

# La distribution de biens de consommation d'occasion

## Analyse du marché et des tendances de consommation Initiatives des spécialistes et objectifs des nouveaux entrants

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur la distribution de biens de consommation d'occasion. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée de la demande, des facteurs de mutation de l'offre et des axes de développement des opérateurs.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement  
cette étude sur [Xerfi.com](https://www.xerfi.com)

Avec le code étude 5DIS72

**Loïc Moisan**  
Chef de projets  
**Xerfi France**

# La distribution de biens de consommation d'occasion

Analyse du marché et des tendances de consommation  
Initiatives des spécialistes et objectifs des nouveaux entrants

Edition novembre 2015  
260 pages

## Les grandes enseignes s'intéressent de près à l'occasion

Le recours à l'occasion n'est plus motivé par la seule volonté de consommer moins cher. Le marché profite aujourd'hui pleinement des aspirations écologiques et citoyennes des consommateurs. Surtout, la multiplication de l'offre de produits de seconde main, notamment sur les places de marché et les sites de petites annonces, permet de séduire une clientèle de plus en plus large. Si Leboncoin.fr s'est imposé comme le leader incontesté, les nombreux acteurs présents sur le marché, à commencer par les spécialistes de l'achat-vente (Cash Converters, Easy Cash, etc.) et les *marketplaces* (Amazon.fr, Cdiscount.com, Ebay.fr, etc.), n'ont pas dit leur dernier mot. **Quelles stratégies sont mises en place par ces différents acteurs pour se différencier ?** Face au succès de l'occasion, certaines enseignes de produits neufs ont également mis en place, de façon permanente ou temporaire, une offre de produits de seconde main, à l'image de Décathlon, la Fnac, Ikea, Mr Bricolage, ou encore Habitat. **Quels sont les objectifs de ces enseignes ? Quelles sont les avantages et les risques de telles initiatives ?**

## Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et nos estimations exclusives**  
Montant des ventes de biens d'occasion en 2015, répartition des parts de marché des différents circuits de distribution, structure de l'offre des principaux acteurs, baromètres d'activité des magasins spécialisés, des places de marché et des sites d'annonces, etc.
- **L'étude détaillée de la demande**  
Moteurs et freins à l'achat d'occasion, principaux produits revendus sur le marché de l'occasion, circuits privilégiés pour l'achat-vente de produits de seconde main, revente de cadeaux de Noël, etc.
- **La structure économique du marché**  
*Business models* des principaux circuits présents sur le marché, principaux canaux de vente, vue d'ensemble des principaux acteurs par circuit, modalités de l'offre des principaux profils d'opérateurs, etc.
- **L'analyse des initiatives des enseignes de biens neufs**  
Principales enseignes ayant lancé une offre de vente de produits d'occasion, motivations et freins des réseaux selon leur profil, positionnement des distributeurs par grand marché, modalités de l'offre d'occasion des enseignes, etc.
- **Le panorama des forces en présence**  
Positionnement et axes de développement des acteurs par profil et par segment, fiches d'identité de 16 acteurs clés et bilan économique et financier des 198 premières sociétés du secteur.

## « Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose son scénario exclusif sur les perspectives d'activité des différents circuits de distribution à moyen terme. Celui-ci repose sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande (part des Français pratiquant l'achat d'occasion, principaux produits revendus, etc.), le contexte concurrentiel, les mutations de l'offre et l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché (en particulier les enseignes spécialisées dans les biens neufs).

## Table des matières et contenu de l'étude

### 0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATEGIQUES

*Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures du marché, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et les stratégies des opérateurs.*

#### 1. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT EXTERNE

- Le pouvoir d'achat des ménages (2006-2015)
- La consommation des ménages (2006-2015)
- Le commerce de détail en France (2006-2015)
- Les ventes en ligne (2005-2015)
- La structure des ventes en ligne par type de produits en 2014
- Les ventes en ligne à partir de terminaux mobiles (2011-2013)

#### 2. LES FRANÇAIS ET L'OCCASION

##### 1. LES FRANÇAIS ET L'OCCASION

- A retenir

##### 2. LE RAPPORT DES FRANÇAIS AU MARCHÉ DE L'OCCASION

- La place de l'occasion dans les arbitrages de consommation
- Les envies de « mieux consommer » des Français
- L'image du réemploi et de l'occasion

##### 3. LE RECOURS AU MARCHÉ DE L'OCCASION

- Les motivations à l'achat d'occasion
- Les motivations à l'achat d'occasion : comparaisons européennes
- Les freins à l'achat d'occasion
- Les principaux produits concernés par les achats d'occasion
- Les principaux produits vendus d'occasion par les Français
- Les circuits privilégiés pour l'achat-vente de biens d'occasion
- La revente de cadeaux de Noël

