

# PANORAMA DE LA DEUXIÈME VIE DES PRODUITS EN FRANCE

INVENTAIRE DES STRUCTURES DE RÉEMPLOI ET DE  
RÉUTILISATION

ACTUALISATION 2014

Octobre 2014

Étude réalisée pour le compte de l'ADEME par BIO Intelligence Service S.A.S. (Mathieu HESTIN –  
Victoire ESCALON – Pierre BEURET – Lydie MARTIN) & Cap3c (Jean-Pierre DUMOULIN)

Contrat n° 1302C0077

**Coordination technique** : Marie HERVIER-COLLAS & Sylvain SOURISSEAU - Service Produits &  
Efficacité Matière – Direction Economie Circulaire et Déchets - ADEME Angers



---

**RAPPORT FINAL**

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier les membres du Comité de Pilotage de l'étude pour les éléments qu'ils ont apportés ainsi que pour leur relecture attentive :

Camille LECOMTE – Amis de la Terre  
Stéphanie MABILEAU – Emmaüs  
Suzanne LABORDE – Envie  
Elodie CHABERT – L'Heureux Cyclage  
Nathalie MAYOUX – Réseau des Ressourceries  
Marie POURCHOT – MEDDE

Nous remercions également l'ensemble des experts, des professionnels et des représentants de leur secteur qui ont contribué à cette étude, notamment :

Marie HUDRY – Agenda des Brocantes  
Justine JOURDAIN – CNEI  
Jade GRELAUD – CNLRQ  
Guillaume DESOMBRE – Info-brocantes.com  
Virginie COLONNIER-POIREL – Leboncoin.fr  
Patrick GASSELAIN – La Caverne des Particuliers  
Leslie SAMOT – La Croix Rouge Française  
Jean NOWICKI & Frédéric CHAPILLON – SNCAO  
Anne-Sophie JOURDAN – Trocathlon  
Sébastien TOUCHAIS – TrocTribu.com  
Caroline PORTES – Tissons la solidarité  
Ulrike BESSE – UNEA DEEE  
Valérie GUILLARD – Université Paris-Dauphine  
Dominique ROUX – Université Paris Sud  
Francis CAPAFONS – Ustom 33

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par la caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

# SOMMAIRE

SOMMAIRE.....	3
TABLE DES FIGURES .....	4
TABLE DES TABLEAUX .....	8
RESUME.....	11
<b>I. CONTEXTE ET METHODOLOGIE.....</b>	<b>12</b>
I.1. CONTEXTE DE L'ETUDE .....	12
I.2. OBJECTIFS .....	12
I.3. METHODOLOGIE ET CHAMP DE L'ETUDE .....	13
I.4. LEXIQUE 17	
<b>II. PANORAMA DES ACTEURS .....</b>	<b>23</b>
II.1. LES ACTEURS DE L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE .....	23
LES ACTEURS DE L'OCCASION.....	46
<b>III. RECENSEMENT DES ACTEURS DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION.....</b>	<b>63</b>
III.1. OBJECTIFS ET CHAMP DE L'ANNUAIRE.....	63
III.2. METHODOLOGIE.....	64
III.3. ANALYSE DES RESULTATS OBTENUS.....	64
III.4. ANALYSE DE LA REPARTITION GEOGRAPHIQUE.....	68
III.5. DEFINITION D'UN MAILLAGE OPPORTUN.....	74
<b>IV. POIDS ECONOMIQUE DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION EN FRANCE ET IMPACT DU SECTEUR SUR LA PRODUCTION DE DECHETS.....</b>	<b>79</b>
IV.1. METHODOLOGIE.....	79
IV.2. POIDS ECONOMIQUE DU SECTEUR .....	83
IV.3. IMPACT SUR LA PRODUCTION DE DECHETS .....	90
<b>V. BILAN, TENDANCES D'EVOLUTION ET RECOMMANDATIONS POUR LE DEVELOPPEMENT DES ACTIVITES DE REEMPLOI ET REUTILISATION EN FRANCE .....</b>	<b>101</b>
V.1. BILAN DES ACTIONS MENEES DEPUIS 2012.....	101
V.2. TENDANCES D'EVOLUTION ET FREINS IDENTIFIES EN 2014 .....	106
V.3. RECOMMANDATIONS 2014 .....	112
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>118</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>119</b>
ANNEXE I   METHODOLOGIE DE RECENSEMENT .....	120
ANNEXE II   SONDAGE REALISE AUPRES DES RESEAUX SECONDAIRES ET INDEPENDANTS .....	123
ANNEXE III   FICHES DETAILLEES DES ACTEURS DU SECTEUR DE L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE.....	128
ANNEXE IV   FICHES DETAILLEES DES ACTEURS DU SECTEUR DE L'OCCASION .....	240
ANNEXE V   REPRESENTATIONS SCHEMATIQUES .....	318

# TABLE DES FIGURES

<i>Figure 1 – Circuit du réemploi et de la réutilisation : Exemple d'un ordinateur appartenant à un particulier.....</i>	<i>13</i>
<i>Figure 2 - Les catégories d'acteurs étudiées .....</i>	<i>16</i>
<i>Figure 3 - Méthodologie employée .....</i>	<i>17</i>
<i>Figure 4 - Le principe de la règle des « 4P » .....</i>	<i>20</i>
<i>Figure 5 - Chaîne de valeur des activités de réemploi et de réutilisation de l'ESS : exemple d'un ordinateur.....</i>	<i>23</i>
<i>Figure 6 – Les flux d'échanges de produits dans le cadre des activités de réemploi et de réutilisation des acteurs de l'ESS.....</i>	<i>24</i>
<i>Figure 7 – La filière de réemploi et de réutilisation du secteur de l'ESS : flux de produits et financiers .....</i>	<i>25</i>
<i>Figure 8 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein d'Emmaüs entre 2008 et 2012 .....</i>	<i>27</i>
<i>Figure 9 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Emmaüs entre 2008 et 2012 .....</i>	<i>27</i>
<i>Figure 10 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein du Réseau des Ressourceries entre 2010 et 2013.....</i>	<i>30</i>
<i>Figure 11 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein du Réseau des Ressourceries entre 2010 et 2013.....</i>	<i>30</i>
<i>Figure 12 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein d'Envie entre 2008 et 2013 .....</i>	<i>33</i>
<i>Figure 13 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Envie entre 2008 et 2013 .....</i>	<i>33</i>
<i>Figure 14 - Evolution du CA au sein de Tissons la solidarité entre 2012 et 2013.....</i>	<i>38</i>
<i>Figure 15 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein de Tissons la solidarité entre 2012 et 2013.....</i>	<i>38</i>
<i>Figure 16 - Chaîne de valeur des activités de réemploi et de réutilisation des structures de l'occasion : exemple de l'ordinateur.....</i>	<i>46</i>
<i>Figure 17 – Les flux d'échanges de produits dans le cadre des activités de réemploi des acteurs de l'occasion .</i>	<i>47</i>
<i>Figure 18 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>49</i>
<i>Figure 19 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>49</i>
<i>Figure 20 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>49</i>
<i>Figure 21 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>49</i>
<i>Figure 22 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de revendeurs entre 2011 et 2013.....</i>	<i>53</i>
<i>Figure 23 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de dépôts-vente entre 2011 et 2013.....</i>	<i>57</i>
<i>Figure 24 - Répartition des acteurs de l'ESS et du marché de l'occasion .....</i>	<i>66</i>
<i>Figure 25 - Répartition des structures de l'ESS au sein des réseaux.....</i>	<i>67</i>
<i>Figure 26 - Répartition des structures du marché de l'occasion au sein des réseaux .....</i>	<i>67</i>

<i>Figure 27 - Nombre de structures de réemploi et réutilisation concernées par les différentes catégories de produits parmi les 5607 structures référencées dans l'annuaire en 2014.....</i>	<i>68</i>
<i>Figure 28 - Facteurs de répartition géographique des catégories d'acteurs du réemploi et de la réutilisation.....</i>	<i>69</i>
<i>Figure 29 - Méthodologie de collecte des données .....</i>	<i>82</i>
<i>Figure 30 - Répartition du chiffre d'affaires lié au réemploi et à la réutilisation entre le secteur de l'ESS et de l'occasion en 2013.....</i>	<i>83</i>
<i>Figure 31 - Répartition des effectifs occupés par les activités de réemploi et de réutilisation entre le secteur de l'ESS et de l'occasion en 2013 .....</i>	<i>83</i>
<i>Figure 32 - Bilan économique du secteur de l'Economie Sociale et Solidaire en 2013 .....</i>	<i>84</i>
<i>Figure 33 - Evolution du CA lié au réemploi et à la réutilisation au sein du secteur de l'ESS entre 2011 et 2013, à périmètre constant.....</i>	<i>84</i>
<i>Figure 34 - Evolution de l'effectif total lié au réemploi et à la réutilisation au sein du secteur de l'ESS entre 2011 et 2013, à périmètre constant.....</i>	<i>84</i>
<i>Figure 35 - Bilan économique du secteur de l'occasion en 2013.....</i>	<i>85</i>
<i>Figure 36 -Évolution du CA lié au réemploi au sein du secteur de l'occasion entre 2011 et 2013 (hors vides-greniers/brocantes).....</i>	<i>86</i>
<i>Figure 37 - Evolution des effectifs liés au réemploi au sein du secteur de l'occasion entre 2011 et 2013 (hors vides-greniers/brocantes .....</i>	<i>86</i>
<i>Figure 38 - Méthode de traitements des données pour la quantification des biens arrivés en fin de vie et des déchets évités.....</i>	<i>90</i>
<i>Figure 39 - Bilan des quantités de biens collectés puis réemployés et réutilisés au sein du secteur de l'ESS en 2013 .....</i>	<i>93</i>
<i>Figure 40 - Evolution des quantités de biens collectées puis réemployés et réutilisés au sein du secteur de l'ESS entre 2011 et 2013, à périmètre constant.....</i>	<i>93</i>
<i>Figure 41 - Bilan des quantités de biens mis en vente puis vendus au sein du secteur de l'occasion en 2013.....</i>	<i>95</i>
<i>Figure 42 - Evolution des quantités de biens collectées puis réemployés et réutilisés au sein du secteur de l'occasion entre 2011 et 2013, à périmètre constant .....</i>	<i>95</i>
<i>Figure 43 - Sources et méthodologies de calcul pour les sites d'annonces en ligne .....</i>	<i>96</i>
<i>Figure 44- Sources et méthodologies de calcul pour les places de marché.....</i>	<i>96</i>
<i>Figure 45 - Sources et méthodologies de calcul pour les revendeurs .....</i>	<i>96</i>
<i>Figure 46 - Sources et méthodologies de calcul pour les dépôts-vente .....</i>	<i>97</i>
<i>Figure 47 - Panorama chiffré des activités de réemploi et de réutilisation, secteur de l'ESS et de l'occasion confondus.....</i>	<i>99</i>
<i>Figure 48 - Panorama chiffré des activités de réemploi et de réutilisation du secteur de l'ESS .....</i>	<i>99</i>
<i>Figure 49 - Panorama chiffré des activités de réemploi du marché de l'occasion .....</i>	<i>100</i>
<i>Figure 50 - Structure du réseau Emmaüs.....</i>	<i>133</i>
<i>Figure 51 - Répartition géographique des structures Emmaüs.....</i>	<i>134</i>
<i>Figure 52 - Répartition et évolution de l'effectif en ETP au sein du réseau EMMAÛS sur la période 2008 - 2012 .....</i>	<i>135</i>
<i>Figure 53 – Répartition des flux collectés au sein du réseau EMMAÛS pour l'année 2012 .....</i>	<i>140</i>
<i>Figure 54 - Salle de vente de la communauté Emmaüs de Nantes.....</i>	<i>143</i>
<i>Figure 55 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein d'Emmaüs entre 2008 et 2012 .....</i>	<i>145</i>

