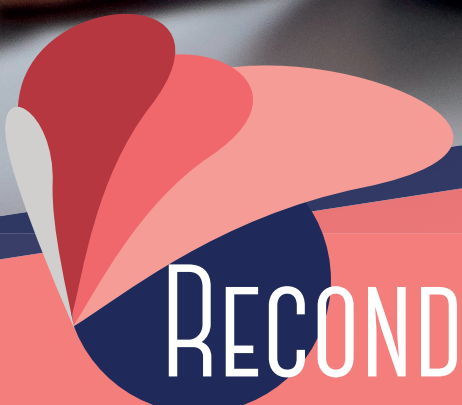




RECONDITIONNEMENT

Entre consolidation et diversification, un marché dynamique qui doit s'affranchir de la problématique de l'approvisionnement

RECONDITIONNEMENT

Entre consolidation et diversification, un marché dynamique qui doit s'affranchir de la problématique de l'approvisionnement

Après l'explosion de l'occasion, le reconditionnement semble représenter l'étape suivante dans le développement de la seconde main. Des smartphones aux voitures en passant par l'électroménager, il vient en effet corriger les inconvénients potentiels de l'occasion : confiance et sécurité accrues quant à la qualité du produit, allongement de la durée de garantie... Porté par la volonté de faire des économies ainsi que par des aspirations écologiques, le reconditionnement s'étend au marché des professionnels et diversifie tant ses modèles économiques que ses canaux de distribution.

Le potentiel du marché attire de nombreux acteurs, mais une phase de concentration s'avère déjà amorcée, initiée notamment par les grands réseaux de magasins spécialisés dans l'électronique et l'électroménager. Les constructeurs automobiles et les principaux concessionnaires se positionnent également via la croissance externe ou l'installation d'importantes capacités de production. Plus confidentielle, l'activité de retrofit électrique apparaît encore émergente mais monte en puissance.

Le secteur n'est cependant pas figé, entre création de start-up et arrivée d'acteurs étrangers. Cette vive concurrence s'avère renforcée par le manque d'approvisionnement en appareils usagés, malgré la mise en place de collectes par les opérateurs mobiles et les industriels. Dans l'automobile, le dynamisme de l'occasion favorise au contraire le reconditionnement, qui profite de l'essoufflement du neuf et des pénuries de matériaux pour la fabrication de nouveaux véhicules.



DANS CE DOSSIER

POINTS-CLÉS ET ENJEUX	4
UN MARCHÉ EN CROISSANCE, ENCORE PEU RÉGULÉ ET PORTÉ PAR LA QUÊTE DES PETITS PRIX	8
Le reconditionnement recouvre un périmètre varié et mouvant.....	8
Une forte dynamique sur les différents segments de marché.....	9
Des facteurs de croissance à la fois structurels et conjoncturels.....	11
Régulation et soutien financier : les leviers de la structuration du marché.....	16
Des freins persistent au véritable décollage du marché	19
LE SECTEUR SE CONSOLIDE AUTOUR D'ACTEURS PIVOTS ET ACCROÎT SES INVESTISSEMENTS	22
Une poignée d'entreprises concentre des levées de fonds significatives	22
Des projets dans le reconditionnement automobile portés par les acteurs majeurs de la filière	27
Voie privilégiée, la croissance externe structure le secteur	29
Les risques d'une croissance trop rapide : les cas de Remade et Save.....	35
UN DOMAINE ENCORE DYNAMIQUE ET ATTRACTIF QUI SE DIVERSIFIE.....	38
De plus petits acteurs se font une place sur le marché	38
Le reconditionnement s'étend à une variété d'activités.....	42
Le rétrofit, un reconditionnement spécifique basé sur la conversion électrique	47
Des opportunités sur le marché français pour des acteurs étrangers.....	49
FORCES EN PRÉSENCE	51
Start-up françaises du reconditionnement de smartphones et autres appareils électroniques	51
Start-up françaises du reconditionnement automobile et du rétrofit électrique	52
Start-up françaises dans d'autres segments du reconditionnement.....	53
LISTE DES ENTREPRISES CITÉES DANS L'ÉTUDE	54
LEXIQUE.....	57
SOURCES UTILISÉES.....	58

POINTS-CLÉS

Ce qu'il faut retenir

CHIFFRES-CLÉS

17 %

Part des smartphones reconditionnés dans les ventes totales de smartphones (France, 2021)

+ 90 % depuis 2017

854 millions d'euros

levés par Back Market depuis sa création

10 %

Part du chiffre d'affaires des smartphones reconditionnés sur le marché des smartphones (France, 2020)

30 millions de téléphones inutilisés en France

29 % des Français achètent d'occasion au moins une fois par mois

2,6 millions de téléphones en 2020

2,2 millions de téléphones en 2019



207 millions d'appareils au niveau mondial (2019)

6,1 millions de transactions

dans l'automobile d'occasion en 2021

+ 300 000 en deux ans

MOTEURS

TENDANCES DE CONSOMMATION

- Volonté de faire des économies
- Désir de préserver l'environnement
- Occasion plus considérée comme honteuse ou de mauvaise qualité

ÉVOLUTION RÉGLEMENTAIRE

- Recours obligatoire à des produits reconditionnés dans le secteur public (loi Agec, anti-gaspillage pour une économie circulaire)
- Indice de réparabilité
- Soutien financier pour la création d'un label national

CRISE SANITAIRE DE COVID-19

- Généralisation du télétravail : demande accrue en produits reconditionnés
- Difficultés d'approvisionnement dans le neuf
- Renforcement des tendances de consommation précitées

POINTS-CLÉS

Ce qu'il faut retenir

PAYSAGE CONCURRENTIEL

ENTREPRISES SPÉCIALISÉES	DISTRIBUTEURS & INDUSTRIELS	OPÉRATEURS MOBILES
Proposent des produits remis en état (plateformes) Rachètent et reconditionnent des appareils Vendent via différents canaux (e-commerce, magasins, opérateurs mobiles...) Variant les cibles et les modèles	Développent leurs propres services de reconditionnement Nouent des partenariats ou rachètent les entreprises spécialisées Récupèrent les produits usagés de leur activité principale	Récupèrent les appareils usagés et les fournissent aux entreprises spécialisées Proposent leurs propres téléphones reconditionnés Distribuent les produits des reconditionneurs

FREINS ET DÉFIS

COLLECTE DIFFICILE DANS L'OCCASION	• Habitude du réemploi encore trop peu ancrée • Logistique et circuits insuffisants : trop d'appareils inutilisés • Demande largement supérieure à l'offre : hausse des importations d'appareils d'occasion (notamment des États-Unis)
ÉVOLUTION RÉGLEMENTAIRE CONTRASTÉE	• Taxe sur la copie privée appliquée au reconditionné • Loi Reen sur l'empreinte environnementale du numérique moins ambitieuse que prévu
PRATIQUES CONTESTÉES	• Faible transparence et nombreux abus signalés, manque de contrôle • Distorsion de concurrence • Risque de perte de confiance du consommateur

Gérer les problèmes d'approvisionnement et leurs effets indésirables

Conséquences de la pandémie de Covid-19 et des dysfonctionnements productifs et logistiques qu'elle a provoqués, **les difficultés d'approvisionnement** dans les produits neufs ont bénéficié au secteur du reconditionnement. **Celles concernant le marché de l'occasion l'ont en revanche fortement pénalisé**, limitant la demande pouvant être desservie et obligeant les acteurs à se tourner vers l'importation d'appareils électroniques. Ce phénomène a conduit à **une dégradation de la qualité** des produits fournis, préjudiciable à terme pour l'ensemble du secteur.

Face à cette situation, les entreprises spécialisées dans le reconditionnement disposent de plusieurs solutions. Elles peuvent **nouer des partenariats**, en particulier avec les opérateurs mobiles dans le cas des smartphones, afin d'**accroître leur approvisionnement en produits d'occasion**. Des collaborations avec les acteurs du recyclage peuvent également être mises en place. **Communiquer davantage** auprès du grand public pour réduire le nombre d'appareils électroniques inutilisés demeure en outre essentiel.

Le renforcement des contrôles et **un reconditionnement réalisé en France** constituent par ailleurs des éléments susceptibles d'améliorer la confiance des consommateurs envers ce secteur. Les sociétés du reconditionnement peuvent ainsi continuer à faire pression sur les pouvoirs publics pour **obtenir un encadrement plus strict** des pratiques sur le marché. Plus complexe à mettre en œuvre sur des volumes importants, **un approvisionnement uniquement hexagonal** peut également recevoir un écho favorable chez les consommateurs attentifs aux questions environnementales. Racheter directement des appareils auprès des particuliers **en proposant des prix attractifs** constitue une autre option, qui réduit toutefois la rentabilité.

Alors que les marques, les fabricants et les distributeurs se lancent dans le reconditionnement, **il devient plus difficile d'avoir accès à d'importants volumes** de produits renvoyés par les usagers. Une voie de développement possible pour éviter une concurrence frontale peut s'incarner dans **un positionnement en marque blanche**, comme sous-traitant des acteurs cités.

Se positionner face au phénomène de consolidation

S'intégrer au sein de l'écosystème du reconditionnement passe également par le renforcement de ses positions pour **éviter de subir la consolidation en cours dans le secteur**. Les rachats se multiplient, notamment pour créer des synergies entre les différents acteurs de la chaîne de valeur (distributeurs, industriels...). Dans ce contexte, **plusieurs stratégies s'offrent aux nouveaux entrants**. S'ils parviennent à rassembler suffisamment de fonds, ils peuvent adopter une approche fondée sur **la croissance externe** et participer eux aussi à cette concentration. L'intégration horizontale devrait leur permettre d'**acquérir une taille critique** en termes de volumes collectés, de chiffre d'affaires ou de pouvoir de marché.

Dans une logique davantage basée sur l'intégration verticale, **un rapprochement avec un acteur important** de l'industrie ou de la distribution peut également constituer un moyen de se prémunir contre une pression trop intense. Cette méthode présente **une série d'avantages**, à commencer par un soutien financier accru pour se développer. L'accès à un réseau de distribution et de

partenaires représente aussi un atout non négligeable. L'obtention de volumes élevés d'appareils à reconditionner se montre par ailleurs bénéfique pour le nouvel entrant.

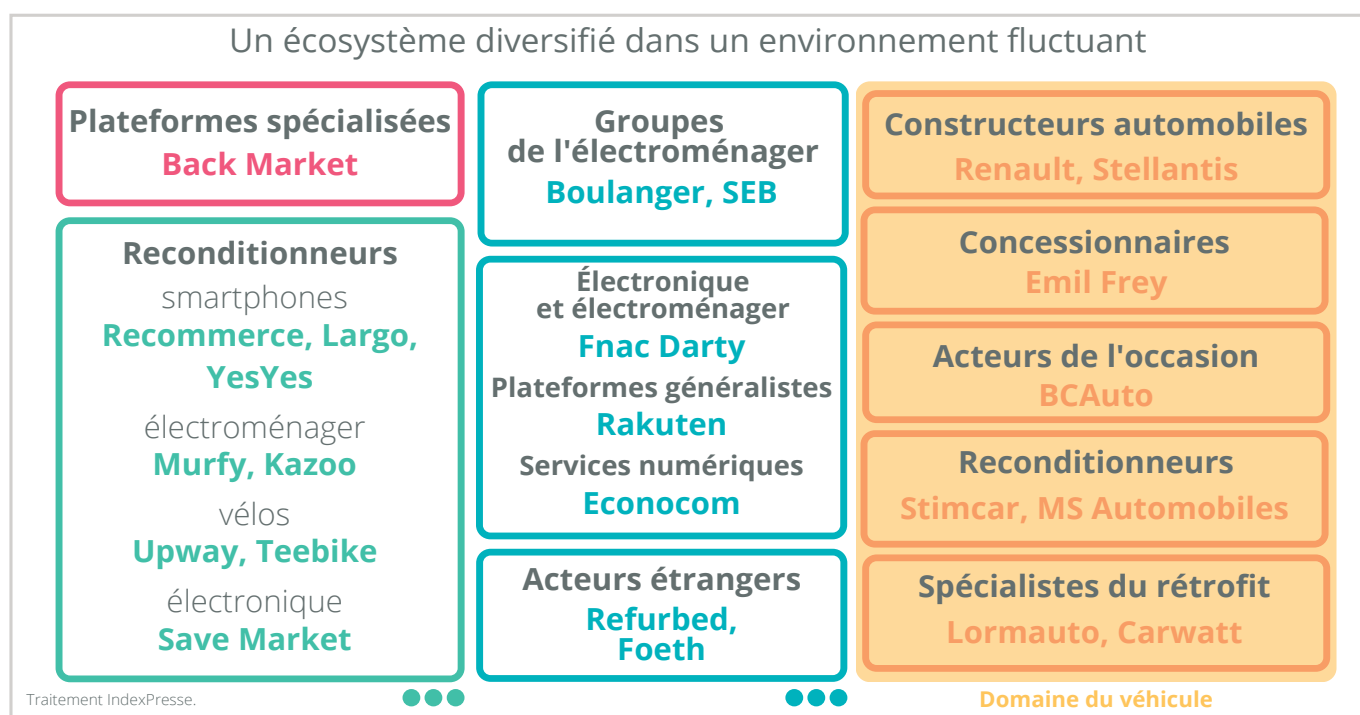
Les start-up peuvent emprunter une autre voie en **se positionnant sur des marchés différenciants**. Le reconditionnement s'étend en effet à de plus en plus d'activités, offrant une multitude d'opportunités pour se démarquer. Certains domaines dans les équipements professionnels s'avèrent **encore peu concernés par la seconde main**, et peuvent donc représenter des opportunités pour se déployer. D'autres se révèlent **encore suffisamment atomisés** pour laisser une place à de nouveaux entrants : c'est par exemple le cas du rétrofit électrique, qui permet en outre de s'adresser aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises et aux collectivités. Les jeunes sociétés du reconditionnement disposent ainsi **de nombreuses options pour s'implanter sur le marché** sans être trop pénalisées par des concurrents imposants, qui fragiliseraient leur situation à terme.

UN MARCHÉ EN CROISSANCE, ENCORE PEU RÉGULÉ ET PORTÉ PAR LA QUÊTE DES PETITS PRIX

Le reconditionnement recouvre un périmètre varié et mouvant

Différent de l'occasion de par la réparation qu'il implique, le reconditionnement implique **une multitude d'acteurs**. Des plateformes spécialisées axées sur la vente de smartphones aux spécialistes de l'électronique ou de l'électroménager, le marché fait intervenir des nouveaux entrants et des entreprises plus anciennes. Ses contours restent flous, **les segments concernés évoluant au gré des opportunités** identifiées par les acteurs privés. Le reconditionnement s'applique ainsi à l'informatique comme au matériel de cuisine ou aux vélos. Cette caractéristique induit la

présence de nombreux reconditionneurs industriels effectuant les réparations des produits pour leur propre compte ou en tant que sous-traitants. **Le segment de l'automobile** apparaît par ailleurs comme un pan majeur du marché. **Tiré par les constructeurs et les distributeurs**, il attire des spécialistes du véhicule reconditionné, dont une partie se focalise sur le rétrofit. Transformant un véhicule d'occasion thermique en modèle électrique, ils représentent **une branche singulière dans ce nouvel écosystème** de l'économie circulaire automobile.



Une forte dynamique sur les différents segments de marché

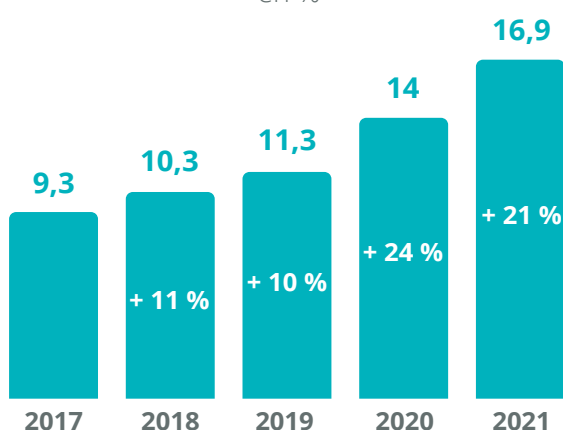
Les smartphones apparaissent comme le principal produit reconditionné

Avec 2,6 millions de smartphones reconditionnés commercialisés en France en 2020, contre 2,2 millions l'année précédente, le segment représente **le principal débouché pour les acteurs du reconditionnement**. Parmi les Français ayant acheté au moins un produit reconditionné en 2021, **près de 70 % avaient opté pour un smartphone** d'après Happydemics. La réparation et la revente de ce type de produits s'avèrent en effet prometteuses, alors que **leur rotation est forte** chez les clients (environ un modèle acheté tous les deux ans) et **leur prix élevé** : plusieurs centaines voire plus d'un millier d'euros pour les marques les plus onéreuses. Selon l'UFC-Que Choisir, **un téléphone reconditionné peut ainsi coûter entre 20 % et 50 % de moins** que son équivalent neuf. Ces caractéristiques ont conduit

le reconditionné à se développer fortement sur le marché des smartphones, sa part ayant grimpé de 9,3 % en 2017 à près de 17 % en 2021. **Sa dynamique s'est accélérée ces dernières années**, avec une croissance supérieure à 20 % en 2020 et en 2021, contre 10 % pour 2018 et 2019. **La tendance devrait se poursuivre** : les estimations misent sur une hausse de plus de 60 % des volumes vendus au niveau mondial à l'horizon 2023. Le marché pourrait alors atteindre 333 millions de smartphones reconditionnés commercialisés sur l'année. Ce chiffre s'élevait à 176 millions en 2018. **Le reconditionnement reste toutefois minoritaire sur l'ensemble du marché des téléphones mobiles**, avec 700 millions d'euros de chiffre d'affaires en France en 2020, contre 6,7 milliards pour les smartphones neufs.

Les smartphones, piliers du marché du reconditionnement

Part des smartphones reconditionnés dans les ventes de smartphones en France, en %



*prévisions

Traitement IndexPresse. Sources : GFK, Happydemics, ICC

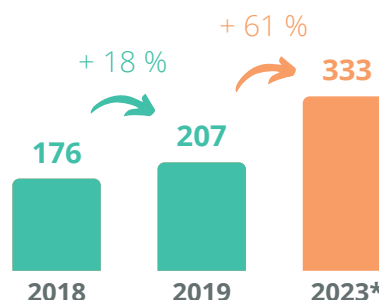
2,6

millions de smartphones reconditionnés en France en 2020

700

millions d'euros de chiffre d'affaires en France en 2020

Marché mondial des smartphones reconditionnés, en millions d'unités



L'automobile reconditionnée, un segment en pleine émergence

Le fort développement du marché de l'occasion offre **des opportunités majeures pour les constructeurs automobiles** dans le reconditionnement. "Le marché de l'occasion, c'est trois fois celui du neuf", affirmait en décembre 2021 à *Ouest-France* le directeur général de Renault, Luca de Meo. Alors que le secteur connaît quelques turbulences (ralentissement de la production suite à la pandémie de Covid-19, transformation accélérée avec la fin programmée des voitures thermiques), le reconditionnement apparaît comme **une voie bienvenue pour rehausser la rentabilité**. Le vivier croissant de voitures d'occasion permet de générer des volumes importants : 70 voitures reconditionnées par jour pour la Refactory de Renault, située à Flins-sur-Seine (Yveline). De son côté, le leader du reconditionnement automobile, Aramisauto, a **remis en état plus de 100 000 véhicules** depuis 2014. Ce nouveau potentiel remet en avant **des techniques permettant d'accélérer les cadences et**

de réduire les coûts. "Le reconditionnement est réalisé en six jours alors que les concessionnaires ont l'habitude de le faire en 21 jours", expliquait fin 2021 le directeur de la Refactory, Jean-Philippe Bahuaud, dans *Le Nouvel Économiste*. **L'intégration du contrôle technique dans la chaîne de production** permet aussi de limiter les délais. Le *smart repair* prend également de l'ampleur. Procédé relativement ancien mais un peu délaissé, il permet de **réaliser de petites réparations sans démontage de la carrosserie**. Les méthodes utilisées se montrent particulièrement adaptées au domaine du reconditionnement : "Une journée de stockage coûte entre 15 et 20 euros", soulignait mi-2021 Gilles Aubry, consultant auprès des concessionnaires, dans *Le Journal de l'Automobile*. "Un véhicule qui reste sans bouger pendant 21 jours, c'est 420 euros de frais de stockage." Il indiquait pouvoir réduire les coûts de 100 000 euros chez l'un de ses clients grâce au *smart repair*, décrivant ainsi "une révolution".

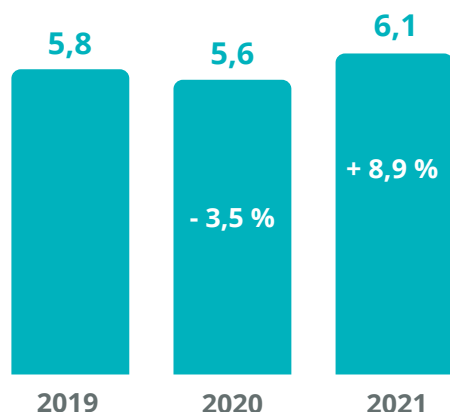
100 000

Le nombre de véhicules reconditionnés par Aramisauto depuis 2014.

Source : L'Automobile Magazine, janvier 2022.

Le dynamisme de l'occasion, un atout pour le reconditionnement automobile

Nombre de transactions sur le marché de l'automobile d'occasion en France, en millions d'unités



+ 35 %

Hausse des prix de l'occasion en 10 ans (à début 2022)

1/3

Part des véhicules d'occasion vendus par les professionnels

Traitement IndexPresse. Sources : L'Automobile Magazine, L'Argus Pro

Des facteurs de croissance à la fois structurels et conjoncturels

Réaliser des économies et consommer plus responsable : les deux motivations principales

Le marché des produits reconditionnés occupe **une place centrale au sein de l'économie circulaire et durable**. L'engouement des Français pour les appareils technologiques de seconde main s'intensifie depuis plusieurs années. En 2021, **plus d'un Français sur trois déclarait ainsi avoir déjà acquis un smartphone reconditionné**, selon le baromètre Recommerce de Kantar. Les consommateurs y voient un moyen de limiter leur empreinte écologique et de payer moins cher leurs produits. **La tendance du "consommer moins mais mieux" s'installe**, insufflée par les jeunes générations.

La pandémie de Covid-19, survenue en 2020, a eu pour effet de pressuriser le pouvoir d'achat d'une partie de la population et de démontrer l'urgence de la prise en compte des problématiques environnementales. **Elle a renforcé les changements de comportements déjà à l'œuvre**. "Entre aspirations et contraintes, le rapport des Français à la consommation s'est considérablement transformé ces dernières années. Préoccupations environnementales, vigilance accrue aux conditions de production et au prix juste, pressions sur le pouvoir d'achat...", indiquait Guénaëlle Gault, directrice générale de l'Obsoco (Observatoire société et consommation) en janvier 2021.

Le prix s'impose comme le principal critère d'achat de produits de seconde main.

Dans un contexte d'inflation, une étude publiée au printemps 2022 par l'observatoire Cetelem révèle que **55 % des Français achètent des produits d'occasion pour réaliser des économies**. L'étude met également en avant l'émergence du "consommateur-vendeur", **qui affirme son autorité et son contrôle sur sa consommation**. 32 % des interrogés estiment que l'avenir de l'économie circulaire reposera de plus en plus sur ces achats-ventes entre particuliers, 29 % sur les enseignes traditionnelles, et 39 % sur les nouveaux acteurs spécialisés dans la seconde main et les produits reconditionnés. Une étude de l'Ifop, publiée en septembre 2021, indiquait de son côté que près de 9 jeunes sur 10 avaient déjà acheté des produits de seconde main et près d'un tiers d'entre eux (28 %) avaient l'intention d'accroître ce mode d'achat à l'avenir. Cette pratique se généralise alors que 3 jeunes sur 10 ont vu **leur situation économique se détériorer depuis la crise de la Covid-19**, générant un impact sur leurs modes de consommation.