##### 4. LES VENTES DE BIENS D'OCCASION

- Le poids de l'occasion sur les principaux marchés des biens d'équipements
- Le marché des biens de consommation d'occasion
- La structure du marché de l'occasion par profil d'acteurs
- La structure du marché de l'occasion par famille de produits

##### 5. L'ACTIVITE DES CIRCUITS

- Le chiffre d'affaires du commerce de détail de biens d'occasion (2005-2015)

- Les prix HT théoriques du commerce de détail de biens d'occasion (2005-2015)
- L'activité des marketplaces (2012-2015)
- La dynamique du marché des annonces en ligne (2005-2015)
- La structure du marché des annonces en ligne par segment en 2015

#### 3. LES ACTEURS DU MARCHÉ « PHYSIQUE » DE L'OCCASION

##### 1. VUE D'ENSEMBLE

- A retenir

##### 2. LES ACTEURS DE L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

- Les modes de rémunération
- Le panorama et les chiffres clés
- Les fiches d'identité d'Emmaüs France et Envie

##### 3. LES BROCANTES ET VIDE-GRENIERS

- Les modes de rémunération
- Le panorama et les chiffres clés

##### 4. LES MAGASINS D'ACHAT ET DE DEPOT-VENTE

- Les *business models* et les modes de rémunération
- Le panorama et les chiffres clés
- La présence en ligne des principales enseignes
- Les faits marquants et les axes de développement des opérateurs
- Fiches d'identité : Troc Europe, Cash Express Groupe, Easy Cash et Cash Converters Europe

##### 5. LES MAGASINS NON SPECIALISES DISPOSANT D'UNE OFFRE D'OCCASION

- Le panorama et les chiffres clés
- Les freins et motivations à développer une offre d'occasion
- Le positionnement des distributeurs par grand marché
- Les offensives des détaillants selon leur exposition à la concurrence de l'occasion
- Les modalités de l'offre de biens d'occasion des grandes enseignes
- Le cas des distributeurs spécialisés dans les livres
- Le cas des distributeurs spécialisés dans les jeux vidéo
- Le cas des distributeurs spécialisés dans la téléphonie
- Les concepts Fnac Occasion et Trocathlon

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir sur le marché. Selon Xerfi, deux profils d'intervenants sont les mieux placés pour affronter le leader Leboncoin.fr : les magasins spécialisés dans l'achat-vente et le dépôt-vente (Easy Cash, Cash Converters, Troc.com) en raison de leur expertise dans la gestion des stocks de biens d'occasion, ainsi que les enseignes de produits neufs (Décathlon, Ikea, la Fnac, etc.), grâce à leur notoriété et la force de frappe de leur réseau de magasins.

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les *business models* de chacun des circuits présents sur le marché de l'occasion. L'étude décrypte également les modalités de l'offre des enseignes de biens neufs : motivations à déployer des services de collecte et/ou de revente d'objets, intérêts à court et moyen termes, freins et menaces pour les opérateurs, etc. Une attention particulière a été portée aux marchés des livres, des jeux vidéo et de la téléphonie.

#### 4. LES ACTEURS DU MARCHÉ DE L'OCCASION SUR INTERNET

##### 1. VUE D'ENSEMBLE

- A retenir

##### 2. LES SITES D'ANNONCES

- Les *business models* et les modes de rémunération
- Le panorama et les chiffres clés
- Les principaux sites d'annonces spécialisés par marché
- Fiches d'identité : Leboncoin.fr, Ageo Group (Trefle.com) et W3 (Vivastreet.com)

##### 3. LES SITES DE BIENS D'OCCASION

- Les *business models* et les modes de rémunération
- Le panorama et les chiffres clés
- Fiches d'identité : Vestiairecollective.com et Videdressing.com

##### 4. LES PLACES DE MARCHÉ GENERALISTES

- Les *business models* et les modes de rémunération
- Le panorama et les chiffres clés
- Fiches d'identité : eBay.com, PriceMinister.com, Amazon.fr, Cdiscount.com et Rueducommerce.fr

##### 5. LES PURE PLAYERS SPECIALISES SUR UN MARCHÉ PARTICULIER

- Les *business models* et les modes de rémunération

#### 5. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 198 sociétés spécialisées dans la vente au détail de biens d'occasion à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 198 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2010-2014, selon la disponibilité des comptes. 30% des comptes non consolidés 2014 et 74% des comptes non consolidés 2013 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

#### LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE

- AGEO GROUP (TREFLE.COM)
- ALINEA
- AMAZON.FR
- BOUYGUES TELECOM
- CASH CONVERTERS EUROPE
- CASH EXPRESS GROUPE
- CDISCOUNT.COM
- DARTY
- DECATHLON
- DECITRE
- EASY CASH EBAY.COM
- EMMAÛS FRANCE
- ENVIE
- FNAC
- GIBERT JOSEPH
- H&M
- HABITAT
- IKEA
- LEBONCOIN.FR
- LEROY MERLIN
- MICROMANIA
- MR BRICOLAGE
- ORANGE
- PRICEMINISTER.COM
- RUEDUCOMMERCE.FR
- SFR
- TROC EUROPE
- VESTIAIRECOLLECTIVE.COM
- VIDEDRESSING.COM
- W3 (VIVASTREET.COM)

#### PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ETUDE (\*)

- ABACASH
- ACDV
- ADAMAS
- ART-MEUBLE-DECO
- AVDOC
- BOULOGNE CASH
- BPRL
- CAEN DEPOT-VENTE
- CALENZANA
- CAP 71
- CASH 45 SUD
- CASH 69 CITY
- CASH' ARLES
- CASH AUBIERE
- CASH BAB
- CASH BSS
- CASH CONCEPT
- CASH CONVERTERS EUROPE
- CASH EXPRESS GROUPE
- CASH EXPRESS LEMAN
- CASH IROISE
- CASH LABEGE
- CASH MONTELMAR
- CASH' N' CARRY
- CASH PYRENEES
- CASH SALAISE
- CASH VESLE
- CC LA ROCHELLE
- CC LANGON
- CC LIMOGES 1
- CC WALIBI
- CCASH
- CE MONTGRAND
- CEVENNES CASH
- CHARLINA
- CIJ CASH
- CLC CASH
- COLMANE 30
- CORBARA
- COULEURS CASH
- CTP CASH
- DNE
- DPMT
- DUNKERQUE CASH
- EASY CASH
- EC LA VALETTE
- EC MOP 1
- EC PERIGUEUX
- EC SAINTE EULALIE
- EC SALAISE
- EC TOURS NORD
- EMERAUDE CASH
- END
- FJ CASH
- FJB & CO
- FREE CASH
- GECA 3
- GECASUD
- GHEE CASH
- GHM
- GM4B
- HANIQUE FRERES
- HAPPY CASH CLERMONT FERRAND
- HAPPY CASH GUERET
- HAPPY CASH NANTES CENTRE
- HAPPY CASH REDON
- HAPPY CASH RENNES
- HGAVP
- INTERMED
- INVEST CONVERTERS
- ISTRES CASH
- J2V ONE
- JERONY
- JERZUAL CASH
- JF CASH
- KAIROS AMFM
- KANGAROO
- KJ CASH
- LBC FRANCE
- LCM GAP
- LE COMPTOIR DU TROC
- LENY
- LES HAUTS D'ARTIGNY
- LLCS CASH
- LUMIO
- LUXIANE
- M2D2 CASH CONVERTERS NANCY
- MAISON CONFORT
- MARTICASH
- MATHEREI
- MAXIMEUBLES
- MCM CASH
- MEDIACASH ORLEANS
- MONTARGIS CASH
- MS ASSOCIES
- MULDER ET ASSOCIES
- MULHOUSE AUSTRALIA
- NDE
- NORD CASH VALLEY
- ORENTROC
- OUEST-SCS
- PATREG
- PERPIGNAN CASH
- PHOINIX
- PIGNA
- PROFILM TECHNOLOGIES
- QUILLIE WORLD
- REPIT
- SAVE CASH
- SDA
- SELOW
- SG CASH
- SVS QUETIGNY
- TOMASI
- TOMASO
- TOUPACHER
- TRELI-CASH
- TROC CO
- TROC ET CASH
- VEODYS
- VESTIAIRE COLLECTIVE
- VIDEDRESSING
- WILCO
- WT CIE

(\*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,  
**COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le **code 5DIS72** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, [lmarty@xerfi.fr](mailto:lmarty@xerfi.fr)

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché des annonces sur Internet**  
5COM20 – Novembre 2015
- **Les marchés du luxe et la consommation collaborative**  
4SIS49 – Juillet 2014

Retrouvez sur le site **xerfi.com** le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



**BON** DE  
**COMMANDE**

A retourner à :  
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris  
Téléphone : 01 53 21 81 51  
Email : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr)

Réf : 5DIS72 / SPE / INT

#### INFORMATIONS CLIENT

Nom : \_\_\_\_\_  
Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_  
Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Code postal : \_\_\_\_\_  
Ville : \_\_\_\_\_  
Adresse email : \_\_\_\_\_  
Téléphone : \_\_\_\_\_  
TVA Intra : \_\_\_\_\_  
N° SIRET : \_\_\_\_\_

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.  
Tarifs valables jusqu'au 31/03/2016 (TVA 20,0%).

## La distribution de biens de consommation d'occasion

Analyse du marché et des tendances de consommation

Initiatives des spécialistes et objectifs des nouveaux entrants

#### MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
<b>1 600,00 € HT</b>	<b>1 600,00 € HT</b>	<b>2 000,00 € HT</b>
1 688,00 € TTC	1 920,00 € TTC	2 400,00 € TTC



#### MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur [www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :