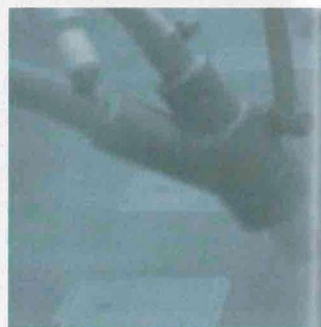
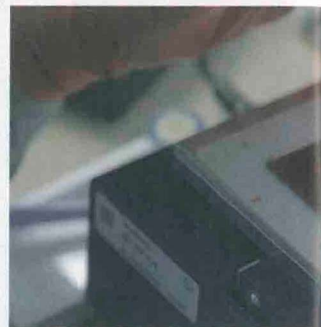


POURQUOI LE RECONDITIONNÉ A DE L'AVENIR

- Il correspond aux attentes d'un consommateur qui a le choix entre le neuf, de moins en moins abordable financièrement, et un marché de l'occasion peu rassurant.
- La valeur de ces produits est souvent divisée par deux en deux ans. Ce n'est pas un hasard si les produits reconditionnés concernent à 90% les marques Apple et Samsung.
- La disparition des subventions chez les opérateurs favorise la demande pour des produits reconditionnés.
- La vogue de l'économie circulaire, le souci de préserver l'environnement et la question de l'obsolescence programmée entrent aussi en ligne de compte.

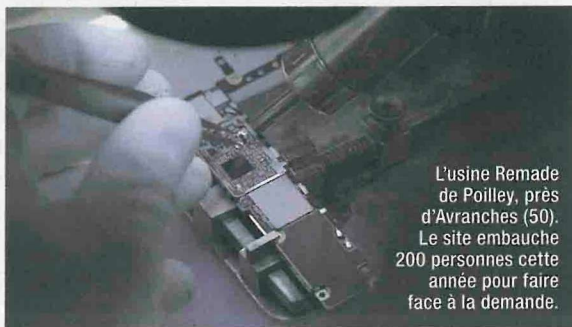


La ruée vers la seconde vie dans l'électronique

Générateurs de déchets, vendus à des prix toujours plus élevés, les smartphones s'achètent aussi d'occasion. Face à une demande croissante, les acteurs se structurent, s'allient avec des enseignes physiques et s'exportent.

Prenez l'iPhone X, dont le prix en a fait frémir plus d'un. Proposé par Apple à 1 199 € lors de sa sortie en novembre dernier, il sera possible de le trouver pour 799 € dès Noël prochain. Soit une décote de plus de 30 % en un an. En deux ans, celle-ci atteindra 60 %. Ainsi en va-t-il de la vie des smartphones. Pour l'acquérir à ce prix-là, deux solutions : se le procurer auprès d'un particulier, ce qui est le cas de millions de téléphones par an, ou l'acheter en «reconditionné» sur des sites comme Recommerce ou Back Market ou dans des circuits plus traditionnels, comme Fnac Darty ou WeFix. «Reconditionné» car déconstruit et reconstruit dans une usine ou chez un sous-traitant de ces sites selon une trentaine d'étapes bien précises.

À Poilley, dans la Manche, les techniciens et ingénieurs de Remade, le premier site français de produits électroniques reconditionnés, avec un volume de 400 000 smartphones et de 50 000 tablettes par an, reconfigurent les appareils. Ainsi, la carte-mère de l'iPhone X sera d'abord testée, puis le produit démonté, les données personnelles effacées, l'écran refait, la coque, sablée et polie. Au total, l'opération dure deux heures. «*Nous avons mis en place un réel processus industriel*, raconte Matthieu Millet, qui a créé Remade en 2013. *Nous sommes capables de vérifier tous les composants et de les rassembler pour que le consommateur ne se pose pas la question de la batterie quand il achète un téléphone d'occasion.* » Et de conclure : «*Il faut être vigilant sur ce marché. Beaucoup d'acteurs sont trop opportunistes, achètent des batteries de seconde main sans certification.* »



L'usine Remade de Poilley, près d'Avranches (50). Le site embauche 200 personnes cette année pour faire face à la demande.

PHOTOS REMADE

6 Mrds€

Le marché des biens d'occasion en France

40% des transactions réalisées sur le web

27% des Français ont déjà acheté un mobile reconditionné, dont **33%** des 16-34 ans

2 Français sur 3 intéressés par un circuit professionnel (**45%** en GSS, **42%** en boutiques opérateurs)

+20% par an

La croissance du marché

+48% La croissance prévue entre 2017 et 2022

2 millions de smartphones reconditionnés vendus par an, soit **10%** du total en France

250 à 300 € Le prix de vente moyen

Source: Strategy Analytics, GfK

Car le gâteau attire du monde. Chiffrées depuis seulement deux ans par GfK, les ventes de smartphones d'occasion pèsent déjà 10 % des volumes en France, soit 2 des 20 millions vendus chaque année. En valeur, cela représente 500 millions d'euros. Tous les acteurs s'accordent à dire que d'ici à deux ou trois ans, cela devrait augmenter de 30 à 40 % et atteindre 3 millions d'unités par an. Sans compter ceux qui passent directement de particulier à particulier, estimés de 4 à 9 millions. Patrick Richard, directeur commercial et marketing de Recommerce, 38 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017, 50 en 2018, en est convaincu. « *Le marché du smartphone d'occasion suivra celui de la voiture. Aujourd'hui, une voiture vendue sur deux relève de la seconde main.* » Et de continuer la comparaison : « *Comme dans l'automobile, nous avons un argus, des algorithmes, qui étudient, en fonction de la dépréciation du marché, le temps qu'il faut pour reconditionner un produit, ce qui détermine le prix de vente.* »

Cadences de renouvellement infernales

Tous les signaux sont au vert. La demande est vivement encouragée par les cadences infernales de renouvellement des téléphones et la surenchère des prix. Ce n'est pas un hasard si Apple et Samsung trustent 90 % des ventes de produits électroniques d'occasion. Ensuite, le consommateur se montre de plus en plus sensible aux questions environnementales. Chaque Français produit, en moyenne, 22 kg de déchets électroniques par an. À l'échelle de la planète, l'ONU annonce 17 % de déchets

Trois modèles d'entreprises

1 Des pure players bien organisés et en phase d'expansion

Lesquels ? reBuy, Remade, Recommerce...

Leur credo Racheter des produits auprès de revendeurs, d'opérateurs ou de grandes marques et les remettre à l'état neuf pour les revendre sur leur propre site avec une garantie de six à vingt-quatre mois. Seul Remade dispose de son propre outil industriel. Ils revendent aussi aux enseignes physiques.

Leurs limites La garantie passée, l'appareil n'est pas repris. Il faut rassurer le consommateur et faire preuve de pédagogie pour qu'il saute le pas. Les sites doivent aussi structurer leur offre auprès des distributeurs.



© REMADE

« Le plus difficile, c'est de réindustrialiser le produit. Remade est le seul à le faire grâce à un processus entièrement intégré dans l'usine de Poilley. Il faut être très vigilant sur la provenance et la qualité des accessoires. »

Matthieu Millet,
cofondateur de Remade

2 Des plates-formes qui répondent aux difficultés d'approvisionnement en amont

backmarket



» Explorez les coulisses d'une usine

Lesquelles? Back Market, Agora Place...

Leur credo Profiter de la manne en identifiant les bons produits reconditionnés et en les revendant à des vendeurs professionnels ou directement aux particuliers.

Leurs limites Ils ne maîtrisent pas toujours le processus industriel et risquent de fonctionner par opportunités.

