

La mode de seconde main séduit les investisseurs

Par **Cécile Crouzel**

Publié le 23/09/2021



Maximilian Bittner PDG de Vestiaire Collective pose dans ses locaux de la start-up, le 9 mars dernier. *ROMUALD MEIGNEUX/SIPA/ROMUALD MEIGNEUX/SIPA*

Vestiaire Collective a levé cette année 356 millions d'euros, et Vinted, 250 millions. Le marché décolle.

La seconde main ne se contente pas de séduire les consommateurs ; elle convainc aussi les investisseurs. En témoignent les levées de fonds records réalisées ces derniers mois par les plateformes dédiées. En seulement six mois et deux opérations de même montant, Vestiaire Collective, spécialiste du luxe d'occasion, a levé 356 millions d'euros: celle dévoilée mercredi a fait entrer à son capital Softbank Vision Fund 2 (le plus grand fonds d'investissement mondial dans la tech), celle de mars, le géant du luxe Kering.

Les sagas et les stratégies de l'éco. La vie et les coulisses des entreprises, du monde des affaires et de celles et ceux qui l'animent, par Bertille Bayart.

Vinted n'est pas en reste. Le lituanien a levé 250 millions d'euros en mai dernier, après 128 millions en novembre 2019. Les deux entreprises sont désormais des licornes, valorisées 1,44 milliard d'euros pour la première et 3,5 milliards pour la seconde.

Cet afflux d'argent qui bénéficie à deux plateformes créées il y a plus de dix ans (2008 pour Vinted, 2009 pour Vestiaire Collective) est lié au récent décollage de la mode d'occasion dans les pays développés.

La seconde main répond à deux aspirations fortes des clients: la recherche du meilleur prix et l'écologie. «64 % des consommateurs souhaitent désormais acheter *écoresponsable*», rappelle Gilles Lasbordes, directeur général de l'organisateur d'événements Première Vision. Vinted et Vestiaire Collective ont su capter cette vague. La société lituanienne compte 45 millions de membres, contre 23 millions il y a deux ans. En France, ils sont 17 millions.

Spécialisée sur le luxe (son panier moyen est de 300 euros, contre 17 euros pour Vinted), Vestiaire Collective fédère, elle, 11 millions d'adeptes, et a vu ses commandes augmenter de plus de 90 % ces douze derniers mois. Les deux sociétés estiment avoir encore un fort potentiel de croissance. Et ce en dépit d'une concurrence croissante: Zalando, le premier e-commerçant de mode en Europe, s'est lancé dans la seconde main, tout comme en France La Redoute et nombre d'enseignes.

« Le potentiel du marché est ce qui nous a convaincus d'investir dans Vestiaire Collective, de concert avec la vision internationale des dirigeants, la robustesse opérationnelle (et notamment en termes d'authentification des articles), et les performances en termes de croissance »

Marcelo Claure, PDG de SoftBank Group International

«Ces nouveaux venus convertissent de plus en plus de gens à l'occasion, ce qui est une bonne chose. Sur ce marché en croissance, il y a de la place pour plusieurs acteurs», estime Thomas Plantenga, le PDG de Vinted. Ce dernier compte convertir de nouvelles populations (les seniors, les hommes) et d'autres pays, notamment hors d'Europe, à commencer par le Canada.

Pour le luxe également, la limite est encore loin: le principal concurrent de Vestiaire Collective, l'américain The RealReal, a 23 millions de membres. Ce pionnier est d'ailleurs coté en Bourse.

«Le potentiel du marché est ce qui nous a convaincus d'investir dans Vestiaire Collective, de concert avec la vision internationale des dirigeants, la robustesse opérationnelle (et notamment en termes d'authentification des articles), et les performances en termes de croissance», souligne Marcelo Claure, PDG de SoftBank Group International.

Ces capitaux sont à la fois une aubaine et... une nécessité pour ces entreprises. Comme pour toutes les plateformes, et encore plus dans la seconde main qui dégage de faibles

marges, il leur faut atteindre la taille critique au niveau mondial pour pouvoir ensuite dégager de solides profits. Une course contre la montre.

«Nous allons utiliser ces fonds pour investir dans les technologies et nous faire davantage connaître. Nous voulons aussi nous renforcer dans les pays où nous sommes, et nous développer dans de nouveaux marchés, que ce soient de nouveaux pays ou de nouvelles catégories», explique Maximilian Bittner, PDG de Vestiaire Collective.

Mais pour le moment, ces investissements coûtent cher, et les deux plateformes sont en pertes. *«Nous sommes rentables sur les transactions, ce qui signifie que notre modèle est pertinent»*, insiste toutefois Thomas Plantenga, de Vinted. C'est ce pari que font les investisseurs.