire. Outre la négociation de nouveaux partenariats commerciaux avec de grandes marques, l'ouverture de ses propres magasins est en gestation.