Parallèlement à cette quête d'économies, les mentalités autour du marché de l'occasion évoluent. Certains préjugés, qui entravaient jusque-là son développement, reculent progressivement. Longtemps source de honte ou reflet d'un certain "radinisme", l'achat de produits de seconde main s'impose désormais dans l'opinion publique

29 %

La part des Français qui achètent au moins une fois par mois des biens d'occasion.

Source: Observatoire Cetelem, 2022.

90 %

La part des Français de 18-25 ans qui ont déjà acheté des produits d'occasion.

Source: Ifop, 2021.

Conséquences écologiques de la filière des téléphones portables, en France

70 kg de matières premières sont utilisées pour la fabrication d'un seul téléphone

75 % de l'empreinte carbone d'un smartphone est issue de sa fabrication

88 % des téléphones remplacés en France sont encore fonctionnels

130 millions de téléphones portables dorment dans les tiroirs des Français

15 % des appareils sont collectés pour être recyclés

Traitement IndexPresse. Source : Kantar

comme **un acte responsable et vertueux**. "Il n'y a aujourd'hui plus de sentiment de 'honte' chez les consommateurs : au contraire, c'est même une forme de revendication voire de fierté qui émerge chez les jeunes adeptes de l'occasion !", indique Morgan Hilmi, dirigeant de la start-up Beebs, qui propose une application d'achat et de revente d'articles d'occasion pour enfants.

Selon une étude menée par Toluna en 2021, en partenariat avec la société de marketing en ligne Webloyalty, préserver l'environnement s'impose comme la deuxième motivation pour l'achat d'un produit de seconde main ou reconditionné. Cela permet notamment de **participer activement à la lutte contre le gaspillage** en évitant la surconsommation. Les acheteurs s'inscrivent ainsi dans un cercle vertueux en s'équipant de pièces remises sur le marché. "Nous entrons dans une consommation du partage. Avant, un bien avait un prix. Aujourd'hui, il a une valeur d'usage et de partage. Quand il a épuisé son utilité, on le remet sur le marché et cela crée une circulation vertueuse", analysait déjà en 2016 Antoine Jouteau, directeur général du site Leboncoin. L'achat d'occasion s'impose, en outre, comme une forme de recyclage volontariste. Pour 75 % des per-

sonnes interrogées par l'Obsoco en 2021, **le plus important est de pouvoir "utiliser" plutôt que de posséder**. Une logique qui participe au succès des acteurs positionnés sur le marché des produits reconditionnés.

Cette tendance témoigne d'une montée en puissance de l'attention portée à la durabilité des biens. "Lorsqu'on prolonge la durée de vie d'un produit, on limite de facto l'achat de produits neufs", expliquait le magazine *Courrier cadres* au printemps 2022. Pouvoir compter sur **des articles fiables, durables et réparables** s'avère dès lors fondamental. "Évidemment, sur le marché tech, il est illusoire d'espérer pouvoir se passer du neuf, qui apporte les avancées technologiques et permet d'approvisionner le marché de l'occasion. En revanche, les modes de consommation davantage tournés vers la réparation et le recours à des produits reconditionnés permettent de combattre le gaspillage et la surproduction", poursuivait *Courrier Cadres*. Enfin, d'un point de vue écologique, **privilegier des reconditionneurs français** apparaît comme la voie à suivre pour les consommateurs souhaitant se montrer responsables dans leurs achats.

LES AVANTAGES DU RECONDITIONNÉ PAR RAPPORT À L'OCCASION

Lorsque qu'un consommateur achète un produit d'occasion, il l'acquiert en l'état, avec de potentiels dysfonctionnements ou des pièces cassées. Dans le cadre d'un achat reconditionné, le produit est remis en état par un atelier professionnel, selon une charte précise. S'il est récent et en bien conservé, le reconditionneur aura une marge d'intervention. Les différentes étapes de contrôle peuvent néanmoins impliquer le remplacement de certaines pièces, comme l'écran ou la batterie d'un smartphone. Cette réparation garantit l'acquisition d'un produit fonctionnel, qui va durer. En dehors d'articles récents livrés avec la facture d'origine, l'occasion ne permet pas de prétendre à une telle garantie, contrairement aux plateformes spécialistes du reconditionné qui garantissent les produits vendus, généralement entre 6 et 12 mois. Cela se révèle rassurant pour l'acheteur, tout comme le fait d'avoir accès à un service après-vente.

Une accélération notable avec le boom du télétravail

Avec la pandémie de Covid-19, les besoins numériques des Français ont fortement augmenté.

Pour permettre à leurs salariés de travailler en dehors du bureau, les entreprises ont massivement acheté des téléphones portables professionnels, des ordinateurs portables, des claviers, des souris et des écrans. "Aussi étonnant que cela puisse paraître, de nombreuses entreprises du CAC 40 basées à la Défense étaient encore équipées d'ordinateurs de bureau fixes et n'étaient donc pas du tout préparées au télétravail à l'annonce du premier confinement en mars 2020. En deux semaines, il a fallu les équiper en ordinateurs portables, idem pour de grandes administrations", analysait en mars 2022 Jean-Louis Bouchard, PDG d'Econocom, une entreprise spécialisée dans la transformation digitale des grandes entreprises et des organisations publiques.

Avec un prix d'entrée assez élevé pour un ordinateur performant, autour de 900 euros, les entreprises françaises se montrent de plus en plus séduites par l'achat de produits reconditionnés, moins chers mais également plus écologiques, la fabrication des ordinateurs étant essentiellement réalisée en Chine. La normalisation du télétravail a aussi donné lieu à une prise de conscience des entreprises qui réalisent que "c'est **une hérésie d'acheter un téléphone neuf** d'autant qu'il n'y a plus vraiment d'avancées technologiques sur un smartphones", indique Christophe Brunot, cofon-

dateur de Largo, société spécialisée dans le reconditionnement de smartphones.

Toutes les entreprises ne s'engagent pas pour autant dans l'achat et l'utilisation de matériel reconditionné et beaucoup continuent d'acquérir des ordinateurs et téléphones neufs pour leurs salariés. Elles sont cependant de plus en plus nombreuses **à prendre des mesures dans le cadre de leur politique RSE**, pour améliorer leur image. C'est par exemple le cas d'EDF qui, depuis plusieurs années, a mis en place **une activité pérenne de réemploi pour prolonger la durée de vie du matériel informatique** (PC fixes, portables, écrans, imprimantes...) via la revalorisation, le don et la réparation. En 2020, EDF assurait ainsi avoir valorisé 97,5 % de ses biens informatiques. "Le matériel donné est reconditionné suivant les besoins en sollicitant des entreprises du secteur adapté, telles que les structures qui emploient du personnel en situation de handicap, comme ATF Gaia, les Ateliers du Bocage ou Ecodair", expliquait aux Échos Richard Bury, pilote du programme numérique responsable chez EDF.

Dans le secteur public, **les collectivités territoriales entendent elles aussi prendre part à la mobilisation écoresponsable**. Un décret du 9 mars 2021 impose désormais à l'État et aux collectivités **d'acheter des biens issus de l'économie circulaire**. Le texte prévoit que 20 % du montant annuel des achats pour les "machines, matériels

UN MARCHÉ EN CROISSANCE, ENCORE PEU RÉGULÉ ET PORTÉ PAR LA QUÊTE DES PETITS PRIX

et fournitures informatiques et de bureau, excepté les meubles et logiciels”, doit provenir du marché de l’occasion ou du reconditionné. De leur côté, les entreprises du secteur privé anticipent déjà un élargissement de la loi qui les poussent à s’intéresser davantage au reconditionné.

Au-delà du matériel informatique, elles sont de plus en plus nombreuses à se tourner **vers le mobilier de bureau reconditionné**. Chaque année, entre 90 000 et 120 000 tonnes de chaises, bureaux, armoires, caissons et autres meubles professionnels sont mis au rebut en France. Sur ce total, seuls 3,6 % ont été mis à disposition de

sociétés de réemploi et de réutilisation en 2021 selon les chiffres de Valdelia, éco-organisme créé en 2011 ayant pour mission la structuration de la filière du reconditionnement du mobilier professionnel en France. Il s’est fixé comme objectif de faire grimper ce taux de récupération à **5 % à l’horizon 2023**. Vendu entre 40 % et 60 % moins cher que le neuf, le meuble reconditionné concurrence directement les offres premier prix, sans pour autant constituer du bas de gamme. Les entreprises du reconditionnement positionnées sur ce créneau surfent sur une demande croissante.

La pénurie de composants et pièces entérine la bascule profonde des modes de consommation

Depuis la crise de Covid-19, les produits électroniques sont menacés par une pénurie de certains composants, notamment les puces. Les confinements mis en place dans de nombreux pays ont provoqué une explosion des ventes de matériel informatique, ainsi qu’un boom des achats en ligne, et la demande n’a pas faibli depuis. Dans le même temps, les usines de production, les ports et les moyens de transport ont tourné au ralenti face aux restrictions sanitaires. **La reprise rapide de l’économie a ensuite pris de court les fabricants de puces**, qui ont eu des difficultés à répondre à des commandes en pleine explosion.

Cette crise d’approvisionnement a mis en lumière la dépendance des concepteurs d’appareils et de produits électroniques vis-à-vis des semi-conducteurs et de leurs fabricants asiatiques. Mais **elle profite aux reconditionneurs et aux plateformes de vente d’occasion**, qui ont observé une hausse de trafic sur leurs sites suite aux annonces successives des secteurs touchés par la pénurie. Interrogé fin 2021 par le site d’information spécialiste de la micro-informatique CNET, Raoul Costa de Beauregard, PDG du spécialiste des produits électroniques reconditionnés Back Market, expliquait : “Il faut attendre un mois avant de recevoir un iPhone 13 commandé sur le site d’Apple, alors

que le reconditionné ne dépend pas d’une supply chain aussi longue que celle des produits neufs, car une grande partie des produits reconditionnés sont déjà dans le marché local”. L’activité du site Back Market a doublé en 2021 et le dirigeant anticipait **“un report massif des achats des consommateurs sur les produits reconditionnés, jusqu’à début 2022 au moins”**. Selon lui, les appareils qui sont déjà les plus courus sur sa plateforme devraient “être encore plus demandés” : les derniers smartphones Apple ou Samsung, la dernière génération d’ordinateurs, des produits électroménagers haut de gamme ou encore les casques bluetooth de la marque Bose.

Antoine Jouteau, directeur général du groupe Leboncoin, spécialiste des petites annonces en ligne, observait lui **une activité exponentielle dans la catégorie “multimédia”** en 2021, avec plus de 219 millions de visites, soit une hausse de 14 % en un an. “Clairement, **cette pénurie booste notre activité**”, affirmaient unanimement les deux dirigeants.

Selon certains experts, **cette situation pourrait se prolonger jusqu’en 2023**. Flavien Neuvy, économiste et directeur de l’observatoire Cetelem, expliquait à l’automne 2021 qu’il faudra “certainement attendre plusieurs trimestres, voire plus

UN MARCHÉ EN CROISSANCE, ENCORE PEU RÉGULÉ ET PORTÉ PAR LA QUÊTE DES PETITS PRIX

d'un an, pour avoir un retour à la normale progressif" dans le secteur automobile. Glenn O'Donnell, directeur de recherche chez Forrester, expliquait de son côté que les chaînes d'approvisionnement devraient "rester sous pression pendant encore deux ans", malgré les efforts des fabricants de puces pour renforcer leurs capacités. En attendant, **les acteurs du reconditionné continuent de profiter de cette conjoncture favorable.**

Back Market, qui met en relation les consommateurs et 1500 revendeurs partout dans le monde, a vu son volume d'affaires être multiplié par 100 en 5 ans. Ces performances montrent que **le marché du reconditionnement était déjà en pleine expansion avant la crise.** "La pénurie de composants est cyclique, elle arrive tous les 5 à 10 ans. Il y en aura encore. Et même si la situation s'arrange à chaque fois, ce genre d'épisodes va certainement questionner les consommateurs,

qui sont déjà de plus en plus nombreux à se tourner vers de nouvelles façons d'acheter", analysait Raoul Costa de Beauregard. Même observation pour Antoine Jouteau : "Les Français se sont, depuis déjà des années, convertis à la consommation d'occasion. Avant la crise du Covid, il y avait une sorte de tassement des ventes d'appareils électroniques, liée à la saturation du marché principalement ; et **la pandémie a fait basculer les consommateurs vers une réflexion de leur propre consommation.** Elle a convaincu de nombreuses personnes de la nécessité de changer de mode de consommation". Selon lui, cette tendance va s'accélérer sur le long terme : "Les gens vont rechercher des appareils qui leur correspondent, sans entrer dans la course au neuf, qui aggrave d'ailleurs la pénurie. **La consommation raisonnée est ancrée.** Il n'y aura pas de retour en arrière".

LA PÉNURIE DE PIÈCES DE RECHANGE NEUVE PROFITE À LA FILIÈRE DES PIÈCES AUTOMOBILES D'OCCASION

La filière des pièces de rechange et le secteur de l'automobile n'ont pas été épargnés par la crise de Covid-19. Les mesures prises pour endiguer la pandémie ont réduit les niveaux de production, ce qui a débouché sur une rupture des stocks au début de l'année 2021. Les garagistes peinent à réaliser les réparations étant donné que le composant à remplacer n'est plus disponible.

Pour soutenir la demande croissante, les acteurs du marché des pièces d'occasion s'organisent et réinventent la profession, comme l'indiquait le journal *Les Échos* dans un article d'août 2021. Des actions sont menées pour améliorer les infrastructures et donner une nouvelle image aux centres de recyclage. Les vieux locaux sont remplacés par des hangars modernes. En leur sein, chaque composant est analysé, photographié et répertorié grâce à un code-barres, puis rangé dans des rayons conçus à cet effet. Les recycleurs agréés sont tenus d'assurer la traçabilité des composants proposés aux clients et l'informatisation du secteur. Les pièces sont désormais plus facilement accessibles, notamment grâce aux plateformes en ligne.

Régulation et soutien financier : les leviers de la structuration du marché

Limiter les dérives des reconditionneurs, un enjeu clé

Si l'attrait pour les produits remis à neuf est de plus en plus fort, **le manque de régulation du secteur permet à des revendeurs de proposer une qualité discutable**. Le caractère durable et vert des smartphones reconditionnés peut varier du simple au triple selon le lieu de reconditionnement et d'approvisionnement, révèle l'Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie). **"Le gisement local n'est pas suffisant pour répondre à la forte demande européenne"**, se défend Christophe Brunot, cofondateur de l'entreprise de reconditionnement de smartphones Largo, interrogé en mars 2022 par le magazine *Challenges*. De nombreux téléphones vendus en France proviennent en effet des États-Unis, où le *leasing* (ou location avec option d'achat) permet de changer de modèle chaque année.

De son côté, la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) pointe une information aux consommateurs souvent insuffisante, voire trompeuse, de la part des reconditionneurs. Dans son baromètre 2021 sur le secteur, elle évaluait à **62 % la part des reconditionneurs de smartphones présentant des anomalies**. En cause :

- l'impossibilité de justifier des tests réalisés ;
- l'usage inapproprié de l'expression "comme neuf" ;
- l'abus de la notion de certification sans intervention d'un organisme tiers ;
- une confusion volontaire concernant l'après-vente.

Face à ces écueils, l'encadrement de la filière du reconditionnement devient un enjeu. Lorsqu'une panne intervient moins d'un an après la vente d'un smartphone reconditionné, la garantie (de deux ans) s'applique automatiquement, ce que les consommateurs ignorent souvent. Un décret a

"Le secteur
[des smartphones
reconditionnés]
a besoin d'une réglementation
sur la liste des contrôles à réaliser,
qui ne peuvent se limiter à un test
manuel : la manière d'effectuer les
réparations ; la qualité des pièces
détachées ; et les accessoires de charge
livrés avec l'appareil."

David Mignot,
président de YesYes

Source : L'Usine digitale,
mars 2022.

été publié le 17 février 2022 afin **"d'apporter davantage de clarté en donnant une définition juridique au reconditionnement"**, explique Aurélien Condomines, avocat chez Aramis Law. Le produit doit avoir subi des tests sur toutes ses fonctionnalités, être réparé si besoin, "répondre aux obligations de sécurité et aux attentes légitimes du consommateur", **avec notamment un effacement de toutes les données**. Cependant, pour David Mignot, fondateur du pure player YesYes, "ce décret ne dit rien sur le contenu des tests, ni sur la qualité des accessoires ou des pièces détachées, sachant, par exemple, que le prix d'un écran d'iPhone peut varier du simple au double". L'entrepreneur souhaiterait la mise en place de normes à l'image de celles entourant le contrôle technique des véhicules.

Les reconditionneurs sont également tenus de se montrer transparents sur la traçabilité des pro-

UN MARCHÉ EN CROISSANCE, ENCORE PEU RÉGULÉ ET PORTÉ PAR LA QUÊTE DES PETITS PRIX

duits. Alors que **seuls 30 % des smartphones vendus en France ont été reconditionnés dans l'Hexagone**, le décret du 17 février précise que pour afficher la mention "reconditionné en France", toutes les opérations doivent être réalisées sur le territoire national, alors que certains entretenaient jusqu'alors la confusion. Back Market met par exemple en avant des "reconditionneurs français", sans préciser la localisation des opérations, révèle *Challenges*. De plus, la place de marché affiche l'identité du vendeur, sans que l'acheteur n'ait le choix. "Notre algorithme

propose pour tout modèle le vendeur avec le meilleur rapport qualité-prix", avance Camille Richard, directrice RSE de la société. "Tant pis si le consommateur aurait préféré payer plus cher un téléphone venant de moins loin", dénonce *Challenges*. Certains reconditionneurs sont même accusés **de profiter du système pour faire croire à du made in France**, alors qu'il est parfois impossible pour le client de savoir si le téléphone a bien été reconditionné dans l'Hexagone. Ainsi, pour David Mignot, Back Market tire les pratiques vers le bas en même temps que les prix.

Légiférer pour accompagner le déploiement du marché

Les reconditionneurs français se montrent favorables à davantage d'encadrement pour structurer le marché et l'installer dans la durée. Pour Sébastien Partida, directeur adjoint à la collecte au sein d'Éco-systèmes, entreprise dédiée à la gestion des déchets d'équipements électriques et électroniques ménagers sur le territoire français, **la voie législative se présente comme le meilleur accélérateur**. La loi Agec (Anti-gaspillage pour une économie circulaire), promulguée le 10 février 2020, "va renforcer la prise de conscience et accompagner la démarche avec des mesures comme l'interdiction de détruire les invendus non alimentaires", indiquait-il pour le journal *Les Échos*, en mars 2022. Elle contraint également certains marchés publics à acquérir une partie de ses biens en provenance du réemploi ou du recyclage.

L'indice de réparabilité s'étend à de nouveaux produits

Autre mesure phare pour la filière, certains appareils électriques et électroniques doivent être commercialisés avec **l'indication de leur indice de réparabilité** depuis le 1^{er} janvier 2021. Cet indice, présenté sous la forme d'un logo représentant une clé de mécanicien entourée d'un engrenage et accompagné d'une note allant de 0 à 10, permet aux consommateurs de savoir si un équipement peut être réparé facilement. Attri-

bue par le fabricant, la note est calculée à partir de cinq critères :

- la disponibilité de la documentation technique nécessaire à la réparation de l'appareil ;
- la possibilité de démonter l'appareil, l'accessibilité des pièces à remplacer et les outils nécessaires pour le faire ;
- la durée de disponibilité sur le marché des pièces détachées et les délais de livraison ;
- le prix des pièces détachées par rapport à l'équipement neuf ;
- des critères spécifiques à la catégorie d'équipements concernée.

En pratique, les producteurs, importateurs et distributeurs des produits concernés **doivent communiquer l'indice de réparabilité aux vendeurs de ces produits**, ainsi qu'à toute personne qui en fait la demande. De leur côté, les commerçants sont tenus de faire figurer cet indice de manière visible sur chaque équipement concerné proposé à la vente dans leur magasin. Ils doivent afficher l'indice dans la présentation du produit et à proximité de son prix lorsqu'il est vendu sur Internet. Cinq catégories d'équipements sont pour le moment concernées par cette obligation : les smartphones, les ordinateurs portables, les téléviseurs, les lave-linges à hublot et les tondeuses à gazon électriques. À compter du 5 novembre 2022, de nouveaux produits seront soumis à cette mesure,

LES SMARTPHONES PLIABLES : UN DÉFI DE TAILLE POUR LES RECONDITIONNEURS

Les smartphones pliables, dont les ventes progressent, se révèlent plus difficiles à démonter et à réparer que les téléphones classiques. Tous paramètres confondus, leur indice de réparabilité est en moyenne inférieur aux autres modèles. Le site de réparation iFixit ne donne par exemple que 1 sur 10 au Razr pliable de Motorola. La difficulté à réparer ces appareils vient surtout de l'écran pliable. Pour le retirer, les reconditionneurs doivent mettre en place des protocoles différents.

L'indice de réparabilité pourrait-il alors détourner les consommateurs de ces appareils pliables ? Jusqu'ici, les smartphones pliables étaient très chers et réservés à une clientèle technophile, expliquait *Les Échos* en décembre 2021. L'argument environnemental pourrait maintenant jouer d'avantage, à mesure que les pliables se démocratisent.

tels que les aspirateurs ou les lave-vaisselles. Les professionnels ne respectant pas l'obligation d'information relative à l'indice de réparabilité sont passibles d'une amende administrative pouvant aller jusqu'à 3 000 euros pour une personne physique et 15 000 euros pour une société. Au printemps 2021, **86 % des Français déclaraient vouloir prendre en compte l'indice de réparabilité pour leurs futurs achats**, selon un sondage OpinionWay pour Samsung.

Une enveloppe publique pour la création d'un label national

En mars 2022, le gouvernement français a annoncé la mise en place d'un **dispositif de soutien pour les reconditionneurs d'appareils numériques, d'un montant de 15 millions d'euros**. Par ce biais, l'État souhaite soutenir la filière – vectrice de création d'emploi et d'amélioration de

l'empreinte écologique du numérique – et accompagner sa structuration. Le communiqué du gouvernement souligne que le secteur est **“fragile avec des marges faibles et une concurrence internationale très vive** de la part d'acteurs qui ne respectent pas toujours le cadre normatif qui leur est applicable”. Certains sites de vente en ligne se fournissent ainsi en appareils reconditionnés à l'étranger, qui sont plus proches de l'occasion que du vrai reconditionné, pointait la DGCCRF dans une enquête dévoilée en mars 2022.

Le programme de soutien comprend deux volets principaux. Il s'agira tout d'abord d'instaurer un label national d'ici 2023, destiné à apporter **“de la lisibilité et de la confiance au consommateur vis-à-vis du reconditionné”**, et une aide directe qui sera versée, jusqu'à épuisement de l'enveloppe, pour chaque appareil reconditionné vendu par une entreprise “respectant le cadre normatif en vigueur”. Disposer d'un processus de qualité minimale permettra de **distinguer les bonnes pratiques des entreprises**, indique Erwann Fangeat, expert à la direction Économie circulaire et déchets de l'Ademe. En outre, le gouvernement indique qu'il souhaite **développer la formation à la réparation et au reconditionnement des produits numériques**. Ces annonces représentent une belle avancée pour les acteurs du reconditionnement, “qui réclamaient un cadre plus strict leur permettant de mieux valoriser leurs différences vis-à-vis des acteurs du marché de l'occasion”, expliquait le site *L'Usine digitale* en mars 2022.

Un fonds d'aide à la réparation en préparation

Courant 2022, les ménages français pourront bénéficier d'une subvention de réparation de leurs produits électriques et électroniques s'ils passent par un réparateur agréé. **Un réseau national de réparateurs agréés est en effet en train de se mettre en place.**

Pour éviter un contrecoup inflationniste, l'aide ne correspondra pas à un pourcentage du montant de la réparation, mais sera **un montant forfaitaire en euros**, selon un barème par produit. L'État souhaitait à l'origine un taux moyen d'aide

UN MARCHÉ EN CROISSANCE, ENCORE PEU RÉGULÉ ET PORTÉ PAR LA QUÊTE DES PETITS PRIX

de 20 % minimum du montant des réparations, mais **cela aurait coûté 203 millions par an**, a calculé en 2021 l'Ademe. "Dur d'augmenter autant les écocontributions payées par les produits électriques et électroniques neufs, qui représentent aujourd'hui 350 millions d'euros par an. Cela alimenterait l'inflation en se répercutant dans les prix", indiquait *Les Échos*. Fin 2021, **le taux a été ramené de 20 % à 10 % du montant de réparation**, pour fixer le fonds à 102 millions d'euros par an à l'horizon 2028. Il débutera doté de 20 millions d'euros en 2022.

Face aux critiques des organisations environnementales, pour qui 10 % ne seront pas assez inci-

tatifs, le gouvernement se défend : "102 millions, c'est plus de 25 % d'augmentation du budget annuel de la filière ! **C'est une première marche**".

Des objectifs de réparations supplémentaires devant être générées par les aides ont également été fixés : +30 % pour les frigos, +45 % sur les petits équipements électroménagers, +15 % pour les smartphones. Pour les atteindre, "il ne faut pas saupoudrer un taux d'aide de 10 % sur un large périmètre, mais **verser une aide de 15 % à 30 % du montant de la réparation centrée sur les équipements critiques**", estime Nathalie Yserd, directrice générale d'Éco-systèmes.

Des freins persistent au véritable décollage du marché

Alimenter le secteur avec les appareils non-utilisés

Si le prix et les considérations environnementales jouent en faveur du reconditionné, le manque de visibilité sur la durée de vie du produit ainsi que la méfiance vis-à-vis des vendeurs demeurent des obstacles importants. Seul un réel effort de transparence de la part des reconditionneurs, tout au long du processus, permettra de lever ces freins et de **créer la confiance nécessaire au développement du marché**. Et alors que la qualité du produit apparaît comme déterminante pour les clients qui n'hésitent pas à comparer les offres neuves et de seconde main, **la question de l'approvisionnement s'avère aussi centrale**.

Le baromètre de l'observatoire Cetelem sur le secteur des smartphones reconditionnés, publié au printemps 2022, révèle qu'il faut désormais dépasser les

freins "psychologiques" à l'achat de produits reconditionnés, en misant sur la capacité à collecter, remettre en état et redistribuer au niveau national. Toutefois, **les canaux d'approvisionnement apparaissent encore trop limités** pour fournir les reconditionneurs français. Christophe Brunot, qui a fondé le pure player Largo, spécialiste du reconditionnement de smartphones et tablettes, livrait son analyse à LSA fin 2021 : "Pour subvenir aux besoins du marché, nous devons aller aux États-Unis. Là-bas, un opérateur comme AT & T [fournisseur de services téléphoniques américain] remet dans le circuit 50 000 téléphones par semaine. En France, **Orange en reprend 600 000 par an**".

En outre, alors que 70 % des consommateurs se montrent prêts à acheter un mobile reconditionné, il

"Le marché du reconditionné n'existe pas s'il n'y a pas de reprise !"

Gaël Brouard, PDG de CompaRecycle

Source : BFMTV, novembre 2021.

Les freins à l'achat de produits d'occasion ou reconditionnés

- 30 %** ne font pas confiance aux produits d'occasion non garantis
- 25 %** aiment avoir des choses neuves
- 24 %** estiment que le prix est trop élevé pour un produit déjà utilisé
- 23 %** ne font pas confiance aux produits usagés
- 19 %** n'y pensent pas
- 13 %** ont peur d'avoir des litiges et de ne pas pouvoir les régler

Traitement IndexPresse. Source : Observatoire Cetelem

n'y en a que **7 % qui revendent leur ancien mobile**, explique Gaël Brouard, PDG du comparateur en ligne CompaRecycle. "La conséquence est que **deux smartphones sur trois sont importés déjà reconditionnés des USA ou de Chine**, alors que l'on dispose de 130 millions de smartphones à reconditionner dans nos tiroirs. Sur les 20 millions de mobiles neufs achetés chaque année, la moitié finira dans nos tiroirs au bout d'un an et viendra grossir le nombre des 130 millions de smartphones qui y dorment déjà", affirme-t-il. Pourtant, 80 % des mobiles non revendus seraient fonctionnels. Alors que le prix moyen de reprise d'un mobile s'élève aujourd'hui entre 110 et 120 euros, si tout le monde revendait ses smartphones non utilisés, **cela permettrait d'in-**

jecter 7 milliards d'euros dans le marché du reconditionné, calcule Gaël Brouard.

Inciter davantage les Français à revendre leurs anciens appareils pourrait donc accélérer la démocratisation du reconditionné auprès des consommateurs encore hésitants. Pour Christophe Brunot, il faut pour cela s'affranchir d'un obstacle majeur dans le secteur des smartphones et des tablettes : **les utilisateurs possèdent beaucoup de données stockées à l'intérieur** (photos, informations bancaires...), qu'il ne savent pas transférer ou supprimer et qui risquent d'être piratées s'ils les revendent en l'état. Les reconditionneurs doivent trouver des leviers de réassurance sur cet enjeu pour doper la collecte d'appareils.

Faire face à la taxe sur les produits numériques d'occasion

En novembre 2021, le Parlement a définitivement adopté la proposition de loi visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique, faisant de la France un pays précurseur dans ce domaine. **Cette décision a validé l'instauration de la taxe Copie privée sur les produits reconditionnés.** Il s'agit d'un élargissement d'une mesure déjà existante : celle sur la copie privée, prélevée par l'entreprise Copie France, sur les appareils neufs qui peuvent stocker des œuvres culturelles. Le texte "vise à orienter le comportement de tous les acteurs du numérique, qu'il s'agisse des consommateurs, des professionnels du secteur ou encore des acteurs publics, afin de garantir le développement en France d'un numérique sobre, responsable et écologiquement vertueux", indique un communiqué du Sénat.

Les entreprises spécialisées dans le reconditionnement déplorent cette décision. Elles estiment que **cette mesure pénalise la compétitivité du secteur.** "Cette nouvelle redevance va entraîner une hausse significative du prix des smartphones, tablettes – et demain des ordinateurs – reconditionnés au détriment du pouvoir d'achat des Français, des professionnels et de l'environnement", dénoncent RCube (Fédération des acteurs français du réemploi et de la réparation) et le Sirmiet (Syndicat interprofessionnel du reconditionnement et de la régénération des matériels informatiques, électroniques et télécoms). **L'affaire a même été source de division au sein des ministères.** D'un côté, la Culture, dont le secteur a été durement touché par la pandémie de Covid-19, se montrait favorable à l'instauration de cette taxe ; de l'autre, le Numérique et l'Écologie arguaient que la mesure fragiliserait les foyers modestes et serait "désincitative" pour le secteur de l'occasion.

Benoît Varin, cofondateur du site Recommerce Solutions, se montre fortement opposé à cette taxe, comme il l'indiquait aux *Échos* : "Aujourd'hui, le secteur génère 2 000 emplois directs et entre 50 000 et 100 000 emplois indirects. L'enjeu économique est d'arriver à ce que la réparation et l'achat d'un produit reconditionné ne coûtent pas plus cher que d'acheter un produit neuf. Actuel-

lement déjà, de nombreuses taxes (TVA, DEEE...) et contraintes (concurrence, audit qualité, pièces détachées...) **font augmenter les coûts de production et des coûts de revient**". Selon lui, rajouter 14 euros de coût sur chaque smartphone de plus de 64 Go (soit la grande majorité) risque de mettre en faillite certains acteurs du marché en leur demandant 150 millions d'euros supplémentaires, et menace directement 1 000 emplois en France. "La redevance a déjà été payée par le premier acheteur. Fait-on payer deux fois la TVA au consommateur dès qu'un produit change de main ?" s'interroge-t-il. Si ce coût est supporté par les consommateurs, **il impacte le modèle économique du marché de l'occasion.** "Les entreprises françaises sont déjà concurrencées de façon déloyale par des acteurs étrangers qui fraudent les réglementations fiscales en vigueur", affirme Benoît Varin. Avec la taxe, elles se retrouvent face à une nouvelle menace "qui pourrait casser la construction en cours d'une véritable économie circulaire".

Bruno Boutleux, président de Copie France, tient un discours opposé. Pour lui, le mécanisme profite à la fois aux consommateurs, aux créateurs, aux artistes et aux professionnels de la culture. "Mais il donne aussi **beaucoup de valeur aux smartphones, tablettes, etc.**, qui présenteraient bien moins d'intérêt s'il était interdit d'y stocker nos contenus culturels", affirme-t-il dans *Les Échos*. Il poursuit : "À ceux qui nous accusent d'empêcher le développement de ce marché vertueux, il faut dire que la rémunération pour copie privée ne représente que 3 à 4 % du prix d'un téléphone reconditionné, vendu en moyenne 332 euros. Son montant n'est donc pas de nature à perturber le marché alors qu'il constitue un enjeu important pour le financement de la culture. Ajoutons que ce secteur est largement dominé par des acteurs économiques puissants qui développent un marché à fort potentiel à coups de levées de fonds provenant de grands groupes financiers. **On est très loin d'une économie circulaire composée d'acteurs associatifs de proximité.**"

LE SECTEUR SE CONSOLIDE AUTOUR D'ACTEURS PIVOTS ET ACCROÎT SES INVESTISSEMENTS

Une poignée d'entreprises concentre
des levées de fonds significatives

Une série d'opérations de grande envergure
pour le leader Back Market

S'imposer comme "l'Apple du reconditionné"

Fondée en 2014, la plateforme Back Market s'affirme aujourd'hui comme **le principal acteur de la commercialisation de produits reconditionnés**. Outre les smartphones, elle a étendu son activité à l'électronique (téléviseurs, appareils photos, objets connectés...), à l'électroménager, aux montres, au bricolage ou encore aux produits d'entretien et de beauté. La société ambitionne de **devenir le leader mondial du marché** et se place parmi les licornes les plus valorisées, avec une capitalisation supérieure à 5 milliards d'euros début 2022. Elle a ainsi **cherché à s'internationaliser dès le départ** et à rapidement renforcer ses effectifs, comme le confirmait en 2018 le cofondateur, Thibaud Hug de Larauze, dans *Challenges* : "Nous voulons créer une marque mondiale et pour cela, nous devons aller vite. Il nous faut donc **des fonds pour financer l'expansion géographique**."

Implantée dans cinq pays en 2018, Back Market s'est lancée aux États-Unis cette même année. En 2022, elle était présente dans 16 pays, dont l'Allemagne, le Royaume-Uni et le Japon, et disposait de bureaux à New York et Berlin, en plus de ses sites français. **Les effectifs se sont également fortement accrus**, passant de 80 salariés en 2018

à 480 en 2021 et plus de 1 000 début 2022. La société souhaitait recruter 400 personnes supplémentaires cette dernière année. **Son volume d'affaires a progressé de façon considérable**, avec plus de six millions de clients en 2022 contre 1,5 million en 2019.

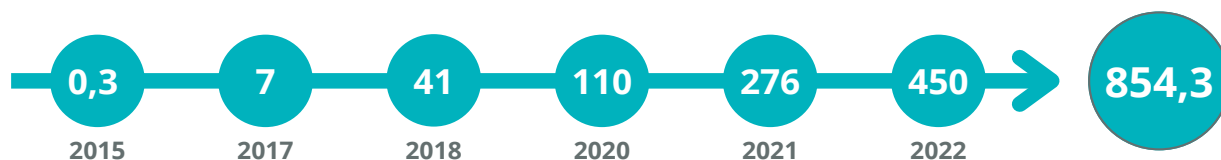
De multiples levées de fonds pour financer son développement

Cette croissance fulgurante a été permise par **un soutien financier considérable et régulier** de la part des investisseurs. Back Market a ainsi rassemblé 300 000 euros en 2015, 7 millions deux ans plus tard puis 41 millions en 2018. Elle a poursuivi dans cette voie avec **trois opérations majeures**. La première, en 2020, portait sur un montant de 110 millions d'euros. La seconde, réalisée en 2021, avait atteint la somme de 276 millions d'euros. Enfin, début 2022, la société a rassemblé 450 millions d'euros. Back Market bénéficie de **l'appui d'investisseurs variés et renommés** tels que la banque Goldman Sachs, le fonds Eurazeo et le business angel Thierry Petit, cofondateur de Showroomprivé. D'autres fonds ont participé au financement de l'entreprise comme Sprints Capital, Daphni, Aglaé Ventures, General Atlantic ou Generation Investment Management.

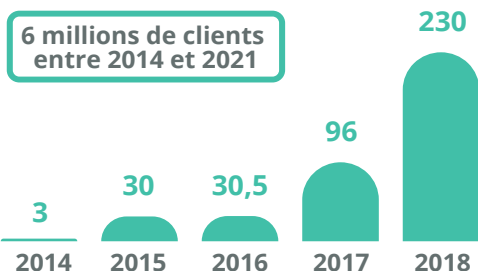
LE SECTEUR SE CONSOLIDE AUTOUR D'ACTEURS PIVOTS ET ACCROÎT SES INVESTISSEMENTS

Back Market : une expansion internationale soutenue par des levées de fonds de montants considérables

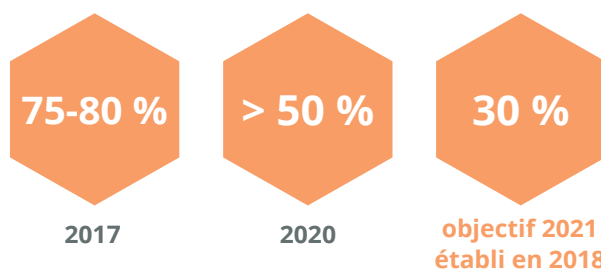
Montants levés par Back Market et cumul, en millions d'euros



Volume d'affaires, en millions d'euros



Part du volume d'affaires réalisé en France



Traitement IndexPresse. Source : presse

Financer un système particulier basé sur un algorithme

Les levées de fonds menées par Back Market ont notamment servi à **développer sa solution numérique** nécessaire au fonctionnement de la plateforme. À la différence d'autres acteurs de l'e-commerce, **le service de Back Market calcule un rapport qualité-prix** fondé sur "le prix, la note accordée par les clients et d'autres paramètres tenus secrets", rapporte *Les Échos*. **Un seul produit est alors mis en avant** et proposé au consommateur selon sa recherche, les autres étant placés sur file d'attente. Cette dernière se renouvelle lorsque les stocks du produit proposé sont épuisés. Ce système est censé **positionner la société en tant que tiers de confiance** sélectionnant la meilleure offre, et non pas seulement comme un intermédiaire recensant les produits. Accusée par les concurrents et certains vendeurs de ne favoriser que le prix, Back Market s'en défend et assure qu'il est adapté à la réalité du marché : "Comme la plupart des vendeurs ont de petits stocks, la rotation est assez rapide", expliquait le cofondateur Vianney Vaute aux *Échos* en 2017. Les différentes levées de fonds ont permis de **recruter des profils en data science**, c'est-à-dire des spécialistes de l'analyse et du développement des algorithmes.

Thibaut Hug de Larauze, l'un des cofondateurs, affirmait en 2018 recevoir sur la plateforme "**plus de six millions de visites par mois** [20 millions en 2022], ce qui nous fournit énormément de datas. Nous les analysons pour aider les reconditionneurs à s'améliorer."

Le dirigeant soulignait également **le rôle du personnel dédié à la vérification de la qualité et à la gestion du service après-vente, dont les effectifs augmentent avec les années**. Des tests sont effectués de façon anonyme auprès des vendeurs afin de contrôler les produits commercialisés. Garantis au moins six mois, ceux-ci bénéficient également d'**une assurance mise en place avec la compagnie Axa**. La dernière levée de fonds de Back Market s'inscrit dans cette volonté d'**améliorer l'expérience client**, la société indiquant vouloir "poursuivre le développement d'une véritable expertise industrielle au profit des vendeurs partenaires comme le sourcing d'appareils et de pièces de rechange, les protocoles de tests, la R&D, etc." Cet aspect se montre d'autant plus important pour Back Market que le nombre de vendeurs augmente, la plateforme étant **ouverte aussi bien aux reconditionneurs qu'aux distributeurs, marques ou encore vendeurs d'occasion**. L'internationalisation de l'approvisionnement complexifie également ce suivi.

Recommerce monte en puissance sur le plan financier

De la marque blanche à la distribution en boutique

La société Recommerce, créée en 2009, se place parmi les leaders du reconditionnement de smartphones et de tablettes tactiles. Opérant d'abord en marque blanche auprès d'acteurs tiers, elle a **lancé en 2015 sa marque dédiée au grand public et trois ans plus tard son site d'e-commerce**. Elle commercialise les téléphones reconditionnés en ligne, chez des spécialistes de l'occasion ou de l'électronique, ainsi que chez les opérateurs mobiles avec **un démarrage dans les boutiques de Bouygues Telecom**. Partenaire de l'opérateur, elle récupérait auprès de ses points de vente environ 60 000 téléphones par mois en 2018. Les appareils sont repris directement par les opérateurs, qui proposent en échange des remises à leurs clients. En 2018, Recommerce estimait regrouper **la moitié de la collecte française** de smartphones usagés. La société a amorcé un déploiement à l'international en **s'implantant notamment en Espagne et en Suisse**. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros en 2012, de près de 51 millions en 2018 et d'environ 100 millions en 2021.

Une technologie pour anticiper et déterminer les prix

La société a mis au point un système algorithmique permettant d'**évaluer le prix de milliers de produits** et d'en estimer l'évolution dans un futur allant de quelques mois jusqu'à trois ans. **"Notre position de leader français, nous la devons à notre avancée technologique** qui repose en partie sur notre algorithme maison", estimait en 2013 le président de Recommerce, Pierre-Étienne Roinat. "Il nous permet d'optimiser les prix des produits en amont de la collecte jusqu'à la revente." Ce système est au service d'**un modèle économique basé sur les volumes**, comme l'expliquait le dirigeant : "Sur chaque téléphone traité dans nos ateliers en France, où il subit une batterie de tests avant d'être reconditionné, **nous prenons une**

marge réduite, mais nous nous rattrapons sur les volumes de recyclage".

Des levées de fonds de plus en plus conséquentes

Recommerce est parvenu à rassembler des financements à plusieurs reprises pour investir dans sa solution et son développement commercial. Lancée avec 16 000 euros, la société a effectué une première levée de fonds en 2010 pour **un montant de 810 000 euros**. La somme a été obtenue auprès de Bouygues Telecom Initiative et des fonds Opalic et 3T Capital. Ce dernier a également participé à la seconde opération, réalisée en 2013. **Totalisant 7,1 millions d'euros** d'apports supplémentaires de capitaux, elle a vu l'arrivée de deux nouveaux investisseurs : Seventures Partners et Bpifrance. En 2019, Recommerce a mené une autre levée de fonds majeure, **rassemblant 50 millions d'euros** grâce au soutien des fonds Capzanine et Creadev. Ce dernier tour de table doit permettre d'accélérer l'internationalisation de la société et son changement d'échelle, avec un accroissement des capacités industrielles et des recrutements.

58 millions d'euros

Les fonds levés par Recommerce depuis sa création.

Source : presse, 2013-2019.

En voie de diversification et d'expansion à l'étranger, CertiDeal accroît son financement

Une garantie renforcée, gage de confiance pour les clients

L'entreprise CertiDeal compte elle aussi parmi les principaux acteurs du marché, tant en termes de fonds levés que d'activité commerciale. Fondée en 2015, elle s'est spécialisée au départ dans le reconditionnement de téléphones, en particulier de la marque Apple (iPhone). Effectuant les réparations en France, **elle s'approvisionne surtout sur le marché américain, à 70 %**. Elle vend ses téléphones **via son site d'e-commerce, souhaitant éviter les marketplaces**. La société pourrait en outre se tourner vers une distribution auprès des opérateurs télécoms. CertiDeal met en avant **la sécurité et la confiance** qu'elle apporte au client lors de son achat. Garantissant 24 mois, les produits sont **analysés de façon automatisée par l'application CertiCheck**, qui intègre la réalisation de 32 contrôles. L'offre devrait être étendue en 2022 aux ordinateurs portables et aux consoles de jeux.

Se diversifier vers le BtoB et l'international

CertiDeal connaît un fort dynamisme commerciale, **passant la barre des 400 000 clients** début 2022. Elle avait atteint un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros en 2017. "Cette année, **tous les quatre mois, nos ventes ont doublé**", affirmait alors la cofondatrice Laure Cohen. En 2021, le chiffre d'affaires s'élevait à 40 millions d'euros. Entre 2015 et 2022, l'entreprise est **passée de 15 salariés à environ 60**, et envisage une centaine de nouveaux recrutements à l'horizon 2024.

CertiDeal souhaite **poursuivre sa croissance en s'appuyant sur ses ventes à l'étranger**. Les marchés espagnol et italien, où elle s'est implantée en 2021,

ont "pesé jusqu'à 14 % de notre chiffre d'affaires", indiquait Laure Cohen au début 2022. L'entreprise s'est également **déployée en Belgique et au Portugal**, et envisageait de se tourner vers le Royaume-Uni et l'Allemagne à l'avenir. La dirigeante a aussi déclaré vouloir étendre l'activité de CertiDeal à **trois autres pays européens** durant l'année 2022.

Principalement tournée vers les particuliers, la société souhaite par ailleurs **développer ses ventes sur le marché des professionnels**. Laure Cohen détaillait sa feuille de route à *Challenges* : "En 2022, notre objectif est d'étendre massivement notre offre au marché du BtoB. **La demande des entreprises est très importante**, poussées par leur objectif de réduire leur bilan carbone. Cette activité représente **2 % de notre chiffre d'affaires**. Notre ambition est de monter à **15 %** cette année."

Sécuriser un financement suffisant pour continuer à investir

CertiDeal a bénéficié du soutien de plusieurs investisseurs pour disposer des fonds nécessaires à sa croissance. **Après avoir rassemblé 300 000 euros** avant le lancement du site d'e-commerce, elle a réalisé **une levée de fonds de 2 millions d'euros** en 2017 auprès de Citizen Capital et d'Inter Invest Capital. Ces fonds ont également participé à la seconde opération, qui s'est déroulée en 2020. Menée par MAIF Avenir et BNP Paribas Développement, elle a porté sur **un montant de 8 millions d'euros**. La start-up a ensuite effectué une autre levée de fonds, cette fois-ci auprès de Meridiam, qui a apporté une partie des **15 millions d'euros** rassemblés lors du tour de table, complété par les investisseurs historiques.

25 millions d'euros

Les fonds levés par CertiDeal depuis sa création.

Source : presse, 2022.

Largo mise sur l'introduction en Bourse

Le canal de la grande distribution, un axe prioritaire

L'entreprise Largo, lancée en 2016, a opté pour une commercialisation de ses smartphones reconditionnés (surtout des iPhone) **dans des chaînes de magasins** telles que Bureau Vallée et Conforama, ainsi que des enseignes de grande distribution comme E.Leclerc et Système U. Fin 2021, elle était présente dans plus de 2 000 points de vente, générant par ce biais **80 % de son chiffre d'affaires**. Ce dernier s'établissait alors à 17 millions d'euros, contre plus de 10 millions en 2020. Largo avait **reconditionné plus de 140 000 smartphones** depuis sa création. La société s'est fixée pour objectif d'atteindre les 70 millions d'euros de chiffres d'affaires à l'horizon 2025.

Une stratégie de diversification des débouchés et des produits

Après avoir initié des collaborations en marque blanche avec des e-commerçants (Cdiscount, Amazon...), Largo a entrepris fin 2020 de **se tourner vers le segment des tablettes** et des ordinateurs portables. La société a également lancé **son propre site d'e-commerce, Rilax-mobile**, afin de pouvoir vendre ses produits directement à l'utilisateur. L'accent a été mis sur **le contrôle qualité et le service après-vente**, avec 123 vérifications réalisées par appareil. "On étudie **un système de QR Code qui permettrait de visualiser à 360° l'appareil reconditionné** que le consommateur désire acheter. Celui-là et pas un autre", expliquait mi-2021 le PDG de Largo, Christophe Brunot. "Un genre de contrôle technique garanti comme pour l'automobile".

Avec sa filiale Havetech, détenue à hauteur de 20 % et lancée fin 2020, Largo cherche en outre à **se positionner en BtoB** afin de proposer des flottes d'appareils reconditionnés aux entreprises. Cette approche doit également permettre de **récupérer les équipements usagés au sein des organisations** afin de renforcer la collecte. Christophe Brunot et le directeur général délégué, Frédéric

Gandon, détaillaient en 2021 les avantages de la démarche : "C'est un moyen de toucher des sources d'approvisionnement supplémentaires, [...] un accès à un large éventail de modèles [...] pour **répondre aux besoins plus variés de la vente directe sur Internet**, mais aussi de limiter l'empreinte carbone en collectant des produits à proximité venant essentiellement de France et d'Europe de l'Ouest." Largo se fournit pour l'instant surtout auprès de grossistes (*brokers*) européens et américains.

L'entreprise tente aussi de s'implanter **chez les opérateurs de réseau mobile, en France comme à l'étranger**. Elle a ainsi noué un partenariat mi-2021 avec l'opérateur caribéen Digicel et avait entamé des discussions avec SFR et le portugais Meo. Les téléphones de Largo restent toutefois reconditionnés dans son usine située en Loire-Atlantique.

Des fonds principalement levés via une introduction en Bourse

La société a mené plusieurs opérations de financement, d'abord sous forme de levées de fonds, avant de rassembler des capitaux sur les marchés financiers. En 2017, Largo a ainsi obtenu **2 millions d'euros** de la part du réseau de business angels Atlantique Business Angels Booster (ABAB). Celui-ci lui a à nouveau apporté son soutien en 2019 pour un montant d'**un million d'euros**. En avril 2021, Largo est entrée en Bourse et a ainsi levé **près de 23 millions d'euros**, dont 20 en augmentation de capital. Elle souhaitait notamment consacrer 6 millions d'euros au renforcement de son fonds de roulement, investir 2 millions dans ses capacités de production, allouer 2 millions supplémentaires à des dépenses marketing et 1,5 million au recrutement. Plus généralement, l'entreprise annonçait que l'opération devait "permettre de **consolider [ses] positions auprès des distributeurs et de déployer des leviers de croissance** pour s'imposer comme un acteur français clé auprès des opérateurs télécoms".

Des projets dans le reconditionnement automobile portés par les acteurs majeurs de la filière

La Refactory de Renault, un écosystème dédié au reconditionnement

Depuis septembre 2021, des voitures reconditionnées sortent de l'usine Renault de Flins (Yvelines), auparavant uniquement dédiée à l'assemblage de la Zoé et de la Nissan Micra. Ces productions vont s'arrêter en 2024 pour laisser place, selon les ambitions de la direction de Renault, à "la plus grande usine d'économie circulaire d'Europe." Le site de Flins s'étend sur 237 hectares, dont environ 63 pour l'usine. Produisant 70 véhicules reconditionnés par jour, il devrait passer à l'horizon 2023 à un rendement quotidien de 180 voitures, soit 45 000 par an. L'objectif fixé va

toutefois au-delà de la transformation du modèle industriel de l'usine. Le projet, baptisé Refactory, allie en effet plusieurs pôles dont l'usine, renommée Factory VO (voitures d'occasion), en constitue le principal. "Notre ambition à Flins n'est pas simplement de rénover des voitures d'occasions", assurait fin 2021 le directeur général de Renault, Luca de Meo. "Nous allons créer un écosystème global créateur de valeur, rentable et durable." Une activité de reconditionnement de batteries et de pièces détachées devrait ainsi voir le jour, de même que la réparation de carrosserie lourde,

Refactory, un projet industriel global au service du reconditionnement

4 pôles

Factory VO

Reconditionnement de véhicules d'occasion

Retrofit (conversion électrique de véhicules d'occasion thermiques)

Re-Energy

Reconditionnement de batteries grâce à une filiale spécialisée, Gaia

Objectif 2030 : 20 000 / an

Dispositif de stockage stationnaire : 15 MWh (30 MWh à terme)

Assemblage de piles à combustible et de stations à hydrogène (fourniture et recharge)

Re-Cycle

Reconditionnement de pièces détachées et de cartes électroniques

Impression 3D

Re-Start

Centre d'innovation (prototypes, retrofit, impression 3D...)

Campus de formations diplômantes

Incubateur dédié à l'économie circulaire

Traitement IndexPresse.

LE SECTEUR SE CONSOLIDE AUTOUR D'ACTEURS PIVOTS ET ACCROÎT SES INVESTISSEMENTS

le rétrofit ou encore un centre de formation et d'incubation de projets, notamment étudiants.

Le constructeur a **investi 8 millions d'euros** dans la transformation de l'usine. 700 des 2 200 salariés du site y travaillent déjà. À terme, la Refactory devrait employer environ 3 000 personnes. Les estimations portent sur **un chiffre d'affaires de 200 millions d'euros à partir de 2025 et jusqu'à un milliard d'euros en 2030.**

Dotée de quatre lignes de production automatisées, d'un contrôle technique inclus et de dispositifs photographiques à 360° du véhicule pour faciliter la commercialisation en ligne, l'usine permet **des gains de 15 % sur les coûts de réparation.** Les véhicules sont immobilisés sur un temps réduit, entre six et huit jours. L'internalisation de tâches habituellement dévolues à des prestataires réduit également la facture finale, payée par les conces-

1 milliard d'euros

Le chiffre d'affaires de l'usine de Flins envisagé pour 2030.

Source: Le Journal de l'Automobile, 2021.

sionnaires. **Un autre site de production, basé à Séville** en Espagne, connaîtra en 2022 une transformation similaire, avec là aussi la mise en place d'un écosystème autour du reconditionnement.

D'autres acteurs de l'automobile se positionnent

Ouvrir des centres dans le cadre d'un partenariat

Le concessionnaire Emil Frey France et BCAuto Enchères, spécialiste des ventes aux enchères de voitures d'occasion destinées aux professionnels, ont ouvert ensemble à l'été 2020 **un centre de reconditionnement de voitures d'occasion (CRVO)** dans la Vienne. Sa production s'adresse **aux clients des deux entités fondatrices mais également à d'autres professionnels** de la distribution automobile. En un an, l'usine a reconditionné 22 500 véhicules. Les deux partenaires prévoient d'**ouvrir quatre autres CRVO entre 2021 et 2024.** Le premier devait être inauguré au printemps 2021 à Lens (Pas-de-Calais). Il devrait pouvoir couvrir six départements grâce à un maillage de 59 concessions. Le site a nécessité **un investissement d'environ 18 millions d'euros** pour une surface de 18 500 m², dont 9 800 m² pour le CRVO. Des plateformes de pièces de rechange y ont aussi été installées. L'usine de reconditionnement doit accueillir 280 employés pour **une production annuelle de 45 000 véhicules.** Au printemps 2023, un autre site sera

ouvert dans le Nord-Est de la France. Les deux autres CRVO seront basés dans le Sud-Est (2023) et dans le centre du pays (2024). Grâce à ces différentes installations, Emil Frey France et BCAuto Enchères pourraient atteindre **une production de 150 000 véhicules reconditionnés par an.** L'implantation des sites doit faciliter l'approvisionnement en voitures d'occasion d'Europe de l'Est afin qu'elles desservent le marché français.

Un CRVO pour s'adresser aux opérateurs de mobilité

Le groupe Bodemer, qui fédère des concessions Renault-Dacia-Nissan sous la marque Bodemer Auto, a finalisé en 2021 **la construction d'un site de reconditionnement en banlieue de Rennes.** Lors de son lancement, il était prévu que le CRVO atteigne une production de 2 400 véhicules pour sa première année. Il montera en puissance progressivement pour afficher à terme **une capacité de 15 000 à 18 000 voitures par an.** Le site peut accueillir une centaine de salariés et s'étend sur 28 700 m², dont 6 200 m² dédiés au bâtiment. Le

LE SECTEUR SE CONSOLIDE AUTOUR D'ACTEURS PIVOTS ET ACCROÎT SES INVESTISSEMENTS

groupe dispose de sa propre plateforme pour les pièces de rechange. Destinés à être avant tout commercialisés dans ses concessions et sur son site d'e-commerce Briocar, **les véhicules reconditionnés pourront aussi être vendus aux opérateurs de mobilité**. Bodemer envisage de multiples pistes pour le développement de cette activité. Il

a déjà noué un partenariat avec la société d'auto-partage de véhicules électriques Clem' et était entré en discussions avec le gestionnaire de flottes Mobility Tech Green. **La mise en place d'un service de retrofit** pourrait également constituer une voie supplémentaire pour le groupe.

Voie privilégiée, la croissance externe structure le secteur

Le marché du reconditionnement se consolide par le biais de l'intervention d'acteurs issus notamment de la distribution généraliste ou spécialisée (électronique, électroménager). **L'acquisition de sociétés prometteuses dans le secteur apparaît comme une stratégie de premier plan**, en

générant des synergies entre les entités et en diversifiant les canaux de distribution des produits reconditionnés. L'intégration verticale permet en outre d'assurer une rotation optimale des articles et de sécuriser leur approvisionnement.

Boulangier s'empare de Recommerce

Un rachat pour se positionner plus fortement dans le secteur

Début 2022, le groupe United.b (Boulangier, Electro Dépôt...) a procédé à **une prise de participation majoritaire au capital de Recommerce**, aux côtés d'autres industriels et de l'opérateur Bouygues Telecom. Le président et cofondateur du reconditionneur, Pierre-Étienne Roinat, commentait alors dans *Les Échos* : "Nous aurions pu nous introduire en Bourse, ou lever encore des fonds auprès de grands investisseurs internationaux. Nous avons préféré nous inscrire dans l'économie réelle." Il soulignait **le potentiel de l'intégration dans le portefeuille de l'industriel** : "United.b réalise 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires et compte 15 000 employés. À terme, 30 % de son activité sera liée à l'économie circulaire. Il compte sur nous pour accélérer." **La filiale de Boulangier dédiée à la vente de produits reconditionnés, 2nd life**, peut ainsi bénéficier de l'apport de Recommerce pour enrichir son offre. De son côté,

la jeune société dispose d'**un approvisionnement plus important lié à l'activité de Boulangier**, qui a installé de nombreux points de collecte dans ses magasins et qui rachète les appareils usagés à ses clients. **L'internationalisation sera aussi facilitée** grâce au soutien de ses nouveaux actionnaires. Recommerce prévoyait alors de s'implanter au Royaume-Uni.

Recommerce se lance à son tour dans les acquisitions

Six mois auparavant, le reconditionneur s'était lui aussi inscrit dans une stratégie de croissance externe. Il avait **procédé au rachat de la start-up française Deal Certify**, une application permettant au client de déterminer l'état du smartphone qu'il souhaite acheter. Recommerce avait également fait **l'acquisition de la société roumaine Fenix.eco**, spécialisée dans le reconditionnement de téléphones. Elle a été lancée en 2020 par trois entrepreneurs français vivant à Bucarest, et

LE SECTEUR SE CONSOLIDE AUTOUR D'ACTEURS PIVOTS ET ACCROÎT SES INVESTISSEMENTS

se positionne tant en BtoC qu'en BtoB. Rebaptisée Recommerce Devices & Solutions Romania, la start-up permet à son nouveau propriétaire d'**étendre son activité en Europe de l'Est**. D'après ses objectifs, la zone devra représenter un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros à l'horizon 2024.

Cette politique de croissance externe est **amenée à se poursuivre** dans les prochaines années. "On veut accélérer notre stratégie d'acquisition", confirmait le dirigeant de Recommerce après son rachat par United.b.

Fnac Darty se positionne en misant sur WeFix

Le spécialiste des biens culturels et de l'électroménager Fnac Darty a pris en 2018 **une participation majoritaire au capital de WeFix**, entreprise de reconditionnement de téléphones créée en 2012. Elle s'est développée sur **un modèle de corners** installés en centre commercial, et disposait d'une soixantaine de boutiques lors de son rachat. Fnac Darty y voit à la fois le moyen de **se lancer sur le marché du reconditionné et d'augmenter les flux de visiteurs** dans ses magasins. De son côté, WeFix considère ce rapprochement comme **une opportunité pour accélérer son développement** : "Nous allons travailler la notoriété avec Fnac Darty, construire des synergies et améliorer la visibilité en ligne", expliquait le dirigeant Édouard Menantaud. L'objectif principal fixé par le groupe consiste en **un doublement de la taille du réseau et du chiffre d'affaires** (environ 30 millions d'euros d'après LSA). Cette extension du nombre de points de vente se fait pour moitié par la poursuite du modèle de corners, **l'ouverture de magasins dédiés** complétant dans une proportion similaire la stratégie d'implantation. Fnac Darty prévoyait en 2019 de créer 150 emplois dans la réparations des appareils.

En 2022, WeFix comptait environ 150 points de vente. La société a ouvert un magasin à Paris où elle propose **également des équipements électroniques neufs** et offre une garantie d'un an sur ses produits reconditionnés. Elle s'est en outre **diversifiée vers la réparation de tablettes et de consoles de jeux**. Elle a également rejoint le Centre de services agréés Apple (CSAA) en 2022, lui permettant d'être **considérée officiellement comme un réparateur de la marque américaine**. Outre l'apport d'un savoir-faire, WeFix bénéficie de la fourniture des pièces détachées et les répa-

rations effectuées conservent la garantie Apple pour le client. **La société propose aussi l'assurance AppleCare Services**, qui offre l'accès à un ensemble de services Apple dont la réparation chez WeFix, le contact de conseillers 24h/24 et 7j/7, l'échange de produits ou encore la garantie contre les pannes de batterie. Fnac Darty détaillait les avantages de ce partenariat lors de son annonce : "Cela vise ainsi à **simplifier le parcours des clients Apple en leur permettant de centraliser les différentes étapes** de leur expérience au sein des enseignes du groupe Fnac Darty : de l'achat de produits Apple à leur réparation certifiée, en passant par la souscription d'une assurance casse et vol pour toujours mieux protéger leur iPhone, iPad et Apple Watch." Le groupe espère pouvoir **atteindre un rythme de 2,5 millions de réparations** d'appareils électroniques à partir de 2025.

150

Le nombre de points de vente (corners et magasins) de WeFix.

Source: Fnac Darty, 2022.

Econocom accélère dans le reconditionné en procédant au rachat de Smaaart

Spécialiste des services et de la fourniture d'équipements numériques, **le groupe belge Econocom s'est positionné dans le reconditionnement**, qui progresse fortement au sein de son activité. Il a ainsi fourni **200 000 ordinateurs et tablettes de ce type à des entreprises** en 2021. "Par le passé, nous n'avions pas de grandes entreprises qui nous demandaient des appareils reconditionnés, mais c'est désormais le cas", explique mi-2022 Samira Draoua, directrice de la branche financement et leasing du groupe.

En avril 2022, Econocom a fait **l'acquisition du français Sofi Groupe, créateur en 2017 de la marque de téléphones reconditionnés Smaaart**. Le montant de la transaction n'a pas été dévoilé

mais *Les Échos* évoquent une vingtaine de millions d'euros. Fondée au milieu des années 1980, la société était **initialement positionnée dans la réparation de matériel électronique** (minitel, décodeurs, téléphones puis smartphones...). Après avoir rencontré des difficultés financières et des changements au niveau de l'actionnariat, elle a **travaillé en tant que sous-traitants de reconditionneurs**. Le lancement de la marque Smaaart correspond à **un virage vers le marché des particuliers**, avec une commercialisation de smartphones en ligne et en grande surface. Récupérant des appareils uniquement dans l'Hexagone, Sofi **se revendique comme l'un des seuls reconditionneurs "made in France"**. L'entreprise a investi depuis 2019 dans des technologies, notamment d'intelligence artificielle, pour assister le personnel lors des réparations, par exemple en détectant automatiquement les défauts et en procédant à des évaluations par algorithmes. Smaaart propose une garantie allant de 12 à 24 mois et un service après-vente sur la même durée. **La marque a connu une forte croissance**, générant un chiffre d'affaires de 10,5 millions d'euros en 2019, 13,6 millions l'année suivante et 21 millions en 2021. Elle a reconditionné 50 000 téléphones en 2019 et près de 120 000 en 2021. Afin de financer son développement, la société avait déjà **cédé 8 % de son capital fin 2017, rassemblant 340 000 euros** auprès de chefs d'entreprise de la région montpelliéraine où elle a installé son siège.

En acquérant Sofi Groupe et Smaaart, **Econocom diversifie ses débouchés** et récupère également un savoir-faire et une usine de 3 200 m², lui permettant d'**accroître sa production à destination des professionnels**. Il est ainsi prévu d'utiliser une partie du site pour le reconditionnement d'ordinateurs. Le renforcement de son pôle dédié au reconditionnement avait déjà été **amorcé en 2021 avec l'ouverture d'un centre à Vélizy-Villacoublay** (Yvelines) spécialisé dans les ordinateurs portables. D'une surface de 1 200 m², il

SEB LANCE SA PROPRE OFFRE DE RECONDITIONNÉ

Le groupe d'électroménager Seb a décidé début 2022 de rapatrier en interne le reconditionnement de ses produits, qu'il déléguait auparavant au réseau Envie. "Notre objectif est de développer un nouveau business. Nous sommes rentables car nous n'achetons pas les produits et ils sont remis en état dans nos ateliers", indique Alain Pautrot, directeur satisfaction clients et après-vente. La vente s'effectue en ligne ou en magasin, comme dans la boutique RepareSeb ouverte à l'automne 2021. La reprise des produits Seb ne devrait toutefois pas suffire à générer d'importants volumes. "Nous devons intégrer le coût des circuits de récupération dans notre business model", estime Alain Pautrot.

LE SECTEUR SE CONSOLIDE AUTOUR D'ACTEURS PIVOTS ET ACCROÎT SES INVESTISSEMENTS

compte 48 tables techniques et une quarantaine de salariés. Il s'occupe de l'extension des garanties (jusqu'à huit années supplémentaires), de la gestion des pannes, des sinistres ou encore du remplacement temporaire du terminal par un autre appareil. **"Outre les services destinés aux collaborateurs, l'offre fournit des statistiques à ses clients** afin de réduire les coûts liés aux pannes ou à la casse de matériels", explique en mars 2022 Philippe Goullioud, directeur général d'Econocom

Produits & Solutions. La branche propose aussi **une offre premium pour une gestion complète du service**, incluant notamment une personnalisation de l'équipement et la réparation sur site. **Une academy (centre de formation) a par ailleurs été lancée** afin d'assurer la disponibilité de techniciens spécialisés. À terme, le site de Vélizy pourrait procéder au reconditionnement de **10 000 appareils par an**.

RUE DU COMMERCE (GROUPE CARREFOUR) INVESTIT LE MARCHÉ

Filiale de l'enseigne de grande distribution Carrefour, Rue du Commerce a lancé fin 2019 une offre de collecte et de reconditionnement baptisée Pack Reprise. La place de marché propose de récupérer un produit acheté sur le site il y a moins d'un an contre un bon d'achat égal à 80 % du prix. Le produit doit encore être en état de fonctionner et ne pas présenter de cassure. Rue du Commerce a établi pour cette offre un partenariat avec Save Group (ex-SPB Services), filiale du français SPB Group née de la fusion entre Point Service Mobile (acquise en 2016) et Save, rachetée en 2019. "Il dispose d'importantes usines en France dédiées à ces produits, avec plusieurs circuits de revente : acteurs web spécialisés, marketplaces et un réseau de 220 magasins en France", soulignait dans LSA Séverine Geoffroy, directrice marketing de Rue du Commerce. Elle indiquait également que plus de 90 % des clients interrogés considéraient le nouveau service mis en place comme utile.

Après l'acquisition d'Aramisauto, Stellantis se renforce sur le marché avec l'intégration de Stimcar

Une première opération avec le rachat d'Aramisauto

Spécialiste de la vente de voitures d'occasion, Aramisauto s'est aussi développée dans le reconditionnement de véhicules avec **l'ouverture d'une première usine dans la Drôme** en 2014. Cette dernière est capable de réparer 15 000 voitures chaque année. Deux ans plus tard, **le constructeur automobile Stellantis (ex-PSA) a racheté 70 % du capital** de la société. Aramisauto a ouvert un second centre de reconditionnement à l'été 2022 en Île-de-France. Présent également

en Belgique, au Royaume-Uni et en Espagne, l'entreprise dispose de **plusieurs usines à l'étranger** pour les véhicules reconditionnés. Elle avait notamment acquis un site britannique lors de **son rachat de la société CarSupermarket** en 2021. Lors de son premier semestre 2021-2022 (clôturé en mars), ses ventes de voitures reconditionnées ont augmenté de plus de 50 %, représentant **les deux tiers de son chiffre d'affaires** de 873 millions d'euros. Aramisauto prévoit une production annuelle de **132 000 véhicules reconditionnés** pour 2023. La filiale de Stellantis s'est par ailleurs introduite en Bourse en 2021.

LE SECTEUR SE CONSOLIDE AUTOUR D'ACTEURS PIVOTS ET ACCROÎT SES INVESTISSEMENTS

Aramisauto profite de l'essor du reconditionnement de véhicules

Données d'Aramisauto pour la période octobre 2021 - mars 2022

33 385

Véhicules
reconditionnés
vendus



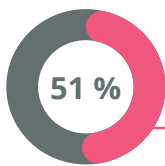
80 %
des volumes vendus

575 millions
d'euros

Chiffre d'affaires
des véhicules
reconditionnés



66 %
du chiffre d'affaires



Part des véhicules reconditionnés
vendus à des particuliers

Part des véhicules reconditionnés
rachetés (occasion) à des particuliers



+ 48 %



total

Hausse
du chiffre d'affaires

+ 56 %



des véhicules
reconditionnés

Traitement IndexPresse.

Stellantis poursuit sa stratégie avec l'acquisition de Stimcar

Début 2020, Stellantis a inauguré une usine de reconditionnement à Hordain, près de Valenciennes (Nord), d'une capacité de 100 véhicules par jour. Souhaitant accélérer son implantation sur le marché, il a pris début 2022 **une participation majoritaire (60 %) au capital de Stimcar**, entreprise française spécialisée dans le reconditionnement automobile. Celle-ci avait **déjà noué un partenariat avec le constructeur** : elle opérait depuis mi-2021 sur la plateforme nantaise de Stellantis et était parvenue à réduire le temps de traitement d'un véhicule à moins de quatre jours. Réalisée via la filiale de distribution Stellantis & You, **l'opération ne vise pas à donner l'exclusivité** de la production reconditionnée au constructeur. Stimcar bénéficiera de volumes accrus de la part de Stellantis mais devrait également **renforcer son portefeuille de clients extérieurs**. Dans cette optique, le spécialiste du reconditionnement va ouvrir **neuf centres supplémentaires en France**. À partir de 2023, d'autres unités de production devraient apparaître en Europe, notamment **en Espagne, au Portugal et en Allemagne**. "Nous

resterons sur un modèle de centre entre 1 000 et 1 500 m²", indique le cofondateur de Stimcar, Yann Brazeau. "Dans certaines grosses agglomérations, nous pouvons **envisager la création de deux sites** afin de couvrir, par exemple, le nord et le sud." L'entreprise dispose pour l'instant d'une usine de 1 000 m² à Nantes (capacité de 8 000 véhicules par an) et d'une autre à Bordeaux (1 500 m² pour 10 000 véhicules). Celle de Toulouse, la plus importante, s'étend sur 2 000 m² et peut traiter entre 12 000 et 15 000 voitures chaque année.

Le modèle de développement de la société se veut **singulier et plus décentralisé** que ses concurrents : "Dans notre schéma, la proximité avec nos clients est très importante. Notre approche est assez différente de celle adoptée par un certain nombre d'acteurs qui ont créé **des usines de reconditionnement centralisées aux investissements et coûts logistiques importants** et qui peuvent se heurter à des problématiques RH." Stellantis ne ferme toutefois pas la porte au développement d'usines de ce type à l'avenir. Senior vice-président en charge des véhicules d'occasion, Marc Lechantre affirmait ainsi au magazine *Auto Infos* en février 2022 : "L'approche

LE SECTEUR SE CONSOLIDE AUTOUR D'ACTEURS PIVOTS ET ACCROÎT SES INVESTISSEMENTS

locale est intéressante avec Stimcar mais cela ne veut pas dire que l'on ne fera pas autre chose. Nous devons être agiles et avoir des approches complémentaires". La filiale Stellantis & You table sur un volume de ventes de 100 000 véhicules

reconditionnés pour l'année 2022. Si le marché poursuit sa croissance, le constructeur pourrait lancer de nouveaux investissements pour augmenter sa production.

Renault actionne le levier de la croissance externe pour consolider sa position sur l'aval

Le constructeur français se positionne dans le domaine de l'abonnement automobile, aussi appelé *car subscription* ou *vehicle-as-a-service*. Il a ainsi lancé la marque Mobilize début 2021, dédiée à l'autopartage et aux nouveaux besoins de mobilité (transport à la demande, trajets avec chauffeur...). À l'été 2021, le groupe a annoncé l'acquisition pour 100 millions d'euros de la société espagnole Bipi, spécialisée dans les formules d'abonnement automobile pour les particuliers. Fondée en 2018, elle est présente en Espagne, en France et en Italie, et comptait environ 10 000 clients depuis sa création. Bipi propose des offres d'abonnement tout compris, permettant de changer de modèle ou de catégorie de véhicule en cours de contrat. Ce dernier s'étend sur une durée de 1 à 36 mois. Renault précisait lors du rachat : "Cet investissement et l'intégration de Bipi contribueront à la stratégie de Renault Group et particulièrement de sa marque Mobilize, via le développement d'offres toujours plus flexibles et basées sur les nouveaux besoins en mobilité".

En septembre 2021, le constructeur a également pris une participation dans la plateforme de voitures d'occasion Heycar, créée en 2017 et détenue par Volkswagen et Daimler. Elle était alors présente en Allemagne, en Espagne et au Royaume-Uni. L'arrivée de Renault au capital a accéléré son déploiement en France. La société permet à l'industriel français de renforcer sa position dans les véhicules d'occasion et offre un débouché pour ses voitures reconditionnées. À propos des formules d'abonnement, le directeur général de Renault, Luca de Meo, expliquait

fin 2021 dans *Le Journal de l'Automobile* : "Comme ces offres coûtent plus cher, nous allons les proposer avec des véhicules d'occasion. D'ailleurs, nous allons même créer un label 'comme neuf' qui constituera une offre entre le 0 km et le VO [véhicule d'occasion] de trois ans." Pensée comme la gestion d'un écosystème présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, la stratégie de Renault se décline donc aussi avec cet investissement dans Heycar. Le groupe soulignait ainsi que l'opération s'inscrivait dans une logique similaire à la Refactory, avec la volonté d'améliorer la compétitivité de l'ensemble du réseau de vente et des segments de la filière : approvisionnement, reconditionnement, commercialisation, service après-vente, financements et services additionnels.

**100 millions
d'euros**

Le montant dépensé
par Renault
pour l'acquisition
de Bipi.

Source : presse, 2021.

Les risques d'une croissance trop rapide : les cas de Remade et Save

Remade, historique d'un échec

“Dans le monde des affaires, on s'intéresse plus aux succès qu'aux échecs. C'est dommage, car les échecs sont souvent plus instructifs que les succès”, affirmait en 2015 Jérôme Barthélémy, professeur de stratégie et management à l'Essec.

Le secteur des smartphones reconditionnés a été le premier à émerger et à connaître une croissance forte et rapide. Il a mis à l'épreuve **des entreprises qui se sont laissées dépasser par leur fulgurante ascension**. C'est le cas de la société Remade, fondée en 2013 par Matthieu Millet. Elle s'est rapidement imposée comme le leader du reconditionnement de smartphones premium sur le marché européen. Contrairement à certains de ses concurrents qui passaient par des sous-traitants, Remade s'occupait du reconditionnement des appareils au sein de ses propres usines, situées dans la Manche et à l'étranger.

Pour accompagner son développement, Remade a réalisé plusieurs levées de fonds : deux fois 2,5 millions d'euros, et **17 millions d'euros lors d'une troisième opération réalisée en 2015** auprès d'Idinvest Partners. Jusqu'en 2017, les affaires se sont révélées florissantes. Cette année-là, l'entreprise a même repris les activités de Save (200 salariés et 67 points de vente), une autre société de reconditionnement placée en redressement judiciaire.

En 2018, les premières difficultés sont apparues. **Le chiffre d'affaires est tombé à 80 millions d'euros contre 130 millions l'année précédente**. Face à ce manque de trésorerie, Remade a levé 125 millions d'euros supplémentaires auprès de LGT European Capital, Idinvest Partners et Swen

Capital Partners, **qui ont alors pris le contrôle du groupe** afin de soutenir sa croissance et de refinancer son endettement. “On est dans un modèle économique où on doit acheter les appareils pour les retraiter complètement, les déconstruire et les reconstruire. Donc on a un besoin assez conséquent de cash à l'achat”, expliquait Matthieu Millet.

Cet apport de capitaux ne suffit pas à redresser l'entreprise. Dès le début de l'année 2019, Remade se retrouve en cessation de paiement. Dans le cadre d'une procédure de conciliation, un accord est trouvé entre la direction et les actionnaires de la société. Ces derniers injectent à nouveau des fonds dans l'entreprise, à hauteur de 50 millions d'euros. Matthieu Millet se voit ensuite retirer ses fonctions opérationnelles et exécutives, remplacé par Renaud Le Youdec à compter d'août 2019. Ce dernier avait fondé le cabinet indépendant By Saving, qui intervient principalement auprès de sociétés en difficulté, dans le cadre de procédures préventives ou collectives, ou en retournement.

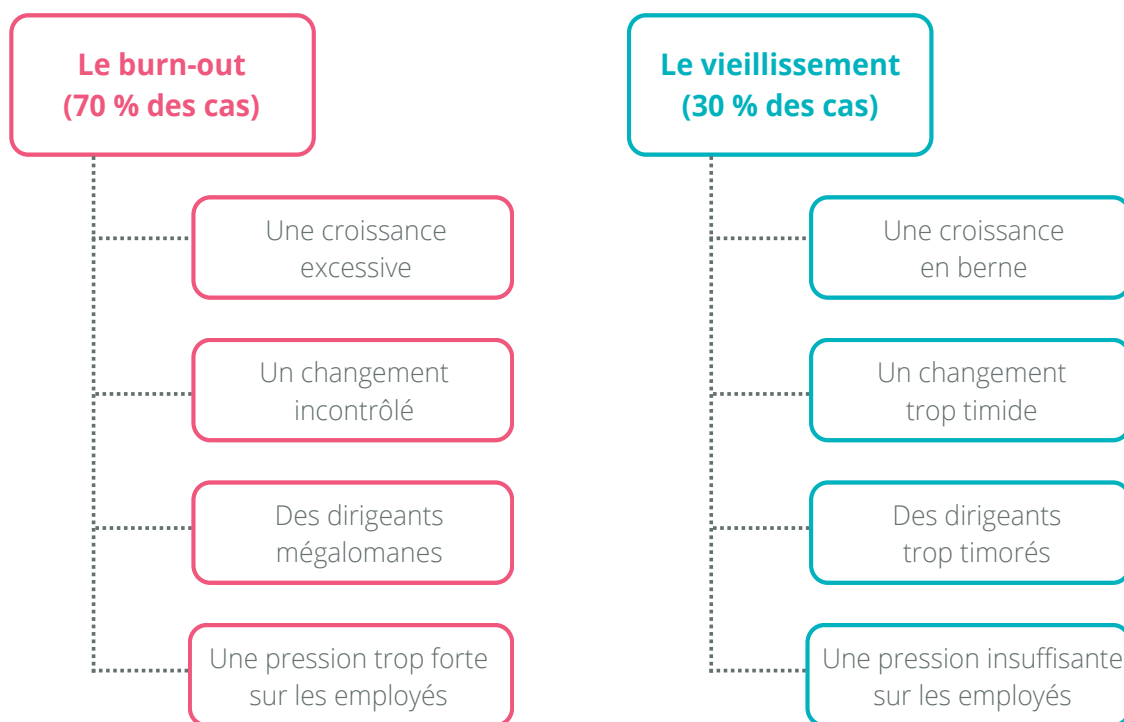
En 2020, le tribunal de commerce de Rouen a validé **le rachat de Remade par la société britannique Forth Wave Technology**, pour un montant de 3,3 millions d'euros. Pour redresser Remade, son nouveau propriétaire vise le haut de gamme avec lequel il veut séduire le marché français et européen. L'opération a impliqué **la suppression de 211 emplois sur 328**. Depuis, les anciens salariés du site de Poilley contestent le plan de sauvegarde de l'emploi mis en place. Un procès se tient courant 2022.

Save, le revers du succès

Après un démarrage exceptionnel, la start-up française Save, qui a constitué un réseau de proximité spécialisé dans la réparation de smartphones, d'ordinateurs et de tablettes, a rencontré des difficultés importantes. Pourtant, dès sa première année en 2015, **elle parvenait à lever 15 millions d'euros**. Elle avait même fait le pari de déployer rapidement ses magasins en Europe. Mais les erreurs stratégiques de l'équipe de pilotage, inexpérimentée, ont conduit l'entreprise à être placée en redressement judiciaire à l'été 2016, puis à être rachetée par Remade. Preuve de son potentiel, **la société est parvenue à restaurer sa rentabilité** seulement quelques mois après avoir fusionné avec Remade. Depuis 2019, elle évolue sous le giron du groupe Point Service Mobiles, spécialisé dans la réparation de smartphones, et rebaptisé Save en 2020.

“Le parcours tumultueux de Save est dû en grande partie à l'amateurisme de ses dirigeants, moi le premier. Mais il faut se replacer dans le contexte”, explique le fondateur et dirigeant de l'entreprise, Damien Morin, dans une interview réalisée pour *Capital* en 2017. “En janvier 2015, on réalisait 100 000 euros de chiffre d'affaires par mois. **Un an plus tard, c'était 100 000 euros par jour !** On est passés de 15 à 450 salariés”. La société a progressé de manière exponentielle et suscité les convoitises des fonds d'investissement. Damien Morin le reconnaît, **son entreprise vivait au-dessus de ses moyens**. Elle a recruté au-delà de ses besoins, embauchant de nombreux spécialistes du marketing et développeurs, grâce à sa levée de fonds réussie qui lui garantissait une trésorerie solide.

Deux façons de mener une entreprise à la faillite



Traitement IndexPresse. Source : Xerfi Precepta

“On mettait tous les problèmes sur le compte de l’hypercroissance. Bref, on se voilait la face. Nous ne savions pas ce qui se passait sur le terrain.” Dès le départ, la gestion de l’entreprise n’a pas été correctement menée, assume le dirigeant. “Les chiffres étaient faux, on ne connaissait pas nos stocks, on ne faisait aucun contrôle en interne. Il y avait tellement de vols en boutique que notre taux de marge était amputé de moitié !” Une erreur stratégique dans le pilotage du développement a également coûté cher à l’entreprise. Faisant confiance à son directeur général, Damien Morin s’est uniquement consacré à son rôle de président. “Débloquer des deals avec les actionnaires, construire une stratégie et une culture d’entreprise avec les salariés, c’est essentiel. Mais j’ai négligé les chiffres. Et je n’ai pas pris le temps de recruter les bons dirigeants.” Il choisit alors de se séparer de son directeur général, de licencier le top management et de lancer une stratégie d’action. “Avec mes associés, nous avons effectué nous-mêmes la restructuration, fermé les magasins non rentables, divisé par deux les frais du siège... **Nous sommes redevenus une start-up.** Je me suis réinstallé au milieu des équipes. [...] En six mois, nous avons cessé de perdre de l’argent”.

Il était cependant trop tard. Damien Morin garde une certaine amertume de ne pas avoir réussi à emmener sa société aussi haut qu’il aurait voulu. De nombreux licenciements ont été réalisés. C’est grâce à des changements opérationnels et au soutien de ses actionnaires historiques que l’entreprise a finalement pu poursuivre ses activités, sous l’égide d’une nouvelle maison-mère.

Pour Jérôme Barthélémy, professeur de stratégie et management à l’Essec, “comme dans de nombreux domaines, tout est une question d’équilibre. Pour connaître le succès, **il faut croître mais pas trop vite.** Il faut changer, mais pas en permanence. Il faut des dirigeants ambitieux, mais pas trop. Enfin, il faut une culture qui mette une pression sur les employés, mais cette pression ne doit pas être trop forte non plus”.

Le marché du reconditionnement n’en est encore qu’à ses débuts. Ses acteurs doivent rester en maîtrise de leur croissance pour pérenniser leur activité. Et si des échecs d’entreprises pourtant très dynamiques représentent un risque, **la consolidation du marché passe également par le rachat d’acteurs en difficulté** par des opérateurs plus solides financièrement.

UN DOMAINE ENCORE DYNAMIQUE ET ATTRACTIF QUI SE DIVERSIFIE

De plus petits acteurs se font une place sur le marché

YesYes opte pour une approche phygitale

Fondée en 2018, YesYes se présente comme particulièrement **engagée sur le made in France et le reconditionné de qualité**. Spécialisée dans la réparation de smartphones, tablettes et consoles de jeux, la start-up cherche à attirer les clients déçus par leur expérience sur les grandes plateformes ou ne souhaitant pas utiliser un téléphone reconditionné importé. **YesYes propose des appareils réparés en France** dans son atelier situé à Caen (Calvados). Elle fournit une garantie de deux ans sur ses produits, qu'elle commercialise en ligne et dans sa boutique attenante à l'atelier, ouverte début 2022. "Nous sommes convaincus qu'un **service de proximité est primordial** pour rassurer et accompagner les consommateurs", estime le cofondateur Christophe Perrin dans *Les Échos*. Ceux-ci se montrent "de plus en plus attirés par l'achat de produits électroniques de seconde main mais [...] le manque de réglementation et de confiance reste encore un frein à l'achat." Afin de renforcer son approvisionnement, YesYes a conclu en mars 2022 **un partenariat avec l'opé-**

rateur Orange. Ce dernier lui fournit des appareils issus de ses boutiques. YesYes les contrôle et les répare avant de les revendre. En 2021, plus de 20 000 produits électroniques reconditionnés étaient sortis de ses ateliers. Comptant une quinzaine de salariés (dont une majorité de jeunes ayant des difficultés d'insertion professionnelle), la société prévoit un chiffre d'affaires de 5 millions d'euros en 2022. Elle souhaite également **étendre sa couverture géographique et s'implanter dans d'autres villes françaises**, en dupliquant ce modèle d'atelier-boutique. YesYes espère disposer d'une douzaine de points de vente à l'horizon 2025. Pour financer ce développement, elle a réalisé **une levée de fonds de 2,7 millions d'euros** à l'été 2021. La société a été soutenue par les fonds FAMA Impact et Aviva Impact Investing France, spécialisés dans les projets sociaux et environnementaux. Les fonds régionaux Normandie Participations et CEN Innovation ont aussi participé à l'opération.

De grandes ambitions pour Hubsid Store dans le commerce physique

Lancé en 2019 par Indexia (ex-Sfam, Société française d'assurances multirisques), le réseau Hubsid Store se positionne dans **la vente de produits électroniques en majorité reconditionnés (60 %)**. L'entreprise disposait début 2021 de 11 magasins, avait signé pour la création d'une

soixantaine au total, et **visait la centaine avant la fin de l'année**. D'une surface comprise entre 100 et 300 m² pour un personnel de 6 salariés, ils doivent générer un chiffre d'affaires d'un million d'euros pour 100 m². Le réseau devrait ainsi **atteindre les 100 millions d'euros de chiffre**

UN DOMAINE ENCORE DYNAMIQUE ET ATTRACTIF QUI SE DIVERSIFIE

d'affaires. Spécialisée dans la fourniture d'assurances pour les produits high-tech, Indexia voit dans ce réseau de magasins **un moyen de gagner en résilience**, alors qu'elle a perdu en 2020 l'appel d'offres de Fnac Darty pour assurer ses produits, alors qu'elle détient 11,34 % du capital du groupe depuis 2018. "Ce qui nous est arrivé avec la Fnac peut se produire avec d'autres", explique à LSA le directeur général adjoint d'Indexia, Jean-Pierre Galera. **"Nous avons besoin de sécuriser notre modèle** en créant notre réseau de distribution." Pour un produit vendu, la société cherche à commercialiser 2,5 services additionnels. Outre l'assurance, **d'autres offres sont en effet proposées en magasin** telles que la location

de drones ou d'appareils photo. Situés surtout en centres commerciaux ou dans les avenues les plus fréquentées des grandes villes, les magasins Hubsid Store ont **d'abord été ouverts en propre, mais doivent laisser place à une exploitation en franchise** lorsque le concept aura été jugé suffisamment solide. Le reconditionnement des appareils s'effectue dans un centre de l'entreprise situé dans la Drôme. **La question de l'approvisionnement ne semble pas présenter de difficulté**, selon Jean-Pierre Galera : "Nous avons le sourcing tout trouvé puisque 7 millions de clients nous renvoient chaque année leurs appareils." À l'horizon 2024, **Hubsid Store pourrait compter 500 boutiques** d'après ses objectifs.

Quel Bon Plan, une plateforme pour le made in France

Quel Bon Plan, créée en 2021, a développé une plateforme de vente de smartphones, tablettes ou encore montres connectées. Ces produits ont comme point commun d'être **tous reconditionnés en France**. Les fondateurs de Quel Bon Plan souhaitent ainsi favoriser les circuits courts, **dans une logique de transparence pour le consommateur et d'impact social**. Éric Cordon, l'un des cofondateurs, confirme cette volonté : "Cela permet aux clients d'avoir des garanties sur la qualité et la traçabilité des produits et cela participe aussi à créer de l'emploi en France ou à le maintenir localement." La société a **noué des accords avec une quinzaine de reconditionneurs français, représentant 80 % du marché hexagonal**. Elle s'occupe elle-même de la livraison en allant récupérer les produits chez le fournisseur afin de s'assurer que ces derniers ne proviennent pas d'un pays étranger. L'aspect environnemental constitue également un élément important dans la démarche des fondateurs, qui cherchent donc

à **limiter au maximum la pollution** causée par la chaîne d'approvisionnement. Sur le contrôle de la qualité des produits, **une quarantaine de points sont vérifiés** dans les ateliers de l'entreprise, implantés à Saint-Malo (Ille-et-Vilaine), notamment au niveau de la suppression effective des données. **Lancée grâce à un soutien de la Région Bretagne et de Bpifrance**, Quel Bon Plan ne met pas en valeur certains revendeurs au détriment des autres, et espère ainsi **attirer ceux cherchant des alternatives aux plus grosses plateformes**. Henry Favre et Marwan Mazloum, les autres cofondateurs, décrivent à Maddynews leurs futurs projets : "Nous avons trois axes de développement : **la notoriété de la marque avec un plan marketing raisonnable**, continuer à tisser des liens avec les revendeurs et développer de nouvelles fonctionnalités." Comptant deux salariés fin 2021, Quel Bon Plan prévoit de **mener une dizaine de recrutements** en 2022.

ENVIE, UNE FÉDÉRATION SPÉCIALISTE DU RECONDITIONNEMENT

Créé en 1984, le réseau Envie regroupe plus de 50 entreprises de vente de produits reconditionnés, d'ateliers de réparation et de centres de recyclage situés en France. Cette association à visée sociale et environnementale emploie au total plus de 2 000 personnes en parcours d'insertion, et répare plus de 100 000 appareils chaque année. Elle propose de nombreux services aux entreprises et aux collectivités autour du réemploi, du recyclage, de la vente et de la location de biens reconditionnés.

Un pivotage stratégique d'Hexamobile basé sur des prix attractifs et une focalisation sur les ventes en ligne

Née en 2015, Hexamobile se positionne sur le reconditionnement de smartphones et de tablettes. Elle en a réparé plus de 60 000 depuis sa création. La société a su faire preuve de flexibilité dans son développement : d'abord **concentrée sur la création d'un réseau de boutiques avec l'ouverture d'un premier magasin** à Aix-en-Provence, elle s'est ensuite **refocalisée sur les ventes en ligne** après l'irruption de la crise sanitaire en 2020. Hexamobile a subi la fermeture temporaire de son magasin ainsi que des difficultés d'approvisionnements en pièces détachées, ce qui l'a conduit à trouver de nouveaux fournisseurs, particulièrement en Europe de l'Est, pour remplacer ses partenaires asiatiques. L'entreprise a toutefois pu bénéficier **d'un prêt garanti par l'État de 150 000 euros** pour faire face à la situation. Elle s'est alors repositionnée avec succès sur les ventes par Internet, doublant son chiffre d'affaires en 2020 pour atteindre 4 millions d'euros. Elle prévoyait de **générer 8 millions d'euros pour l'année 2021**. Cette forte croissance sur le digital a été permise par **un investissement de 400 000 euros** durant la période de crise Covid. Des dépenses en publicité et en visibilité sur les moteurs de recherche ont été effectuées, tandis que deux personnes chargées de la communication ont été recrutées. Hexamobile a également mené **une campagne radio promotionnelle** dans la région de Marseille, **en particulier pour attirer un public jeune**. Ces différentes initiatives ont engendré une forte hausse des commandes, qui ont plus que quadruplé sur la période. La société mise également sur des prix attractifs, notamment au niveau de la reprise : en proposant **des tarifs plus élevés que ses concurrents aux particuliers auxquels elle rachète les téléphones**, elle s'assure un approvi-

sionnement important. Lors de la revente, elle affiche des prix jusqu'à 70 % inférieurs à la version neuve. Afin de préserver ses marges, **elle évite de commercialiser ses produits sur les marketplaces**. Outre le prélèvement d'une commission qui réduit les revenus, la vente d'articles supplémentaires comme des coques ou autres accessoires y est moins aisée.

Disposant d'un atelier à Marseille, Hexamobile vérifie plus de 30 points de contrôle sur les appareils qui sont entièrement démontés puis reconditionnés. Toutes les batteries sont remplacées par des neuves et les téléphones sont garantis deux ans. Fin 2021, la société a conclu **un accord avec Screlec, éco-organisme** collectant les piles usagées et les batteries mobiles. Les plaques lithium-ion provenant des téléphones d'occasion reçus par Hexamobile peuvent ainsi être traitées par les centres partenaires de SNAM et Euro Dieuz. L'entreprise envisage de **mettre en place d'autres filières de recyclage** à l'avenir, telles que celle du verre des écrans cassés ou des coques usagées.

Souhaitant réaliser des investissements importants dans le numérique, Hexamobile cherche à effectuer **une levée de fonds de 5 millions d'euros pour l'année 2023**. Les capitaux serviront aussi à recruter et à former des techniciens. Quant au développement d'un réseau physique, l'idée n'est pas écartée mais ne semble plus prioritaire pour l'instant. "Nous avons décidé de **nous concentrer sur les ventes en ligne**. [...] **Nous conservons le magasin d'Aix-en-Provence**, personnellement, acheter en magasin est ce que je préfère", déclarait en mars 2022 le fondateur, Amin Ben Aballah. "Mais nous verrons quelle stratégie adopter sur ce point".

La location de téléphones reconditionnés, axe choisi par Mobile Club

Après avoir rassemblé des fonds (montant non communiqué) et été rejoint par cinq associés, l'entrepreneur Damien Morin a lancé Mobile Club en 2018. Cet ancien de la société Save a développé **une offre de location de smartphones haut de gamme reconditionnés**. Intégrant une assurance contre le vol et la casse et incluant le remplacement de l'appareil, elle s'avère **sans engagement**. "Nous travaillons sur des produits qui ne sont pas forcément neufs et pour lesquels il n'y a donc pas de perte de valeur une fois le produit ouvert", explique Damien Morin dans *Entreprendre*. "Et puisqu'il n'y a pas de perte de valeur, nous pouvons nous permettre le sans engagement." **Les tarifs dépendent du modèle choisi**, démarquant à 9,90 euros puis s'élevant par exemple à 19,90 euros pour un iPhone 7 (prix en 2019). L'offre d'abonnement convient en effet d'abord à des téléphones onéreux, l'avantage financier se révélant plus limité pour des appareils plus

accessibles. La flexibilité offerte prend également plus d'importance, **les clients pouvant changer de téléphone sans résilier l'abonnement**. Dans le cas où le client souhaite obtenir la dernière version d'un modèle, il lui suffit ainsi de souscrire à la formule supérieure. Des garanties sont toutefois demandées au client : d'une part, celui-ci doit verser **une caution au démarrage de l'abonnement**, rendue lors de la résiliation ; une franchise est par ailleurs demandée en cas de casse ou de vol. Enfin, les frais d'envoi du téléphone après résiliation de la location sont pris en charge par Mobile Club, qui prélève néanmoins **un montant forfaitaire de dix euros**. Damien Morin se montrait confiant en 2019 sur l'avenir de son offre : "Il y a 8 millions de téléphones d'occasion sur LeBonCoin et aujourd'hui **plus de 4 millions de Français louent leurs smartphones**. Il y a donc une profondeur de marché suffisante pour devenir une grosse boîte".

La démarche écoresponsable de MS Automobiles

Ce spécialiste des voitures d'occasion, créé en 2015, a ouvert trois ans plus tard **son premier site de reconditionnement de véhicules** à Oullins, dans le Rhône. Ce dernier permet de remettre en état plus de **8 000 véhicules par an**, avec un délai de traitement de huit jours maximum. "Nous pouvons ainsi répondre à nos propres besoins, comme aux besoins de groupes automobiles de la région", explique Serge Martirosyan, le président de MS Automobiles. "Cela nous permet d'aller encore plus loin dans nos process industriels, d'**augmenter en qualité et en volume**." La société s'adresse aux distributeurs automobiles et leur propose divers services additionnels (informations sur l'avancement de la réparation du véhicule, livraison...).

Dans une logique écologique globale, l'activité de reconditionnement est abritée dans **une usine présentant elle-même des atouts sur le plan environnemental**. Le bâtiment, qui a bénéficié d'une réhabilitation, est doté d'éclairage LED, de panneaux photovoltaïques et de dispositifs de récupération d'eau et de gestion des déchets. Les cabines CMC (préparation des véhicules) sont équipées de **systèmes de récupération de chaleur permettant de réduire de 50 % la dépense énergétique**. MS Automobiles envisageait début 2022 de demander la certification ISO 14001, liée à la performance environnementale, pour valoriser ses efforts.

Le reconditionnement s'étend à une variété d'activités

Au-delà des grands groupes, une multitude de petites sociétés françaises se lance dans de nouveaux segments au sein du marché du reconditionnement. Cette logique d'économie circulaire prend de l'ampleur et touche de plus en plus de

secteurs, offrant de ce fait **de nouvelles opportunités pour de potentiels entrants**. Elle accroît en outre la taille du marché global et peut permettre aux acteurs déjà installés d'entamer **une diversification vers ces nouveaux segments**.

L'électroménager, un segment porteur

Murfy propose la réparation à domicile

Murfy a été lancée en 2018. Souhaitant au départ créer un logiciel pour les services après-vente, les fondateurs se sont finalement tournés vers **une offre de réparation d'appareils électroménagers**. Selon l'entreprise, seuls 5 millions d'appareils sont réparés chaque année, alors que 28 millions tombent en panne. 60 % des dysfonctionnements seraient liés à l'entretien du produit. Murphy considère donc que le marché est conséquent et souhaite se faire une place grâce à **un système mêlant interventions à domicile et offre de produits reconditionnés**. Des techniciens peuvent être contactés par les clients pour les pannes importantes, contre un forfait de 85 euros auquel il faut ajouter le prix des pièces de rechange. L'intervention est programmée en moins de 72 heures dans 90 % des cas. Si la réparation

lui semble trop coûteuse, le client peut obtenir **un bon d'achat équivalent au montant du forfait pour acheter un appareil reconditionné** dans les ateliers de Murphy. Ces derniers procèdent à des collectes au niveau local, constituant sur place un stock de produits à réparer.

La réparation à domicile représentait 80 % du chiffre d'affaires de Murphy en 2021, ce dernier ayant triplé pour atteindre 9 millions d'euros. La société est présente dans une dizaine de grandes villes françaises (Paris, Lille, Lyon, Nantes...) et **souhaiterait à terme s'internationaliser**. Elle a quasiment doublé ses effectifs en 2021, passant à près de 400 employés. **Murfy a ouvert sa propre école** afin de former des techniciens et de faire face à la forte hausse de ses besoins en main d'œuvre, due à la croissance rapide de son activité. La jeune entreprise met par ailleurs à disposition de ses clients, gratuitement, **des tutoriels et un outil d'autodiagnostic**

LA PLATEFORME MOOM FACILITE LA SECONDE VIE DES PRODUITS

Créée en 2021, l'application MooM met en relation les particuliers et les marques dans le domaine des robots ménagers, des équipements de bricolage ou encore du textile. Gratuite pour les particuliers, elle leur permet d'évaluer automatiquement le prix de leurs produits d'occasion et propose des options pour leur recyclage, leur réparation et leur fin de vie. Les marques, de leur côté, accèdent à l'outil moyennant un abonnement et "peuvent savoir à tout moment où sont leurs produits", explique le fondateur de MooM, Jean-Philippe Taverdet. L'application propose aussi à ses clients de réaliser des opérations de collecte de produits usagés.

UN DOMAINE ENCORE DYNAMIQUE ET ATTRACTIF QUI SE DIVERSIFIE

afin de pouvoir réparer chez soi les pannes les plus légères. Murfy revendiquait en 2021 plus de 10 000 utilisateurs mensuels de ces outils. L'année précédente, elle avait annoncé avoir effectué plus de 35 000 interventions depuis sa création.

La société a réalisé une première levée de fonds en 2019 pour **un montant de 2 millions d'euros**, obtenus notamment auprès du fonds Investir&+, spécialiste des projets à impact social ou écologique. Elle a effectué une seconde opération l'année suivante, cette fois-ci **à hauteur de 8 millions d'euros**. Les capitaux ont été rassemblés grâce au soutien d'Alter Equity et des investisseurs historiques. **Une troisième opération serait envisagée**, comme l'indiquait en 2021 dans *Les Échos* le cofondateur Guy Pezaku : "Les investissements à réaliser dans la formation, les infrastructures et

les outils informatiques nécessiteront un nouvel appel de fonds en fin d'année ou en 2022".

10 millions d'euros

Le montant total des fonds levés par Murfy depuis sa création.

Source : presse, 2020.

Kazoo mise sur le modèle de l'abonnement

Fondée en 2021, Kazoo s'est spécialisée dans la fourniture d'appareils électroménagers aux particuliers via **deux formules d'abonnement**. La première consiste à utiliser un appareil neuf ou reconditionné contre **le paiement d'un forfait mensuel** (à partir de 29 euros) et à le renvoyer au moment souhaité. La seconde option se montre **similaire à un système de leasing** : à compter du deuxième mois de location, le client peut **décider d'acheter l'appareil au prix de l'occasion**, avec un tarif dégressif en fonction de sa durée d'utilisation. Les deux cofondatrices de Kazoo expliquent dans *Le Courrier du meuble et de l'habitat* l'intérêt

de leur solution : "Le système Kazoo permet donc de faire un achat plus impliquant, avec **une validation de l'appareil par son usage au quotidien** avant de l'acheter pour de bon." Elles ajoutent que leur offre "donne aussi le droit de se tromper, car l'appareil pourra ensuite servir à quelqu'un d'autre." **Les produits proposés par la start-up se révèlent variés**, allant des machines à café aux aspirateurs en passant par les robots de cuisine. Ils sont toutefois choisis **en fonction de leur impact environnemental, de leur qualité et de leur durabilité**. Les machines à café nécessitant des capsules sont par exemple proscrites, tandis que la disponibilité des pièces détachées sur une durée minimale de 10 ans constitue un autre déterminant majeur dans la sélection des références.

29 à 99 euros

Le prix de l'abonnement mensuel aux appareils électroménagers de Kazoo.

Source : Kazoo, 2022.

Le reconditionnement des équipements informatiques prend de l'ampleur

L'usage croissant du numérique au sein des entreprises, accéléré par la généralisation de l'exploitation des données et du télétravail, conduit à un fort besoin en équipements informatiques. Le reconditionnement de tels appareils devient donc de plus en plus intéressant, ouvrant la voie à l'arrivée de nouveaux entrants sur ce segment.

C'est notamment le cas de **Save Market**, créée en 2019. Cette société s'adresse uniquement **aux entreprises souhaitant revaloriser leur matériel informatique obsolète**. La solution de Save Market se veut simple d'utilisation : le client choisit une date de retrait des équipements et laisse ensuite la start-up s'occuper des aspects logistiques. L'outil numérique de Save Market permet de **connaître la valeur du matériel rendu et de suivre la gestion du processus**. Les équipements sont reconditionnés dans les deux ateliers de la société situés en Île-de-France, puis **revendus sur des marketplaces**. Quant au matériel trop ancien ou usagé, il est remis à des partenaires qui récupèrent certains matériaux. Des documents de

conformité et liés aux économies de CO₂ sont également émis afin d'**apporter des éléments aux rapports RSE** des entreprises clientes. "Contrairement à d'autres qui réalisent les reconditionnements à l'étranger, **toute notre chaîne est gérée en France**, ce qui permet d'optimiser les économies en CO₂", assure le cofondateur Yohann Alvarez en septembre 2021 dans *IT for Business*. La société affichait à cette date **une centaine de clients** (TF1, Wonderbox, Meilleurs Agents, Sia Partners...) pour une quinzaine de collaborateurs. Elle indiquait reconditionner entre 1 500 et 2 000 équipements par mois. Save Market souhaitait alors **se développer en Espagne**, et visait une implantation aux États-Unis à l'horizon 2023. L'entreprise a également réalisé **une levée de fonds d'un million d'euros** en 2021 auprès des fonds Daphni et Tomcat Invest. Elle avait déjà bénéficié d'un accompagnement de ce dernier sur une période de six mois via le programme Tomcat Factory.

Codeo, spécialiste en gestion des parcs IT

Créé en 2005, le groupe français Codeo fournit aux professionnels des équipements informatiques et se charge des services associés tels que la maintenance ou la location ponctuelle d'infrastructures ou de terminaux. Il s'est lancé en 2021 dans le reconditionnement du matériel, offrant également des possibilités aux entreprises dans le domaine du recyclage. "Avec notre nouvelle offre d'économie circulaire, nous serons ainsi capable de proposer un seul point de contact à nos clients pour l'ensemble de la gestion de leur parc informatique, de l'achat de matériel reconditionné à la maintenance en passant la gestion de la fin de vie de leurs équipements",

assure le cofondateur François Amiot dans *Les Échos*. "De plus, nous garantissons la traçabilité de ces équipements permettant ainsi à nos clients d'améliorer leur empreinte carbone." Codeo a investi 8 millions d'euros dans un centre de 7 000 m² près de Lyon afin de mettre en route cette activité. Elle est gérée par les réseaux Envie et Ecodair, grâce à des collaborateurs présents sur le site. Pour l'instant, le chiffre d'affaires généré par la nouvelle offre ne constitue pas une priorité pour l'entreprise. François Amiot affirmait lors du lancement de l'investissement que l'objectif à terme se situait dans la création d'une coentreprise avec ses partenaires. La fourniture d'un service complet d'économie circulaire vient améliorer l'offre existante et peut servir d'apprentissage et de première étape à la mise en place des activités d'une nouvelle entreprise dédiée.

Les vélos électriques reconditionnés en plein essor

Upway, spécialiste en mobilité électrique reconditionnée

Jeune société créée en 2021, Upway se positionne sur la revente de vélos à assistance électrique (VAE) reconditionnés, préalablement **rachetés à des particuliers ou des entreprises**. La start-up réalise des estimations quant aux frais nécessaires à la remise en état du vélo proposé, et peut alors en faire l'acquisition en fonction des résultats. Reconditionné dans son atelier de Gennevilliers, en bordure de Paris, le vélo est ensuite **vendu sur son site d'e-commerce**. Il affiche une garantie d'un an et est livré à domicile en quelques jours. Upway se présente comme **un intermédiaire de confiance** à même de faciliter la diffusion des VAE au sein de la population. "Il reste des freins à l'achat. Le premier, c'est le prix", estimait fin 2021 dans *Les Échos* le cofondateur Toussaint Watinne, soulignant qu'un VAE neuf peut coûter plus de 2 000 euros. Des interrogations peuvent aussi se manifester sur la fiabilité des produits. "Les acheteurs veulent avoir des garanties sur la qualité du vélo (et notamment la batterie et le moteur) quand ils achètent de l'occasion." Upway revendique des prix inférieurs de 20 % à 50 % à ceux des produits neufs. **Elle collabore déjà avec Zoomo**, spécialiste du vélo électrique pour professionnels, et cherche à se positionner davantage auprès des gestionnaires de flottes. La société pourrait également **se tourner vers le marché des trottinettes et des scooters électriques**, également très dynamique. Elle compte par ailleurs **se déployer à l'international**, prioritairement en Allemagne, aux Pays-Bas et aux États-Unis. Elle est déjà présente en Belgique depuis début 2022. Upway a effectué une première opération de financement en 2021 portant sur **un montant de 5 millions d'euros**. Les fonds ont été levés auprès de Sequoia Capital et de Global Founders Capital. Un second tour de table a été réalisé l'année suivante **à hauteur de 25 millions de dollars**. Sequoia Capital a réitéré son soutien, suivi par de nouveaux actionnaires incarnés par les fonds Exor Seeds et Origins.

Doctobike répare les batteries électriques des vélos

Fondée en 2014, Doctobike s'est lancée sur le segment du reconditionnement des batteries pour deux-roues électriques : VAE, trottinettes, scooters... La société a acquis **un savoir-faire sur environ 700 batteries différentes**. Elle en a reconditionné ou réparé 40 000 en 2021, et prévoyait d'en traiter le double sur l'année 2022. Installée à Villeurbanne, en périphérie de Lyon, Doctobike **s'adresse majoritairement aux professionnels** mais dispose néanmoins de nombreux clients parmi les particuliers. Elle a notamment signé des contrats avec Decathlon, le réseau Cyclable ou encore le gestionnaire de trottinettes allemand Tier après **son implantation outre-Rhin en 2021**. La réparation d'une batterie de VAE coûte entre 50 et 100 euros, et le reconditionnement de 250 à 350 euros, contre 500 euros pour l'achat d'une batterie neuve. Outre l'avantage financier, l'opération permet à l'utilisateur de conserver son vélo même quand la batterie correspondante n'est plus fabriquée. **Doctobike a été rachetée en 2022 par son client GreenRiders**, importateur et distributeur de deux-roues électriques. "Les synergies vont nous faire gagner cinq ans de chiffre d'affaires et d'opportunités commerciales", pronostiquait alors la cofondatrice de Doctobike, Anne-Sophie Caistiker. La société pourrait **bénéficier du lancement par GreenRiders d'une offre de gestion de flottes de trottinettes** pour entreprises commercialisée en marque blanche. Le rapprochement ouvre également **l'accès au portefeuille de clients** de GreenRiders, dont certains situés à l'étranger (Espagne, Benelux). L'atelier de Villeurbanne doit également être **modernisé avec l'achat de nouvelles machines**. L'intégration au sein de GreenRiders permet en outre de **proposer une offre globale** : "Nous sommes la seule société européenne capable de fournir des solutions à 360 degrés sur le marché de l'électromobilité douce : vente, réparation, reconditionnement et formations de techniciens", affirme Anne-Sophie Caistiker.

De plus en plus de domaines concernés

Babymoov se lance dans le reconditionné

Le spécialiste de la puériculture Babymoov poursuit sa politique d'écoresponsabilité avec la mise en place d'une activité de reconditionnement. "Pour l'heure, seuls les robots culinaires et les babyphones sont concernés", précisait début 2022 le cofondateur Laurent Windenberger. L'entreprise avait auparavant **ajouté la garantie à vie** à tous ces produits. Elle s'est rendue compte que 70 % des robots culinaires renvoyés pouvaient être réparés et remis sur le marché. Dépendante d'un flux de produits usagés variable et difficile à anticiper, elle ne souhaite pas étendre son service à son réseau physique. L'offre de reconditionné est donc **uniquement disponible en ligne**. Les articles sont garantis une année et vendus environ 40 % moins cher que leurs équivalents neufs. "Cette activité est tout juste à l'équilibre, mais **l'objectif n'est pas d'en faire un véritable business**", affirme Laurent Windenberger. "Il s'agit plutôt de franchir un pas supplémentaire dans notre démarche de limitation de nos impacts et d'économie circulaire." Babymoov souhaite **étendre son service de reconditionnement à d'autres pays**, en particulier sur le continent asiatique. Le groupe dispose notamment d'un entrepôt en Corée du Sud pouvant servir d'atelier de réparation.

Une montée en puissance dans l'imprimerie

Le groupe français Armor Office Printing, rebaptisé en 2020 Armor Print Solutions, s'est lancé dans le reconditionnement d'imprimantes et de cartouches d'encre dès les années 1990. Il s'est depuis **déployé en Europe et compte désormais renforcer ses positions**, alors que la question environnementale s'étend à tous les secteurs. **La croissance externe** pourrait constituer son principal levier de développement dans les prochaines années. "Aujourd'hui, **beaucoup de petits acteurs n'ont pas la taille critique** pour se développer", souligne à l'été 2022 Hubert de Boisredon, PDG de l'entreprise. "Notre ambition est donc de saisir des opportunités d'alliances ou d'acquisitions pour nous développer." Armor Print Solutions bénéficie en outre du **retrait du marché européen de l'américain Clover Imaging Group**, spécialiste du reconditionnement dans l'imprimerie, qui a été pénalisé par les dysfonctionnements logistiques actuels (hausse des coûts, difficultés d'approvisionnement...) et l'arrêt de certaines de ses collaborations sur le continent. Des plateformes spécialisées comme Back Market aux groupes de l'électronique (Fnac Darty, Boulanger) en passant par les spécialistes de la bureautique tels que Bureau Vallée, une multitude d'acteurs se met à commercialiser des imprimantes reconditionnées pour profiter de la dynamique du secteur.

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LE TEXTILE AVEC ANKORE

Fondée en 2018, Ankore a mis au point des t-shirts et des sweats fabriqués à partir de fils de plastique mélangés à du coton. Le plastique provient de déchets marins, récupérés et d'abord transformés sous forme de billes par l'entreprise espagnole Seaqual. Ankore a lancé une campagne de préventes fin 2020 sur la plateforme de financement participatif Ulule. Elle est parvenue à en réaliser 1155, pour un objectif initial de 200.

VESTO, LE MATÉRIEL DE CUISINE PROFESSIONNEL RECONDITIONNÉ

La start-up Vesto, créée en 2020, récupère les machines de cuisine pour les reconditionner et les revendre. Elle a levé 1,1 million d'euros fin 2021 afin d'agrandir ses locaux (de 50 m² à 1 000 m²) et de recruter fortement, passant de 4 salariés à 25 en deux ans. Vesto a réalisé un chiffre d'affaires de 500 000 euros en 2021 et veut tripler sa production avec l'ouverture d'un second atelier en 2023. Elle souhaite aussi étendre son réseau de revendeurs.

Le rétrofit, un reconditionnement spécifique basé sur la conversion électrique

Un domaine encore émergent

Le rétrofit consiste à transformer le système de motorisation d'un véhicule afin de le doter d'une propulsion électrique. Cette pratique permet d'**allonger la durée de vie** de certains véhicules thermiques en remplaçant leur moteur vieillissant. Ce changement les autorise en outre à **continuer de circuler malgré le durcissement des normes** liées à la pollution  mise par les véhicules. Le rétrofit s'avère récent en France, l'arrêté encadrant la pratique et la reconnaissant comme vectrice de mobilité durable n'ayant été publié qu'en avril 2020.

AIRE, PREMIÈRE FÉDÉRATION DU RÉTROFIT

Lancée en 2018, les Acteurs de l'industrie du rétrofit électrique (Aire) est un groupement d'entreprises ayant pour but de promouvoir le secteur. L'association a travaillé avec le gouvernement dans la définition de la réglementation et comptait une vingtaine de membres mi-2022.

Des voitures reconditionnées et r trofit es avec Lormauto

La jeune société Lormauto, n e en 2020, s'est positionnée à la fois dans le reconditionnement et dans le rétrofit. En plus de la transformation électrique du véhicule, ce dernier est complètement rénové. "Nous considérons qu'il faut cesser de jeter des voitures", déclarait fin 2021 le fondateur et dirigeant Sébastien Rolo. "Nous avons donc choisi de **remettre en état l'intégralité des véhicules transformés**. Cela signifie qu'on les démonte complètement, intérieur et extérieur, qu'on les nettoie de fond en comble et que l'on remplace tout ce qui doit l'être afin que le véhicule devienne durable." Souhaitant mettre en place un processus industriel, la société a également investi pour l'homologation de son premier modèle (Twingo 1). Au total, **la phase de pré-industrialisation lui a côté environ un million d'euros**. D'autres dépenses seront nécessaires ensuite pour la production et la commercialisation. Le financement a été assuré par des fonds propres et **un soutien de Bpifrance et de la Région Normandie** (prêt à taux zéro). Lormauto s'adresse aux professionnels comme aux particuliers en proposant un service de location. "Nous pensons **proposer**

nos voitures en location à 300 euros par mois, sans premier loyer majoré, assurance, kilométrage illimité et entretien compris", expliquait Sébastien Rolo. "Outre l'accessibilité financière, cela nous permettra aussi de mettre en place **un processus de modernisation continue** en fonction des évolutions technologiques garantissant la durabilité de l'opération." La société s'est fixée comme objectif de **produire entre 200 et 500 véhicules sur le second semestre 2022**. Elle prévoyait d'embaucher une dizaine d'employés en 2021 et de parvenir à une centaine de collaborateurs à l'horizon 2027.

