

Seconde main :

**Pourquoi Amazon et Vinted
tentent-ils une incursion dans
le luxe ?**



Porté par le contexte économique et la conscience durable, le marché de la seconde main est en forte croissance

SEGMENT LUXE

20%

Part de la seconde main dans les revenus des entreprises de luxe d'ici 2030



Investissement

- Popularité des éditions limitées/vintage
- Hausse des prix qui renforce la spéculation



Confiance

- Services d'authentification et de traçabilité des produits qui limitent les risques de contrefaçon

GLOBAL

105 MD\$

Valeur du marché de la seconde main dans le monde en 2023



Sens

- Montée de la conscience durable notamment dans le secteur de la mode, intensifiée lors de la pandémie de Covid-19



Economie

- Baisse du pouvoir d'achat incitant les consommateurs à se tourner vers des alternatives plus accessibles



Accessibilité

- Démocratisation de l'accès grâce aux différentes plateformes

Un marché à faible marge qui pousse les acteurs « mainstream » à premiumiser leur offre

1/2

Marges structurellement faibles



Faible consentement à payer des consommateurs



OPEX élevés en lien avec la technologie et l'expérience client



+ inflation (hausse des charges financières notamment)

Un marché à faible marge qui pousse les acteurs « mainstream » à premiumiser leur offre

2/2

Un marché polarisé qui incite les acteurs généralistes à aller chercher davantage de valeur



Amazon et Vinted ont ainsi récemment accéléré leur incursion sur le segment luxe via différents modèles

1/2

amazon

PARTENARIAT

« **Luxury Stores** » : sections sur Amazon, où sont vendus les articles de luxe, en collaboration avec des marketplaces du Luxe

- **2020 :**
Lancement des « **Luxury Stores** » aux États-Unis
- **2022 :**
 - Déploiement en Europe
 - Élargissement de l'offre aux États-Unis aux produits de luxe de seconde main, via une collaboration avec What Goes Around Comes, une marketplace indépendante spécialisée dans les articles de seconde main haut-de-gamme
- **2024 :**
Élargissement de l'offre en Europe via un partenariat avec Hardly Ever Worn It (HEWI), une plateforme britannique de luxe de seconde main

COLLABORATION WIN-WIN



Amazon

- Positionnement marché de la seconde main de luxe
- Chiffre d'affaires complémentaire
- Authentification des articles réalisée par le partenaire



Partenaires

- Visibilité accrue
- Cible élargie
- Accès aux différents services Amazon et l'infrastructure logistique



Amazon et Vinted ont ainsi récemment accéléré leur incursion sur le segment luxe via différents modèles

2/2

Vinted

ACQUISITION

Rebelle : start-up allemande spécialisée dans la revente d'articles et accessoires de mode d'occasion haut-de-gamme, fondée en 2013

- **2022 :**
Rachat de Rebelle
- **2024 :**
Intégration avec migration des utilisateurs et des fonctionnalités, y compris le service d'authentification des articles

LOGIQUE D'ENRICHISSEMENT DE L'OFFRE

+ Vinted

- Gain de crédibilité sur le marché du luxe de seconde main
- Elargissement de la base de clients
- Offre enrichie de services
- Augmentation du panier moyen



Et capitalisent sur leurs assets technologiques pour jouer le rôle de tiers de confiance

amazon

Vinted

- ✓ Interface épurée et identifiable
- ✓ Authentification des articles systématique et automatique
- ✓ Parcours fluide, simple et efficace

- ✗ Arborescence complexe
- ✗ Ne répond pas aux codes du luxe (mise en avant des produits etc.)



- ✓ Service d'authentification opéré par Vinted à la demande de l'acheteur en aval de l'achat
- ✓ Distinction des articles de luxe (par un diamant bleu visible sur l'annonce)
- ✓ Parcours fluide, simple et efficace

- ✗ Détérioration de l'expérience client : action supplémentaire du client, allongement du délai de livraison total du vendeur à l'acheteur et contrepartie financière (10€)
- ✗ Produits « noyés » dans la masse sans véritable distinction particulière



Ces initiatives demeurent encore timides et ne suffisent pas à répondre aux exigences et codes du secteur du luxe



ADN Luxe

- Offre composée exclusivement de produits de luxe
- Interface et expérience reprenant les codes du luxe
- Partenariats avec des marques de luxe et/ou des célébrités influentes



Engagement durable

- Business model cohérent avec les valeurs éco-responsables de la seconde main
- Engagement dans des initiatives durables
- Rôle de prescripteur et d'éducateur dans le domaine de la mode durable



Communauté

- Cible spécifique
- Communauté forte attachée à la « marque » et animée régulièrement



Confiance

- Service d'authentification performant garantissant l'absence de contrefaçons
- Tiers de confiance garantissant la sécurité des transactions entre particuliers

Vestiaire
Collective

Vinted

amazon



Pour autant, face à cette concurrence, les acteurs de la seconde main de luxe sont contraints de réagir

1/2

Exemple vestiaire collective

1

S'adapter en se mettant au niveau des standards

Améliorer l'expérience client

- Réduction des délais de livraison pour les acheteurs choisissant la livraison en direct sans service d'authentification
- Baisse des commissions

Pour autant, face à cette concurrence, **2/2** les acteurs de la seconde main de luxe sont contraints de réagir

Exemple Vestiaire Collective

2

Se différencier en renforçant ses assets

Renforcer le positionnement luxe

Restriction du portefeuille de marques


ADN LUXE


COMMUNAUTÉ

Concrétiser et renforcer la relation avec ses clients

Participation au Concious Festival, ce qui lui a permis de fortifier le lien avec ses membres

Agir pour l'environnement

Lancement de programmes tels que « **Collective for Change** », mettant en lumière des acteurs de la mode responsable


ENGAGEMENT DURABLE


CONFIANCE

Maximiser la transparence avec ses clients

Révélation des détails de son processus d'authentification digital



Et d'accélérer leur course à la taille critique afin de devenir (enfin) rentables

Vinted est devenu rentable en 2023

Les autres acteurs accélèrent la course du passage à l'échelle

- 1 Expansion géographique
- 2 Une croissance des ventes à périmètre constant
- 3 Diversification des sources de revenus
- 4 Augmentation du panier moyen via la premiumisation de l'offre
- 5 Optimisation des coûts (notamment via des économies d'échelle)
- 6 Internalisation de la chaîne de valeur (Vinted Go)

"Vestiaire Collective a lancé une campagne de financement participatif avec l'objectif ambitieux d'atteindre la rentabilité d'ici la fin de 2024. Cette initiative vise à soutenir la croissance de l'entreprise et à renforcer sa position sur le marché"

Pole Société



**Vous souhaitez en savoir plus
sur le sujet et notre expertise
Luxe ?**



Contactez-nous

contact@thinkmarket.fr



Retrouvez Thinkmarket sur :

