

Comment les grands groupes travaillent avec les start-up pour conquérir le marché de la mode d'occasion

Kiabi, Gemo, Camaieu... Les grands groupes multiplient les partenariats avec des start-up pour garnir leurs rayons de produits de mode en seconde main. Le marché est estimé à un milliard d'euros dans l'Hexagone.



Après avoir pris en 2015 une participation dans la start-up Sellpy, qui récupère des fripes et les met en vente en ligne, H&M vient d'en prendre le contrôle. (Sellpy)

Par **Adrien Lelièvre**

Publié le 25 juin 2021 à 11:00 Mis à jour le 25 juin 2021 à 11:08

C'est une ascension qui, forcément, interpelle. Fondée en 2012, la plateforme Vinted, spécialisée dans l'achat et la vente de vêtements d'occasion, est valorisée 3,5 milliards d'euros après avoir bouclé [une levée de fonds de 250 millions d'euros en mai dernier](#).

La licorne lituanienne revendique 45 millions d'utilisateurs dans le monde, dont 16 millions en France. Un chiffre qui a augmenté de plus de 45 % en un an ! L'Hexagone est le premier marché de la société dirigée par Thomas Plantenga. Dans un registre différent -

le haut de gamme -, Vestiaire Collective a connu une très forte croissance ces dernières années, au point de [convaincre Kering de monter à son capital](#) à l'occasion d'une levée de fonds de 178 millions d'euros.

Un marché en forte hausse

Face à l'offensive des start-up qui ont développé ce marché dit de la « seconde main », traditionnellement géré par les associations d'aide aux personnes en difficulté ou occupé par des réseaux de boutiques comme Guerrisol, Kiliwatch, Kilo Shop, les spécialistes de la mode ne restent pas les bras croisés. Mais ce virage implique de se réinventer, et donc parfois de s'associer avec d'autres acteurs.

Pimkie et Jules ont par exemple noué [un partenariat avec Eureka Fripes](#), un spécialiste de la vente d'articles de seconde main en BtoB, pour garnir leurs rayons. Les spécialistes de la grande distribution (Carrefour, Auchan, Casino), tout comme Géméo et Kiabi, [travaillent avec Patatam](#). Cette dernière source les vêtements et les remet en état, avant de les installer dans des corners chez ses partenaires.

Camaïeu utilise les [services de la start-up Place2Swap](#) pour récupérer des vieux vêtements. Cyrillus et Petit Bateau ont chacune lancé leur plateforme en ligne, mais uniquement concernant leurs propres produits.

Partenariat avec les start-up

La jeune pousse Freepry a, elle, développé un logiciel qui permet aux clients de ramener leurs vêtements dans des boutiques de mode. En échange, ces derniers bénéficient d'un bon d'achat...

Ces alliances vont-elles déboucher sur des acquisitions ? En 2015, H&M avait par exemple pris une participation dans la start-up Sellpy, qui récupère des fripes et les met en vente en ligne sur sa plateforme. Une façon de tâter le terrain. Cinq ans plus tard, l'enseigne suédoise en a pris le contrôle (à hauteur de 70 %). Grâce au soutien de H&M, Sellpy vend désormais des produits de seconde main dans plus d'une vingtaine de pays.