Carwatt allie reconditionnement de batteries et rétrofit

Carwatt a été fondée en 2015 avec comme premier objectif de **prolonger la durée de vie des batteries**. Celles-ci sont en effet considérées comme usagées par les constructeurs automobiles lorsqu'elles perdent 20 % à 30 % de leur capacité. Carwatt récupère alors ces batteries en provenance de voitures électriques, en particulier de Renault, et **crée des kits d' lectrification**. L'entreprise a développé **son propre système d'optimisation de la batterie** et maîtrise les comp -

UN DOMAINE ENCORE DYNAMIQUE ET ATTRACTIF QUI SE DIVERSIFIE

tences nécessaires pour électrifier l'ensemble du véhicule, du moteur au système de freinage. Lancée alors que la réglementation qui s'appliquait au retrofit limitait fortement la diffusion, Carwatt a préféré **s'orienter vers les flottes de véhicules professionnelles**. Air France est ainsi devenu le principal client de la société, disposant alors de nombreux véhicules diesel coûteux à remplacer. L'entreprise s'est par ailleurs **diversifiée vers de nombreux autres marchés**, du transport fluvial aux safaris. "Nous visons les autres aéroports internationaux mais aussi d'autres modes de transport", confirmait le fondateur Gérard Feltzer en 2019. "Nous travaillons d'ores et déjà avec l'Afrique de l'Est pour l'équipement de véhicules de safari photo. Nous avons aussi un projet pour équiper des bateaux de croisière." Carwatt cible à chaque fois **des véhicules ne nécessitant pas une très grande autonomie** et dont l'usage s'avère moins intense que les automobiles des particuliers. Depuis sa création, la start-up a **plusieurs fois rassemblé des fonds** sous forme de *love money* et dispose du soutien de l'Ademe, de Bpifrance et de la région Île-de-France.

Teebike offre une propulsion électrique aux vélos

Depuis 2019, la société Teebike commercialise **une roue électrique universelle**, adaptable à tout type de vélos. Elle a reçu un prix d'innovation de la part du journal *La Tribune* pour cette roue permettant une conversion électrique des vélos. Elle a également démarré en 2021 **une activité de reconditionnement de vélos** en mauvais état. "Notre premier atelier a ouvert début mai à Brignolles", expliquait le fondateur de Teebike, Laurent Durrieu, en juin 2021. "50 vélos récupérés à la déchetterie sont en cours de réparation. [...] Notre objectif est d'avoir une douzaine d'ateliers en France fin 2022." **Teebike s'adresse avant tout aux particuliers**, avec la vente de ses vélos directement sur son site d'e-commerce et dans une soixantaine de points de vente (Fnac Darty, Hubsider Store, Norauto...). Elle a également **noué des partenariats avec des entreprises** pour mieux diffuser ses produits. Des offres voi-

ture-vélo ont ainsi été mises en place dans des concessions du groupe Dugardin, tandis que des négociations ont été entamées avec Uber Eats et Deliveroo pour **proposer aux livreurs de s'équiper avec le matériel de Teebike**. "Nous discutons aussi avec des partenaires réparateurs pour que les livreurs des plateformes soient prioritaires en cas de problèmes de freins ou de crevaisons", soulignait Laurent Durrieu. La start-up a réalisé un chiffre d'affaires de 500 000 euros en 2020 et d'environ 1,5 millions en 2021, un objectif atteint avec une année d'avance. **Teebike a commencé à s'internationaliser** et souhaite accélérer cette stratégie en 2022. Après un déploiement en Belgique et en Suisse, la société vise l'Allemagne, les Pays-Bas, le Royaume-Uni et les pays nordiques, qui ont fortement investi dans les infrastructures pour vélos.

D'autres entreprises françaises spécialisées dans le retrofit

Phoenix Mobility

2018

Kits de conversion électrique pour véhicules utilitaires, spéciaux et tout terrain.

Transition-One

2018

Retrofit automobile pour les particuliers.

e-Néo

2019

Conversion électrique ou hydrogène de véhicules lourds ou de compétition (dont buggys électriques).

Virvolt

2019

Électrification de vélos et réparation des batteries.

NOIL

2019

Kits d'électrification de scooters basés sur un réseau de partenaires installateurs.

Retrofleet

2020

Kits de conversion électrique pour gestionnaires de flottes de véhicules utilitaires ou industriels.

Traitement IndexPresse.

Des opportunités sur le marché français pour des acteurs étrangers

La place de marché Refurbed poursuit son expansion

Plateforme autrichienne de produits reconditionnés lancée en 2017, Refurbed se présente comme **un concurrent direct de Back Market**. Elle propose une variété d'appareils électroniques, des smartphones aux écrans et casques audio en passant par les montres connectées. **Plus de 11 000 produits étaient commercialisés** sur la marketplace à l'été 2021, disposant d'une garantie d'un an ou plus. Une quarantaine d'étapes sont nécessaires pour leur reconditionnement. Depuis son lancement, Refurbed a vendu plus de 800 000 appareils.

La société a mené plusieurs tours de table afin d'accélérer son déploiement à l'international. Elle est **arrivée en France en 2020 après une levée de fonds de 17 millions de dollars** réalisée auprès de Evli Growth Partners, Almaz Capital, FJ Labs

ou encore All Iron Ventures. Refurbed était alors présente en Autriche, en Allemagne, en Italie et en Pologne. Elle s'est ensuite implantée en Irlande. Mi-2021, elle a effectué une autre opération de financement, en grande partie pour **renforcer son déploiement en France. D'un montant de 54 millions de dollars**, cette levée de fonds a été menée par les investisseurs historiques, rejoints par de nombreux nouveaux actionnaires tels que SevenVentures, Alpha Associates, Monkfish Equity, Kreos Capital et Creas Impact Fund. Les capitaux devaient également permettre de **s'étendre dans trois pays supplémentaires** pour la fin 2021 et de recruter des spécialistes d'origines variées afin d'intégrer l'équipe internationale. **L'enrichissement et la diversification du portefeuille** de produits constituaient aussi des objectifs annoncés.

ReBuy s'associe à Rakuten

Créée en 2004 en tant que spécialiste de l'échange de jeux vidéo, l'allemand ReBuy s'est depuis repositionné sur les produits électroniques reconditionnés. **Il fixe le prix de rachat aux particuliers en fonction d'un questionnaire** rempli par ces derniers concernant l'état de l'appareil vendu. Des vérifications sont ensuite effectuées par l'entreprise afin de s'assurer de l'absence de dysfonctionnements. **Disposant d'une garantie allant jusqu'à 18 mois**, les produits sont reconditionnés dans un atelier de 10 000 m² situé près de Berlin, avant d'être revendus sur la plateforme ou chez des partenaires.

Arrivée en France en 2016, la plateforme a connu un fort développement. Son chiffre d'affaires est

passé de 70 millions d'euros en 2014 à 100 millions en 2017, année lors de laquelle l'entreprise a atteint la rentabilité pour la première fois. ReBuy a par ailleurs réalisé **plusieurs levées de fonds** pour financer sa croissance. Une opération d'un montant non communiqué a été effectuée en 2013 auprès d'Iris Capital, fonds associé à Orange et à Publicis, de Hasso Plattner Ventures ou de Mountain CleanTech. En 2018, Rebuy a levé 21 millions d'euros grâce au soutien d'Evoco, de Headwy Capital Partners et de Keyhaven Capital Partners. L'apport de capitaux visait notamment à **renforcer l'expansion internationale**, la société étant alors présente en Allemagne, en Autriche, aux Pays-Bas et en France.

En 2021, le site japonais d'e-commerce Rakuten s'est **associée à ReBuy afin de disposer d'une offre de reconditionné**. Baptisée CeRtifié, elle permet aux particuliers de **vendre rapidement leur appareil sur la plateforme de Rakuten** et d'obtenir le paiement dans les quinze jours suivants. Les vendeurs doivent remplir un questionnaire et peuvent s'appuyer sur des exemples

et des photos pour fournir les réponses les plus précises possibles. Les informations données ajustent le prix de vente. ReBuy s'occupe ensuite du reconditionnement et **revend l'appareil sur sa propre plateforme**. Ce partenariat représente pour l'entreprise une nouvelle source d'approvisionnement en produits usagés.

De nouveaux entrants potentiels dans une diversité de secteurs

Le britannique Cazoo se met au reconditionné

Spécialiste de l'automobile d'occasion fondé en 2019, Cazoo est arrivé en France en 2021. La société a décidé en 2022 de **se lancer dans le reconditionnement en s'appuyant sur une dizaine de sites partenaires** permettant de traiter 250 000 véhicules par an. Elle mise également sur l'abonnement de moyenne durée pour se démarquer. Elle s'intègre ainsi à l'écosystème **comme un concurrent mais aussi un client** des acteurs du reconditionnement. L'entreprise a **multiplié les levées de fonds** pour financer son développement avec notamment une opération d'un montant de 240 millions de livres sterling en 2020, une autre de 800 millions de dollars en 2021, ou encore un tour de table de 630 millions de dollars en 2022. Elle est également entrée en Bourse en 2021. **Cazoo vise les 2,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2022**, mais estime ne pas pouvoir atteindre la rentabilité dans un avenir proche et a annoncé la suppression de 15 % de ses effectifs.

Foeth développe le reconditionné dans la chimie et la pharmacie

Société néerlandaise, Foeth est spécialisée dans les équipements reconditionnés pour les industries chimiques et pharmaceutiques. Elle fournit ainsi **des réacteurs, des cuves ou encore des centrifugeuses** remises en état, à des prix inférieurs de 20 % à 50 % à ceux du neuf. Présente notamment en Europe du Nord, elle s'est **implantée sur**

le marché français en 2020. S'approvisionnant auprès des industriels ou lors de ventes aux enchères, **elle stocke plusieurs milliers de machines** près d'Amsterdam (Pays-Bas), ce qui lui permet d'offrir une grande disponibilité d'équipements à ses clients. Encore peu répandu en France, le reconditionnement de tels équipements présente un avantage spécifique : il peut **soutenir la relocalisation industrielle** en limitant les budgets nécessaires à ces projets.

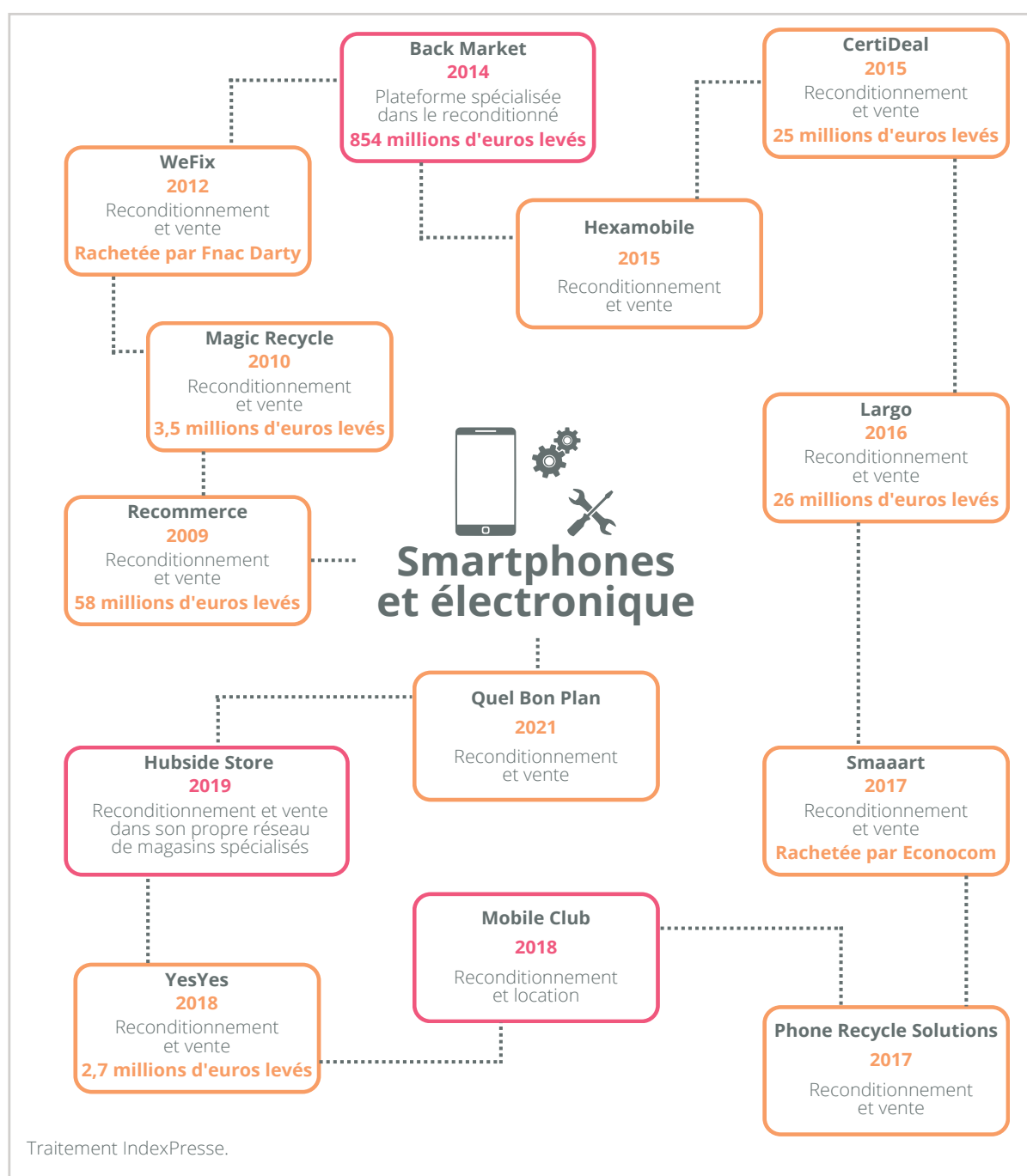
Des acteurs belges se lancent dans le domaine

De nouvelles sociétés spécialistes du reconditionnement ont fait leur apparition en Belgique. **La proximité et la taille du marché français pourraient se montrer attractives** pour elles. Taktak, fondée en 2018, a développé **une technologie et un site d'e-commerce pour l'achat-vente de véhicules reconditionnés**. Elle se distingue notamment par des visites à domicile pour la vente et l'enlèvement du véhicule. Elle prévoyait mi-2022 **une levée de fonds pour s'internationaliser**.

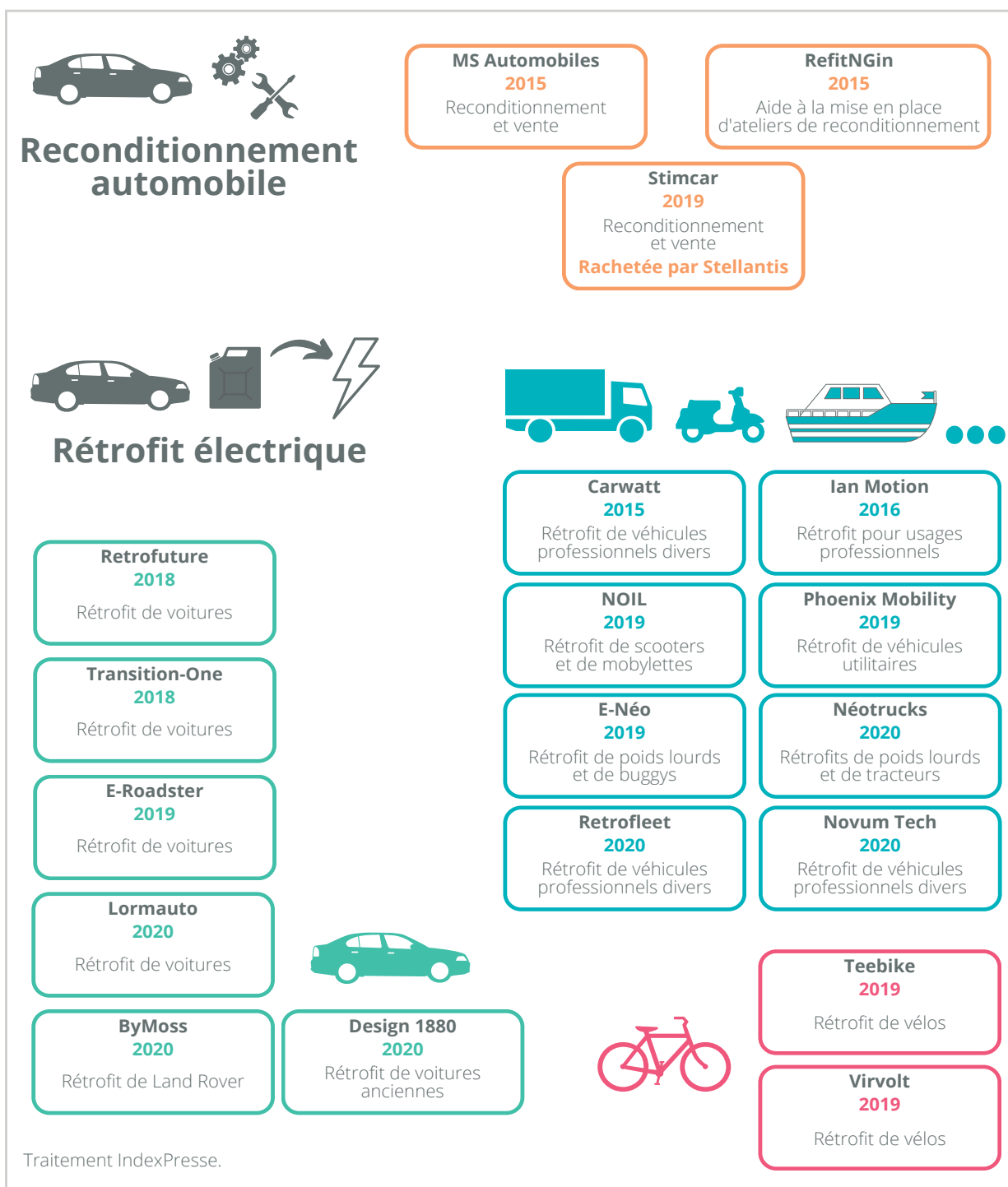
De son côté, Pimp my Bike s'est positionnée dans le reconditionnement de vélos standards (non électriques). Elle a ouvert un *pop-up store* dans un incubateur bruxellois en 2022 et souhaite **se déployer en BtoB**. Elle espère en outre être lauréate du programme "Be circular - be.brussels" en décembre 2022, **la récompense maximale s'élevant à 200 000 euros**. Dans le cas contraire, une campagne de crowdfunding pourrait financer son développement.

FORCES EN PRÉSENCE

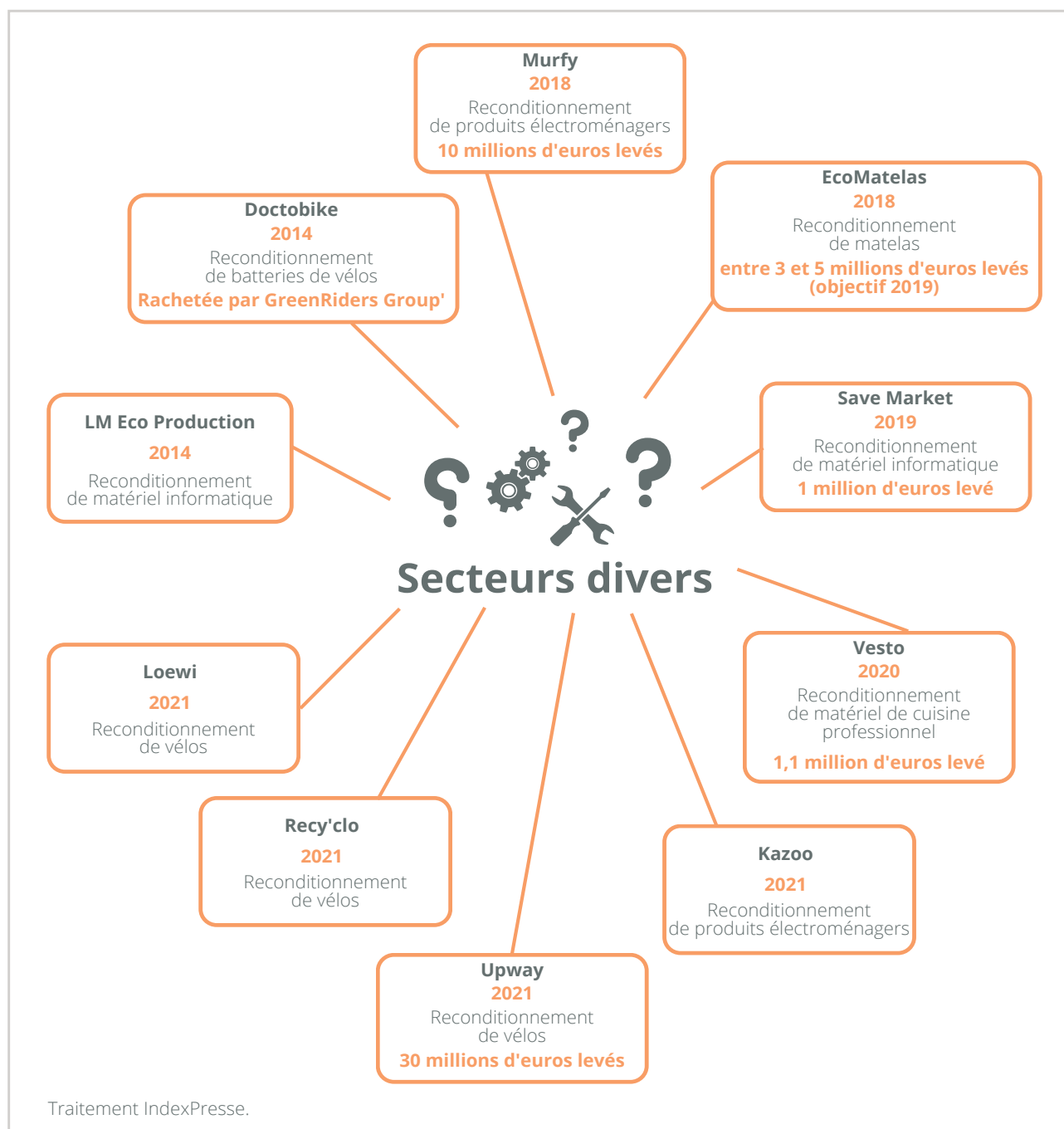
Start-up françaises du reconditionnement de smartphones et autres appareils électroniques



Start-up françaises du reconditionnement automobile et du retrofit électrique



Start-up françaises dans d'autres segments du reconditionnement



LISTE DES ENTREPRISES CITÉES DANS L'ÉTUDE

Société	Nature de l'entreprise	Pays d'origine
3T Capital	Fonds d'investissement	France
Aglaé Ventures	Fonds d'investissement	États-Unis
Air France	Compagnie aérienne	France
All Iron Ventures	Fonds d'investissement	Espagne
Almaz Capital	Fonds d'investissement	États-Unis
Alpha Associates	Fonds d'investissement	Suisse
Alter Equity	Fonds d'investissement	France
Ankore	Fabricant de vêtements à base de plastique recyclé	France
Apple	Fabricant de smartphones et de matériel électronique	États-Unis
Aramisauto	Entreprise de vente de voitures d'occasion ou reconditionnées	France
Armor Office Printing	Spécialiste du reconditionnement dans l'imprimerie	France
Atlantique Business Angels Booster	Réseau de business angels	France
Aviva	Compagnie d'assurance	France
Axa	Compagnie d'assurance	France
Babymoov	Spécialiste de la puériculture	France
Back Market	Plateforme spécialiste des produits reconditionnés	France
BCAuto Enchères	Spécialiste de la vente aux enchères de véhicules d'occasion	France
Beebs	Application de revente d'articles pour enfants	France
Bipi	Spécialiste de la location automobile	Espagne
BNP Paribas	Banque	France
Bouygues Telecom	Opérateur télécom	France
Bureau Vallée	Distributeur spécialisé dans la bureautique	France
ByMoss	Entreprise spécialisée dans le retrofit	France
Capzanine	Fonds d'investissement	France
Carrefour	Enseigne de la grande distribution	France
CarSuperMarket	Entreprise de reconditionnement automobile	Royaume-Uni
Carwatt	Entreprise spécialisée dans le retrofit	France
Cazoo	Spécialiste de l'occasion automobile	Royaume-Uni
CertiDeal	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
Citizen Capital	Fonds d'investissement	France
Clem'	Société d'autopartage de véhicules électriques	France
Codeo	Spécialiste de la gestion des parcs informatiques	France
Conforama	Distributeur spécialisé dans le mobilier	France
Creadev	Fonds d'investissement	France
Creas Impact Fund	Fonds d'investissement	Espagne
Daphni	Fonds d'investissement	France
Deal Certify	Application de contrôle de l'état des smartphones reconditionnés	France
Deliveroo	Plateforme de livraison de repas	Royaume-Uni
Design 1880	Entreprise spécialisée dans le retrofit	France
Digicel	Opérateur télécom	Jamaïque
Doctobike	Entreprise de reconditionnement de vélos	France
E.Leclerc	Enseigne de la grande distribution	France
EcoMatelas	Entreprise de reconditionnement de matelas	France
Econocom	Spécialiste de l'équipement informatique pour les entreprises	France
Econocom	Spécialiste des services liés à la transformation numérique	France
Éco-systèmes	Éco-organisme	France
EDF	Producteur et fournisseur d'électricité	France
Emil Frey	Concessionnaire automobile	Suisse
E-Néo	Entreprise spécialisée dans le retrofit	France
E-Roadster	Entreprise spécialisée dans le retrofit	France

