

Mode durable : C & A teste la seconde main dans l'Hexagone

Pionnière du coton bio, la marque hollandaise d'habillement à petit prix vient de lancer sa plateforme de seconde main en France. Un test européen. Ses clients pourront y vendre leurs articles, ou recevoir des bons d'achat en échange. Un moyen d'amener une cible jeune dans ses boutiques.



Avec la plateforme de seconde main de C & A, les acheteurs pourront récupérer leurs achats directement dans le magasin de leur ville. (C & A/ROBERT SAKOWSKI)

Par **Dominique Chapuis**

Publié le 8 juin 2021

L'enseigne à petit prix C & A fait un pas de plus vers une mode durable. Une stratégie dans laquelle elle a fait partie des pionniers avec le lancement, depuis 1996, de ses premières actions dans ce domaine.

L'entreprise hollandaise, rivale de Primark, H & M et autres, avec un chiffre d'affaires estimé à quelque 6 milliards d'euros (pour 21.000 salariés), est, depuis six ans, le premier

acheteur mondial de coton bio. Comme cette production ne suffit pas, C & A utilise en complément du coton plus « responsable », dont la culture nécessite moins d'eau et de pesticides. Il représente aujourd'hui 99 % de ses articles en coton. La marque propose aussi, depuis 2018, un programme de collecte de vêtements usagés, dont la matière première est ensuite réutilisée pour fabriquer d'autres pièces.

Un test en Europe

Ce programme en faveur du développement durable prend aujourd'hui de l'ampleur. Fin mai, C & A, qui fête ses 180 ans, a annoncé deux projets phares. L'enseigne a d'abord décidé de s'attaquer au [marché de l'occasion](#) très en vogue. Et c'est la France qui sert de marché test pour le lancement de sa plateforme « oC&Az ». « Nous souhaitons être l'enseigne préférée des Français en matière d'écoresponsabilité, souligne Damien Defforey, le directeur général de la filiale tricolore.

C'est en France que le secteur de la seconde main est la plus développé.

Damien Defforey Directeur général de la filiale française de C&A

L'Hexagone est son second débouché après l'Allemagne, où se trouve le siège social. Mais « c'est en France que ce secteur de la seconde main est le plus développé en Europe. Là aussi où les consommateurs démontrent la plus forte appétence », poursuit le patron. Il y est estimé à 1 milliard d'euros en 2020, selon l'Institut français de la mode, et pourrait atteindre 10 milliards en 2030.

Le site lituanien [Vinted](#) en est le leader. Or nombre de ses membres sont justement des clients du distributeur. « Sur Vinted, 1,8 million d'articles sont des produits C & A, proposés par 180.000 vendeurs, souligne Damien Defforey. Nous préférons que ce soit centralisé par nous. » L'intérêt pour C & A en proposant son propre site d'échanges est à la fois de fidéliser sa clientèle et de cibler les plus jeunes auprès desquels ce segment est porteur. Aujourd'hui, les clientes de l'enseigne ont entre 45 et 50 ans et achètent pour toute la famille.

Une usine de jeans durables

« Pour ramener les utilisateurs de cette nouvelle plateforme vers nos magasins, nous allons proposer à ceux qui le souhaitent un bon d'achat C & A majoré de 20 % sur le prix de vente de l'article », précise le dirigeant. Autre avantage : plus besoin de s'occuper d'envoyer le colis. Les acheteurs pourront récupérer leurs achats directement dans le magasin C & A de leur ville, même envoyé de l'autre bout de la France. Une stratégie qui va aussi aider l'enseigne à se relancer. Malmenée par la crise, elle a fermé 30 points de vente en France en 2019 et 2020, ramenés à 135.

Autre initiative en matière de mode durable, la construction d'une usine de jeans automatisée en Allemagne à l'automne 2022. Leur fabrication sera réalisée à partir de matériaux durables. En 2018, C & A a développé le premier jean dans le monde de ce type, un prototype certifié par Cradle to Cradle, un organisme indépendant reconnu. L'entreprise veut passer à une production industrielle, avec l'objectif de passer de 400.000 à 800.000 pièces par an. Les premiers pantalons sont attendus en 2022.