« Le marché du reconditionné suit le même chemin que celui de l'automobile. Il est en train de se professionnaliser. Peugeot vend des voitures d'occasion et Samsung sera obligé de s'y mettre un jour. »

Reynold Simonnet de Tanguy Pennel, cofondateurs d'Agora Place



© AGORA PLACE

3 Les enseignes physiques s'y mettent aussi

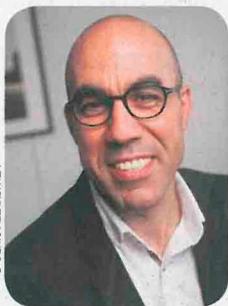
Lesquelles? Fnac Darty, WeFix...

Leur credo Reprendre des produits rapportés par le consommateur qui a changé d'avis (délai de rétractation) ou des produits abîmés lorsqu'ils sortent des entrepôts.

Leurs points faibles Elles ne sont pas toujours adossées à des usines pour remettre à neuf des produits complexes, ce qui les oblige à les confier à des tiers.



© WE FIX



© DENIS ALLARD/REA

« Après les mobiles, nous avons élargi la vente de produits d'occasion au petit électroménager et cela fonctionne très bien. De ce fait, nous sommes en train de tester le gros électroménager. »

Mehdi Dahmani, directeur de la réparation, relation fournisseurs, SAV et seconde vie de Fnac Darty

■■■■ électroniques supplémentaires d'ici à 2021, soit 52 millions de tonnes, contre 44,7 en 2016. « Un tiers des Français possède déjà un appareil de seconde main, précise Laetitia du Paty, directrice générale du site reBuy, créé à Berlin en 2009. Et pour près de la moitié d'entre eux, c'est un smartphone. » Or, selon l'étude réalisée par Omnibus en février dernier, seulement 56 % se déclarent satisfaits.

Synergies commerciales en devenir

Il y a donc encore du chemin à parcourir. « Le consommateur a besoin d'être rassuré et l'offre de se structurer. Nous sommes en train de passer d'une logique d'opérations ponctuelles à une offre de fond de rayon, qui nécessite formation et professionnalisation », analyse Patrick Richard, qui a passé seize ans chez Orange et huit dans la distribution (Carrefour et Darty). L'une des plus grosses levées de fonds cette année, 50 millions d'euros, vient justement de Re-commerce. Parmi les investisseurs, Creadev, le fonds d'investissement des Mulliez. Une manière de réaliser demain des synergies commerciales avec les enseignes de l'écosystème Mulliez, à commencer par Boulanger et son service de location d'appareils électroménagers et multimédias, Lokéo.

« Les enseignes traditionnelles ne maîtrisent pas forcément la data pour ce genre de produits et ne connaissent pas bien les filières de recyclage », soutient Patrick Richard, dont le site vient aussi de conclure un accord avec Extenso Telecom pour fournir les grandes surfaces et les enseignes spécialisées. D'où la création de plates-formes, comme Agora Place ou Back Market, qui font les intermédiaires entre les fournisseurs et les distributeurs classiques. « Il y a tellement de demande et tellement de stocks irréguliers qu'il faut trois ou quatre revendeurs pour fournir un groupe comme Fnac Darty, expliquent les fondateurs de la place de marché Agora Place, Reynold Simonnet et Tanguy Pennel. Nous, nous pouvons aider des indépendants comme E. Leclerc à trouver les bons produits. »

Tout en se structurant, les acteurs cherchent à exporter leur modèle. Le leader Remade, déjà présent aux États-Unis, lorgne du côté de plusieurs pays européens, mais aussi du Maroc et du Moyen-Orient. Son rival Re-commerce compte bien utiliser une partie de ses nouveaux fonds pour conquérir l'Amérique et participer à des opérations de croissance externe. Depuis février, Back Market est en phase de rodage aux États-Unis. Et demain, les constructeurs n'échapperont pas à la question de la seconde vie. « Ils n'auront plus le choix devant la raréfaction des matières premières comme le cobalt ou le lithium », assène Vianney Vaute, l'un des fondateurs de Back Market. On le croit volontiers. ■■ ■■

MAGALI PICARD