LISTE DES ENTREPRISES CITÉES DANS L'ÉTUDE

Société	Nature de l'entreprise	Pays d'origine
Eurazeo	Fonds d'investissement	France
Evli Growth Partners	Fonds d'investissement	Finlande
Evoco	Fonds d'investissement	Suisse
Exor Seeds	Fonds d'investissement	États-Unis
FAMAE Impact	Fonds d'investissement	France
FJ Labs	Fonds d'investissement	États-Unis
Fnac Darty	Distributeur d'électroménager, d'électronique et de produits culturels	France
Foeth	Société spécialisée dans l'équipement reconditionné pour la chimie	Pays-Bas
General Atlantic	Fonds d'investissement	États-Unis
Generation Investment Management	Fonds d'investissement	États-Unis
Global Founders Capital	Fonds d'investissement	Allemagne
Goldman Sachs	Banque	États-Unis
GreenRiders Group'	Distributeur de véhicules légers électriques	France
Groupe Bodemer	Concessionnaire automobile	France
Hasso Plattner Ventures	Fonds d'investissement	Allemagne
Havetech	Entreprise de reconditionnement électronique	France
Headwy Capital Partners	Fonds d'investissement	États-Unis
Hexamobile	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
Heycar	Plateforme de voitures d'occasion	Allemagne
Hubside Store (Indexia)	Réseau de magasins de produits reconditionnés	France
Ian Motion	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
Inter Invest Capital	Fonds d'investissement	France
Investir&+	Fonds d'investissement	France
Iris Capital	Fonds d'investissement	France
Kazoo	Entreprise de reconditionnement de produits électroménagers	France
Keyhaven Capital Partners	Fonds d'investissement	Royaume-Uni
Kreos Capital	Fonds d'investissement	Royaume-Uni
Largo	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
Leboncoin	Site de petites annonces	France
LM Eco Production	Entreprise de reconditionnement de matériel informatique	France
Loewi	Entreprise de reconditionnement de vélos	France
Lormauto	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
Magic Recycle	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
MAIF	Compagnie d'assurance	France
Meo	Opérateur télécom	Portugal
Meridiam	Fonds d'investissement	France
Mobile Club	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
Mobility Tech Green	Société d'autopartage de véhicules électriques	France
Monkfish Equity	Fonds d'investissement	Allemagne
MooM	Application de produits d'occasion ou reconditionnés	France
Mountain CleanTech	Fonds d'investissement	Suisse
MS Automobiles	Entreprise de reconditionnement automobile	France
Murphy	Entreprise de reconditionnement de produits électroménagers	France
Neotrucks	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
NOIL	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
Novum Tech	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
Opalic	Fonds d'investissement	France
Orange	Opérateur télécom	France
Origins	Fonds d'investissement	États-Unis
Phoenix Mobility	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
Phone Recycle Solutions	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
Pimp my Bike	Spécialiste du reconditionnement de vélos	Belgique
Publicis	Groupe de publicité	France
Quel Bon Plan	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
Rakuten	Plateforme généraliste d'e-commerce	Japon
ReBuy	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	Allemagne
Recommerce	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France

LISTE DES ENTREPRISES CITÉES DANS L'ÉTUDE

Société	Nature de l'entreprise	Pays d'origine
Recy'clo	Entreprise de reconditionnement de vélos	France
RefitNGin	Entreprise spécialisée dans les ateliers de reconditionnement automobile	France
Refurbed	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	Autriche
Remade	Spécialiste du reconditionnement de smartphones	France
Renault	Constructeur automobile	France
Retrofleet	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
Retrofuture	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
Rue du Commerce	Spécialiste de l'e-commerce	France
Save	Spécialiste du reconditionnement de smartphones	France
Save Market	Entreprise de reconditionnement de matériel informatique	France
Screlec	Éco-organisme	France
Seb	Fabricant d'électroménager	France
Sequoia Capital	Fonds d'investissement	États-Unis
Seventures Partners	Fonds d'investissement	France
SFR	Opérateur télécom	France
Smaaart (Sofi Group)	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
SPB Group	Compagnie d'assurance	France
Sprint Capital	Fonds d'investissement	Chine
Stellantis	Constructeur automobile	France
Stimcar	Entreprise de reconditionnement automobile	France
Système U	Enseigne de la grande distribution	France
Taktak	Entreprise de reconditionnement de vélos	Belgique
Teebike	Entreprise spécialisée dans le rétrofit de vélos	France
Tomcat Invest	Fonds d'investissement	France
Transition-One	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
Uber Eats	Plateforme de livraison de repas	États-Unis
United.b	Groupe de l'électroménager	France
Upway	Entreprise de reconditionnement de vélos	France
Vesto	Entreprise de reconditionnement de matériel de cuisine professionnelle	France
Virvolt	Entreprise spécialisée dans le rétrofit	France
WeFix	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
YesYes	Entreprise de reconditionnement d'appareils électroniques	France
Zoomo	Spécialiste du vélo électrique pour professionnels	Australie

Traitement IndexPresse.

LEXIQUE

- **Business angel**

Investisseur individuel apportant un soutien financier à des start-up, et parfois son expertise, son expérience et son réseau dans le domaine concerné.

- **Marketplace**

Place de marché en ligne, généraliste ou spécialisée, référençant de nombreux produits proposés par des acteurs tiers. Elle officie en tant qu'intermédiaire mais peut aussi développer ses propres offres.

- **Love money**

Lors du lancement ou des premières années d'une start-up, argent récolté auprès de la famille, des proches et des connaissances des fondateurs pour financer le projet.

- **Rétrofit électrique**

Opération de conversion d'un véhicule thermique en véhicule électrique. Les modes de transport à propulsion mécanique comme les vélos peuvent aussi être concernés par l'ajout d'une motorisation électrique.

SOURCES UTILISÉES

Askenazi Bruno, "CertiDeal lève 8 millions d'euros pour déployer son modèle en Europe", *lesechos.fr*, 23 avril 2020

Askenazi Bruno, "Hexamobile mise sur la communication pour faire face à la crise", *lesechos.fr*, 26 mai 2021

Balenieri Raphaël, "Les smartphones pliables, un défi pour le reconditionnement", *lesechos.fr*, 24 décembre 2021

Balenieri Raphaël, "Recommerce tombe dans l'escarcelle de Boulanger", *lesechos.fr*, 7 février 2022

Barbot Lamia, "En Île-de-France, le télétravail donne un coup de pouce à l'informatique reconditionnée", *lesechos.fr*, 15 mars 2022

Barbot Lamia, "Yvelines : Econocom ouvre un centre de réparation du matériel informatique", *lesechos.fr*, 5 mars 2022

Beaujon Agathe, "La vérité sur... la face cachée du reconditionné", *Challenges*, 13 avril 2022, p.60-61

Beghin Xavier, "Pimp my Bike. Des cycles... upcyclés !", *Trends*, 19 mai 2022, p.39

Berrima Assiya, "Upway lève 25 millions de dollars pour déployer sa plateforme de vélos électriques reconditionnés", *frenchweb.fr*, 1^{er} juin 2022

Bigot Jeanne, "Yvelines : Envie Trappes, spécialiste du reconditionnement d'électroménager, a le vent en poupe", *lesechos.fr*, 9 juin 2022

Blancheton Muriel, "Cazoo France veut créer son écosystème après-vente", *auto-zepros.fr*, 1^{er} avril 2022

Boero Alexandre, "WeFix (Fnac Darty) devient un Centre de Services Agréés Apple, découvrez ce que cela change pour vous", *clubic.com*, 21 mars 2022

Bonhomme-Allard Yelen, "Emil Frey France et BCAuto Enchères vont ouvrir quatre CRVO en France d'ici à 2024", *Auto Infos*, novembre 2021, p.30-31

Boudet Antoine, "Ce que Recommerce a appris de sa levée de fonds de 50 millions d'euros", *maddyness.com*, 6 mars 2019

Bouleau Claire, "Back Market vise 70 % de son activité hors de France d'ici trois ans", *Challenges*, 14 juin 2018, p.38

Bouleau Claire, "Smaart imprime sa marque dans le téléphone reconditionné", *Challenges*, 13 juin 2019, p.43

Bouniol Guillaume, "Chez Renault, la voiture du futur sera... reconditionnée", *ouest-france.fr*, 2 décembre 2021

Bregeras Guillaume, "Back Market, le hub de revente de produits reconditionnés, lève 7 millions", *lesechos.fr*, 2 mai 2017

Brunet Olivier, "Largo : succès de l'introduction en Bourse sur Euronext Growth", *toutsurmesfinances.com*, 6 avril 2021

Chartier Mathieu, "Produits reconditionnés. Un marché qui se développe en France", *Courrier cadres*, mai-juin 2022, p.126-127

Chauvot Myriam, "Les fonds d'aide à la réparation des produits électriques se dessine", *lesechos.fr*, 16 juin 2022

Cognasse Olivier, "Smaart, la seconde vie des smartphones", *L'Usine nouvelle*, 8 octobre 2020, p.54-55

Confolant Anne, "E-commerce : le spécialiste allemande de l'occasion ReBuy lève des fonds auprès d'Iris Capital", *itespresso.fr*, 20 mars 2013

Corot Léna, "Back Market lève 450 millions d'euros pour renforcer sa position sur le secteur du reconditionnement", *usine-digitale.fr*, 11 janvier 2022

SOURCES UTILISÉES

Corot Léna, "Refurbed lève 54 millions de dollars pour concurrencer Back Market", *usine-digitale.fr*, 5 août 2021

Cosman Oana, "Recommerce acquies Romanian startup Fenix.co and French firm Deal Certify to step up European expansion", *start-up.ro*, 1^{er} juillet 2021

Croiset Laure, "CertiDeal accélère avec ses smartphones reconditionnés", *Challenges*, 24 mars 2022, p.57

Da Veiga Léo, "Vesto lève plus d'un million d'euros pour déménager et recruter", *lesechos.fr*, 2 décembre 2021

Dèbes Florian, "Econocom accélère dans l'informatique reconditionnée en rachetant Smaaart", *lesechos.fr*, 20 avril 2022

Delpont Léa, "Trotinettes électriques : le spécialiste des batteries Doctobike rejoint GreenRiders Group", *lesechos.fr*, 13 janvier 2022

Deneux Mickaël, "Rakuten lance sa solution de rachat immédiat", *LSA*, 24 octobre 2019, p.78

Deneux Mickaël, "Rue du Commerce garantit reprise et recyclage pendant un an", *LSA*, 7 novembre 2019, p.47

Doche Audric, "Le marché de l'automobile d'occasion en grande forme en 2021", *automobile-magazine.fr*, 3 janvier 2022

Dumoulin Stéphane, "Recommerce, le roi du smartphone reconditionné, veut doubler de taille", *lesechos.fr*, 6 février 2018

Epitropakis Roman, "Le mobilier de bureau reconditionné acquiert enfin ses lettres de noblesse", *usinenouvelle.com*, 7 juin 2022

Fortin Pierre, "Back Market, le champion français du reconditionné", *lesechos.fr*, 30 mai 2021

Galera Jean-Pierre, "Numérique durable : penser le reconditionné en circuit court", *siecldigital.fr*, 21 décembre 2021

Gamberini Giuletta, "CertiDeal, le reconditionneur de smartphones français qui convoite l'Europe", *latribune.fr*, 5 décembre 2017

Gicquel Jérôme, "Saint-Malo : avec leur site Quel Bon Plan, ils misent sur le reconditionné 100 % français", *20minutes.fr*, 23 novembre 2021

Houzelle Chantal, "Recommerce : une levée de fonds de taille pour donner une seconde vie aux mobiles et tablettes", *lesechos.fr*, 14 mars 2013

Jourdan Nathalie, "YesYes joue la carte phygitale pour repêcher les déçus du reconditionnement", *latribune.fr*, 27 janvier 2022

Kapela Jean-Baptiste, "L'irrésistible séduction du smart repair", *Le Journal de l'Automobile*, juin 2021, p.64-66, 68

Karayan Raphaële, "Castorama lance une boutique de produits reconditionnés sur Back Market", *usine-digitale.fr*, 25 février 2022

Karayan Raphaële, "Smartphones reconditionnés : l'État débloque 15 millions d'euros et va créer un label", *usine-digitale.fr*, 15 mars 2022

Landré Benoît, "Aramis Group. Forte hausse des ventes de véhicules reconditionnés", *pro.largus.fr*, 17 mai 2022

Landré Benoît, "Stellantis accélère dans le reconditionnement VO en rachetant Stimcar", *pro.largus.fr*, 20 janvier 2022

Landré Benoît, "Voitures d'occasion. Renault va lancer la plateforme Heycar en France", *pro.largus.fr*, 14 septembre 2021

SOURCES UTILISÉES

- Latieule Sylvie, "Foeth veut démocratiser le second usage sur le marché français", *Infochimie magazine*, octobre 2020, p.30-31
- Legueltel Philippe, "Remade Group au bord du gouffre", *lesechos.fr*, 16 septembre 2019
- Legueltel Philippe, "YesYes va reconditionner les téléphones d'Orange", *lesechos.fr*, 29 mars 2022
- Lelièvre Adrien, "Upway, la start-up qui veut démocratiser les vélos électriques reconditionnés", *lesechos.fr*, 30 novembre 2021
- Leroy Catherine, "Renault reconvertit son site historique de Flins", *Le Journal de l'Automobile*, décembre 2021, p.56-58
- Mignard Sylvie, "Lormauto redonne une vie électrique aux voitures âgées", *lejournaldesentreprises.com*, 17 décembre 2021
- Mora André, "Découvrez comment cet entrepreneur a réussi à sauver sa boîte", *capital.fr*, 23 juin 2017
- Pérou Justine, "Aramis grandit en Europe avec CarSuperMarket et veut entrer en Bourse", *pro.largus.fr*, 9 mars 2021
- Picard Magali, "Boulangier donne à voir ses engagements écolos", *LSA*, 14 avril 2022, p.22-23
- Picard Magali, "Hubside Store veut bousculer la tech", *LSA*, 26 janvier 2021, p.24
- Picard Magali, "Le smartphone reconditionné, eldorado ou bulle ?", *LSA*, 5 décembre 2019, p.22-25
- Picard Magali, "Les acteurs du reconditionné en ordre de bataille", *LSA*, 14 octobre 2021, p.20-22, 24
- Picard Magali, "Recommerce rachète deux start-up", *lsa-conso.fr*, 1^{er} juillet 2021
- Picard Magali, "Sadri Fegaier, le self-made-man de la téléphonie", *LSA*, 18 février 2021, p.18-19
- Pitaut Christophe, "Indice de réparabilité : de nouveaux produits seront bientôt concernés", *lesechos.fr*, 13 juin 2022
- Planus Anthony, "Taktak. Quand vendre sa voiture devient 'aussi facile que commander une pizza'", *Trends*, 31 mars 2022, p.60-61
- Pradier Loïc, "Carwatt fait du retrofit en prolongeant la vie des batteries", *leshorizons.net*, 5 octobre 2021
- Quenette Amanda, Tardivon-Lorizon Elvire, "Les téléphones et tablettes reconditionnés entrent dans le champ de la copie privée", *Option finance*, 3 janvier 2022, p.50
- Raffin Gredy, "Groupe Bodemer : la mise en condition", *Le Journal de l'Automobile*, juin 2021, p.24-26
- Rolland Sylvain, "Back Market, champion français du reconditionné, lève 110 millions d'euros et brille pendant la crise", *latribune.fr*, 5 mai 2020
- Sigot Françoise, "Après les distributeurs, les industriels s'essaient à la seconde main", *lesechos.fr*, 4 janvier 2022
- Sigot Françoise, "Codeo se diversifie dans le recyclage des équipements informatiques", *lesechos.fr*, 1^{er} septembre 2021
- Sigot Françoise, "Puériculture : Babymoov s'essaie au reconditionné", *lesechos.fr*, 4 janvier 2022
- Soyez Fabien, "Comment la pénurie et la pandémie stimulent le reconditionné et l'occasion", *cnetfrance.fr*, 12 novembre 2021
- Taffin Anne, "Quel Bon Plan se rêve en alternative à Back Market", *maddyness.com*, 8 novembre 2021
- Thual Frédéric, "Acteur de l'économie circulaire, Largo entre en Bourse", *latribune.fr*, 9 avril 2021
- Thual Frédéric, "Armor Print Solutions veut être le Back Market européen des cartouches et imprimantes"

SOURCES UTILISÉES

reconditionnées", *latribune.fr*, 11 juin 2022

Treilles Clarisse, "Renault étend ses services de mobilité et acquiert la plateforme Bipi", *zdnnet.fr*, 28 juillet 2021

Tridon Céline, "Murfy veut renforcer sa présence et lève 8 millions d'euros", *beaboss.fr*, 15 octobre 2020

Varandat Marie, "Save Market industrialise la revalorisation des parcs IT", *IT for Business*, septembre 2021, p.53

Wong Camille, "Pour ou contre taxer les appareils reconditionnés pour aider la culture ?", *lesechos.fr*, 11 février 2021

"Automobile d'occasion : Stellantis & You investit le reconditionnement en reprenant Stimcar", *Auto Infos*, février 2022, p.14

"Des vêtements venus de la mer", *Environnement Magazine*, mai-juin 2020, p.30

"Hexamobile veut lever 5 millions d'euros pour prendre position sur le marché du reconditionné", *lejournaldesentreprises.com*, 24 mars 2021

"Kazoo : lumière sur une LOA d'électroménager", *Le Courrier du meuble et de l'habitat*, 11 mars 2022, p.10

"La crise fait le bonheur du reconditionné", *Challenges*, 4 juin 2020, p.36

"La start-up Save annonce son placement en redressement judiciaire", *frenchweb.fr*, 11 juillet 2016

"Le boom de l'occasion. La seconde main passe la première", *Entreprendre*, novembre 2021, p.58-59

"Le marché du smartphone reconditionné : comment réinjecter dans l'économie l'or qui dort dans nos tiroirs", *bfmtv.com*, 30 novembre 2021

"Le mariage entre Fnac Darty et WeFix prend corps", *LSA*, 21 février 2019, p.18

"L'entreprise normande YesYes lève 2,7 millions d'euros de fonds", *gazettenormandie.fr*, 13 juillet 2021

"Marché automobile de l'occasion : les chiffres clés de 2020", *pro.largus.fr*, 12 janvier 2021

"Mobile Club surfe sur le leasing. Le petit futé du loueur de smartphones", *Entreprendre*, 1er juillet 2019, p.43

"MS Automobiles, le reconditionnement de voitures, un grand pas écologique", *auto-moto.com*, 21 février 2022

"'Nous prévoyons une première levée de fonds pour 2023' (Amine Ben Aballah, Hexamobile)", *theworldnews.net*, 11 mars 2022

"Phone Recycle Solution : l'expert du reconditionnement de produits électroniques 100 % made in France", *latribune.fr*, 12 novembre 2020

"Pièces auto d'occasion : le marché de la réparation en pleine explosion", *lesechos.fr*, 17 août 2021

"ReBuy lève 21 millions d'euros auprès d'investisseurs internationaux", *next-finance.net*, mars 2018

"Refurbed lève 54 millions de dollars en série B pour créer l'Amazon des produits reconditionnés", *finyear.com*, 13 septembre 2021

"Renault mise sur l'économie circulaire à Flins", *Le Nouvel Économiste*, 24 décembre 2021, p.15, 17

"Seconde main. L'avènement de l'acheteur vendeur", *Sites commerciaux*, mars 2022, p.34-37

"Sursis pour Remade, la start-up aux 200 millions d'euros, avant liquidation", *frenchweb.fr*, 2 décembre 2019

"Teebike vise le reconditionnement de bicyclettes", *latribune.fr*, 24 juin 2021

La collection IndexPresse *Business Etude*

Comment accéder à des données fiables, pertinentes et surtout synthétisées, alors que l'information n'a jamais été aussi accessible en apparence ?

Voilà une question à laquelle sont confrontés quotidiennement les décideurs dans les entreprises lorsqu'il s'agit de prendre les bonnes décisions.

C'est pourquoi nous avons créé la collection **IndexPresse Business Etude**, des études sectorielles complètes, réalisées à partir des plus grands titres de la presse

économique et professionnelle. En s'appuyant sur des informations fiables et de qualité, les études d'IndexPresse offrent des synthèses analytiques et éclairées sur les secteurs d'activité émergents ou en mutation.

Vous aurez ainsi toutes les clés en main pour accompagner votre réflexion stratégique, en vous appuyant sur l'examen des enjeux de votre marché, afin d'anticiper ses évolutions et valider, ou modifier, votre positionnement dans le jeu concurrentiel.

IndexPresse *Business Etude*

Date de parution - juin 2022.



Renaud HAMMAMY

renaud.hamamy@indexpresse.fr

Auteur

Étude rédigée en collaboration avec Justine CARREL

Porteur de bénéfices tant financiers qu'écologiques, le reconditionnement connaît un développement croissant. À l'origine centré sur les smartphones et les voitures, il se déploie à présent dans une multitude de domaines et se structure autour d'acteurs historiques majeurs : distributeurs généralistes, enseignes spécialisées, constructeurs, etc. Des marques plus modestes gravitent également dans cet écosystème, se positionnant en variant les modèles économiques, les cibles et les canaux de distribution, en quête de croissance et de pérennité sur un marché amené à prendre de l'ampleur.

De l'électroménager à l'informatique, quels sont les nouveaux domaines concernés par le reconditionnement ? Comment l'évolution de la réglementation impacte-t-elle le secteur ? Dans quelle mesure le marché est-il entré dans une phase de consolidation ? Comment les importantes levées de fonds ont-elles accéléré ce phénomène ? Quels investissements réalisent les constructeurs et les concessionnaires automobiles pour renforcer leurs capacités de reconditionnement ? Se limiter à un approvisionnement français d'appareils usagés est-il un argument pertinent pour se différencier ? En quoi le retrofit électrique constitue-t-il un reconditionnement particulier ?

Cette étude apporte des éléments de réponse et de réflexion pour comprendre les enjeux et les perspectives du secteur, décrypter les modèles de développement à potentiel et identifier les orientations stratégiques pour se positionner dans le jeu concurrentiel.

Photo de couverture : © Parilov Evgeniy



IndexPresse

IndexPresse
19 rue René Thomas
38000 Grenoble
Tél. 04 76 92 05 25
indexpresse@indexpresse.fr