

OCCASION, LOCATION, RÉPARATION : UN MARCHÉ ATTRACTIF POUR LES ACTEURS DU NEUF

Les modes de consommation alternatifs (occasion, location, réparation) se démocratisent auprès des consommateurs à l'heure de la sobriété à la fois contrainte (pouvoir d'achat, urgence climatique) et volontaire (consom'action). La dernière publication des Echos Etudes « occasion, location, réparation : les nouvelles offres durables des acteurs du neuf » décrypte les intérêts stratégiques et les différents modèles économiques de ces nouveaux business pour les marques et enseignes du neuf (prêt-à-porter, équipement de la maison, jeux et jouets, articles de sport, high tech, produits culturels, luxe).

Occasion, location et réparation s'ancrent dans les habitudes de consommation en permettant de concilier enjeux sociétaux et motivations économiques. Ces modes de consommation répondent en effet à la fois aux attentes de consommateurs en quête de sens (consommer moins mais mieux) et aux tensions croissantes sur le pouvoir d'achat, priorité majeure des Français face à l'inflation. Le marché adressable est significatif et dispose d'un potentiel de croissance important. Le potentiel de ces nouveaux modes de consommation sera toutefois largement fonction du secteur, du niveau de gamme ou de l'usage.

LES ACTEURS DU NEUF SE POSITIONNENT

Dans ce contexte, les acteurs du neuf, marques comme enseignes, en ordre de bataille, se positionnent ainsi en



nombre sur ces nouvelles offres. Si le marché adressable est attractif, il est encombré, posant la question de la capacité des marques et enseignes à rentabiliser ces nouveaux métiers. Pour autant, des places restent à prendre pour ces nouveaux entrants disposant d'avantages concurrentiels. Parmi les dernières initiatives en date en 2022, citons l'arrivée de Petit Bateau sur la location, l'arrivée de Conforama sur la location, le lancement de la plateforme Claquettes Market dédiée aux chaussures d'occasion par le groupe Eram, le lancement de l'enseigne O'caZ dédié à la seconde main par le groupe Casino...

PRIORITÉ À L'OCCASION

Logiquement, l'occasion constitue la proposition de valeur privilégiée par les acteurs du neuf. A contrario, la location et la réparation sont sensiblement moins investies. Quelques acteurs sont néanmoins présents sur différentes propositions de valeur. Parmi les ac-

teurs présents sur les trois modes de consommation, notons : Le Groupe Eram avec sa marque Bocage dans le prêt-à-porter ; Petit Bateau dans la mode enfantine ; Decathlon et Intersport dans les articles de sport ; Le Groupe SEB dans l'équipement de la maison ; Boulanger et Fnac Darty dans le high tech/ produits culturels ; King Jouet, en phase de déploiement dans la réparation et qui entend développer une offre de location.

DE NOMBREUSES EXTERNALITÉS POSITIVES

Par ailleurs, ces nouvelles propositions ne doivent pas être abordées sous le seul angle du chiffre d'affaires et de la marge. Elles sont en effet génératrices d'externalités positives (image, trafic, recrutement, impact positif sur les ventes de neuf, ...) devant être intégrées au business model. De nombreux acteurs sont encore en *test and learn*. Les réponses ne sont pas univoques, l'enjeu consistant à dimensionner le modèle au ROI potentiel et aux objectifs stratégiques.



Sommaire de l'étude

Aller à l'essentiel : les points clés à retenir

Des drivers puissants

Des modes de consommation bénéficiant de tendances porteuses

L'occasion s'ancre dans les habitudes de consommation

La location émerge

Le retour en grâce de la réparation

Quelle place pour les acteurs du neuf ?

Une forte intensité concurrentielle ...

... mais des leviers sur lesquels capitaliser

Un changement de modèle économique

Go/no go : potentiel, limites et intérêt stratégique de chacun des nouveaux modes de consommation

Les stratégies mises en œuvre par les acteurs du neuf

De nombreux acteurs se positionnent sur les nouveaux modes de consommation

Une incursion massive dans l'occasion

La location : un potentiel encore sous-exploité

La réparation : des marges de manœuvre différentes selon les biens et les secteurs

Diagnostic et recommandations Les Echos Etudes

Un intérêt stratégique pour les acteurs du neuf, au-delà du chiffre d'affaires et de la marge

Adapter le modèle au ROI potentiel et aux objectifs poursuivis

Développer une offre in-house pour bénéficier à plein du potentiel des nouveaux modes de consommation

Déléguer à un prestataire opérant en marque blanche pour limiter les investissements et accélérer la montée en charge

S'appuyer sur un spécialiste afin de bénéficier de sa force de frappe

Opter pour des solutions légères ou non marchandes pour "occuper le terrain"

Hybrider les modèles pour accompagner la montée en charge

À PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Études est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 25 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Etudes ».