

Vestiaire Collective rachète son concurrent américain Tradesy

C'est la première acquisition de la plateforme française de mode de seconde main. Le nouvel ensemble représente 23 millions de membres et 1 milliard de volumes d'affaires.



Les Etats-Unis représentent le premier marché de Vestiaire Collective. (ROMUALD MEIGNEUX/SIPA)

Par [Charlie Perreau](#)

Publié le 16 mars 2022

La consolidation est en marche dans le secteur de la seconde main. Fin 2020, Vinted s'est offert son concurrent néerlandais United Wardrobe pour renforcer sa présence en Europe. En 2021, Etsy a racheté le britannique Depop pour 1,6 milliard de dollars tandis que la place de marché de luxe Farfetch a avalé Luxclusif. C'est au tour de la licorne Vestiaire Collective de mettre la main sur Tradesy, son homologue américain, pour un montant non dévoilé.

C'est la première acquisition de la plateforme française de mode de seconde main. Créée en 2009, la même année que Vestiaire Collective, Tradesy fonctionne sur le même principe que la [licorne tricolore](#). « Quand on me demande de définir Tradesy,

je dis toujours que c'est le Vestiaire Collective américain », résume Tracy DiNunzio, fondatrice et directrice générale de la société américaine. En treize ans, Tradesy a conquis 7 millions de membres, uniquement outre-Atlantique.

Les Etats-Unis, le marché numéro un

Contrairement à Vestiaire Collective - qui a des bureaux en Europe, Asie et aux Etats-Unis et des clients répartis dans plus de 80 pays - Tradesy ne s'est jamais développé en dehors de ses frontières. Cette opération permettra donc à ses membres de vendre leurs pièces partout dans le monde et aux acheteurs de se procurer des articles en dehors des Etats-Unis. « Nos clients américains adorent la mode européenne », indique Tracy DiNunzio. La technologie d'authentification d'articles de Vestiaire Collective sera intégrée à Tradesy.

Pour la société française, qui a levé 356 millions d'euros en 2021, cette acquisition s'inscrit dans sa stratégie de conquête des Etats-Unis. Le pays représente le premier marché de la licorne et celui qui a enregistré la plus forte croissance (+ 75 %) en un an.

Un nouveau centre d'authentification

Ensemble, les deux plateformes revendiquent 23 millions de membres et un volume de transactions de plus de 1 milliard de dollars. A titre de comparaison [Vinted totalise plus de 2,75 milliards de volumes d'affaires](#), d'après un récent rapport de Cross-Border Commerce Europe. Mais la start-up lithuanienne est davantage positionnée sur du milieu et bas de gamme tandis que Vestiaire est majoritairement axé sur du luxe et du milieu de gamme (Sézane, Maje, Sandro...).

[Les grands magasins consacrent la seconde main](#)

Tracy DiNunzio prendra la direction de toutes les opérations aux Etats-Unis. Les équipes américaines de Vestiaire Collective (25 personnes) et celles de Tradesy (140) fusionneront progressivement. « Nous allons évaluer chacun nos forces et trouver des synergies », indique Maximilian Bittner, patron de Vestiaire Collective. Un nouveau centre d'authentification sera ouvert dans la région de Los Angeles, le deuxième de la société française aux Etats-Unis (après New York) et le cinquième dans le monde.

D'après Bain, le segment de la revente de produits de luxe s'est élevé à 37 milliards de dollars fin 2021. Un gâteau qui intéresse de plus en plus les marques et enseignes physiques qui lancent progressivement leurs propres offres de seconde main à l'image de Sandro, Les Galeries Lafayette et le Printemps en France.