<i>Figure 56- Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Emmaüs entre 2008 et 2012 .....</i>	<i>145</i>
<i>Figure 57 - Répartition géographique des structures Envie sur le territoire en 2011 .....</i>	<i>153</i>
<i>Figure 58 - Répartition des produits vendus par ENVIE en 2013 en nombre d'unités .....</i>	<i>157</i>
<i>Figure 59 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein d'Envie entre 2008 et 2013 .....</i>	<i>159</i>
<i>Figure 60 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Envie entre 2008 et 2013 .....</i>	<i>159</i>
<i>Figure 61 - Répartition des structures au sein du Réseau des Ressourceries .....</i>	<i>168</i>
<i>Figure 62 - Répartition du nombre de structures au sein du Réseau des Ressourceries .....</i>	<i>170</i>
<i>Figure 63 : Répartition géographique des Ressourceries (sièges sociaux) sur le territoire en 2012 .....</i>	<i>171</i>
<i>Figure 64 - Territoires d'intervention des Ressourceries en nombre d'habitants sur l'année 2012 .....</i>	<i>172</i>
<i>Figure 65 - Evolution de l'effectif entre 2010 et 2013 au sein du Réseau des Ressourceries .....</i>	<i>173</i>
<i>Figure 66 - Evolution des flux collectés en tonnes au sein du réseau des Ressourceries entre 2010 et 2012 ....</i>	<i>176</i>
<i>Figure 67 - Répartition du chiffre d'affaires par catégories de produits en 2012 .....</i>	<i>177</i>
<i>Figure 68 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein du Réseau des Ressourceries entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>180</i>
<i>Figure 69 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein du Réseau des Ressourceries entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>180</i>
<i>Figure 70 - Répartition géographique des ateliers vélos .....</i>	<i>188</i>
<i>Figure 71 : Part de l'autofinancement dans les structures du réseau en 2012 .....</i>	<i>197</i>
<i>Figure 72 - Répartition géographique des structures du réseau Tissons la Solidarité en 2013 .....</i>	<i>198</i>
<i>Figure 73 - Répartition des ressources travaillant au sein du réseau Tissons la solidarité par type de poste en 2013 .....</i>	<i>199</i>
<i>Figure 74 - Répartition des ressources travaillant au sein du réseau Tissons la solidarité par genre en 2013 ...</i>	<i>199</i>
<i>Figure 75 - Evolution du CA au sein de Tissons la solidarité entre 2012 et 2013 .....</i>	<i>202</i>
<i>Figure 76 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein de Tissons la solidarité entre 2012 et 2013 .....</i>	<i>202</i>
<i>Figure 77 - Répartition des quantités de biens mis en vente par les sites internet de mise en relation en 2013 ..</i>	<i>249</i>
<i>Figure 78 - Répartition des quantités de biens mis en vente en 2013 en nombre d'unités sur le Bon Coin par catégories de biens .....</i>	<i>249</i>
<i>Figure 79 - Répartition des quantités de biens mis en vente en 2013 en nombre d'unités sur eBay par catégories de biens .....</i>	<i>249</i>
<i>Figure 80 - Sources et méthodologies de calcul pour les sites d'annonces en ligne .....</i>	<i>251</i>
<i>Figure 81 - Sources et méthodologies de calcul pour les places de marché .....</i>	<i>251</i>
<i>Figure 82 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>254</i>
<i>Figure 83 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>254</i>
<i>Figure 84 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>255</i>
<i>Figure 85 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013 .....</i>	<i>255</i>

<i>Figure 86 - Principaux mouvements au sein des réseaux de dépôt-vente et d'achat-vente.....</i>	<i>261</i>
<i>Figure 87 - Répartition géographique des revendeurs en France en 2014 .....</i>	<i>266</i>
<i>Figure 88 - Répartition de l'offre Cash Converters proposée via Toutcash.com.....</i>	<i>269</i>
<i>Figure 89 - Répartition de l'offre par Cash Express par types de biens, en 2011 .....</i>	<i>269</i>
<i>Figure 90 - Sources et méthodologies de calcul pour les principaux réseaux de dépôts-vente .....</i>	<i>273</i>
<i>Figure 91 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de revendeurs entre 2011 et 2013.....</i>	<i>276</i>
<i>Figure 92 - Répartition géographique des dépôts-ventes en France en 2014.....</i>	<i>284</i>
<i>Figure 93 - Sources et méthodologies de calcul pour les principaux réseaux de dépôts-vente .....</i>	<i>289</i>
<i>Figure 94 - Répartition des ventes de la Caverne des Particuliers en pourcentage du chiffre d'affaires, en 2011 .....</i>	<i>290</i>
<i>Figure 95 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de dépôts-vente entre 2011 et 2013.....</i>	<i>293</i>
<i>Figure 96 - Sources et méthodologies de calcul pour le volume monétaire associé aux ventes de déballage par des particuliers .....</i>	<i>304</i>
<i>Figure 97 - Répartition géographique des structures physiques des brocanteurs en France en 2014.....</i>	<i>305</i>
<i>Figure 98 : Saisonnalité des ventes au déballage sur une année d'après info-brocantes.com .....</i>	<i>306</i>
<i>Figure 99 - Sources et méthodologies de calcul pour les quantités d'objets mis en vente dans les ventes au déballage.....</i>	<i>309</i>
<i>Figure 100 - Sources et méthodologies de calcul pour les quantités d'objets vendus dans les ventes au déballage .....</i>	<i>313</i>
<i>Figure 101 - L'action des particuliers au cœur des structures de réemploi et de réutilisation.....</i>	<i>318</i>
<i>Figure 102 - les bénéfices environnementaux du réemploi et de la réutilisation au long du cycle de vie des produits.....</i>	<i>319</i>

## TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 - Champ du panorama 2014 (produits inclus et exclus).....	14
Tableau 2 - Evolution du nombre de structures recensées dans l'annuaire .....	65
Tableau 3 - Evolution du taux de remplissage des informations de l'annuaire entre 2012 et 2014 .....	65
Tableau 4 - Présentation du Tableau de bord 2014 .....	81
Tableau 5 - Résultats des extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur de l'ESS en 2013 .....	83
Tableau 6 - Recensement des métiers liés aux activités de réemploi et de réutilisation au sein des structures de l'ESS.....	87
Tableau 7 - Calcul des quantités en fin de vie des biens couverts par une filière REP .....	91
Tableau 8 - Calcul des quantités en fin de vie des biens hors filières REP .....	92
Tableau 9 - Destination des biens non réemployés et réutilisés au sein des principaux réseaux spécialisés interrogés.....	94
Tableau 10 - évaluation des recommandations transversales par l'ensemble des acteurs .....	101
Tableau 11 - Évaluation des recommandations spécifiques au secteur de l'ESS par les acteurs de ce secteur. ....	102
Tableau 12 - Bilan de l'évaluation des recommandations par les acteurs de l'ESS.....	104
Tableau 13 - Évaluation de la recommandation spécifique au secteur de l'occasion par les acteurs de ce secteur .....	104
Tableau 14 - Bilan de l'évaluation des recommandations par les acteurs de l'ESS.....	105
Tableau 15 - Répartition des types de biens en tonnages en fonction des acteurs de l'ESS .....	108
Tableau 16 - Répartition des types de biens en nombre d'unités en fonction des acteurs de l'occasion .....	109
Tableau 17 - Répartition des appels par catégories d'acteurs.....	123
Tableau 18 - Nombre final de réponses .....	123
Tableau 19 - Extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur de l'ESS .....	124
Tableau 20 - Extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur des revendeurs .....	125
Tableau 21 - Extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur des Dépôts-vente.....	126
Tableau 22 - Extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur de l'ESS .....	127
Tableau 23 - Chiffre d'affaires et produits vendus par Emmaüs sur la période 2009 - 2012 .....	132
Tableau 24 - Nombre de structures présentes dans les différentes branches d'Emmaüs France en 2008, 2010 et 2013 .....	133
Tableau 25 - Evolution de la répartition des tonnages collectés entre 2008, 2010 et 2012.....	138
Tableau 26 - Répartition des flux vendus par catégories de produits en 2012 .....	140
Tableau 27 - Répartition et évolution des flux collectés au sein du réseau EMMAÜS sur la période 2008 – 2012 .....	141
Tableau 28 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012.....	147
Tableau 29 - Chiffre d'affaire d'Envie ERG au titre du réemploi/réutilisation depuis 2008.....	152
Tableau 30 - Effectifs d'Envie ERG au titre du réemploi/réutilisation depuis 2008 .....	154
Tableau 31 - Répartition des flux d'approvisionnement par source en tonnes depuis 2009.....	156



<i>Tableau 32 - Evolution des ventes de EEE et DEEE entre 2011 et 2013 au global, par structure et par magasin</i>	156
<i>Tableau 33 - L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012</i>	161
<i>Tableau 34 - Evolution du chiffre d'affaires des membres du Réseau des Ressourceries</i>	169
<i>Tableau 35 - Estimation des effectifs au sein du Réseau des Ressourceries en 2013</i>	172
<i>Tableau 36 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012</i>	182
<i>Tableau 37 - Chiffre d'affaires</i>	187
<i>Tableau 38 - Nombre de structures présentes dans les différentes branches de L'Heureux Cyclage</i>	187
<i>Tableau 39 - Emplois au sein du réseau L'Heureux Cyclage</i>	188
<i>Tableau 40 - Flux réemployés</i>	190
<i>Tableau 41- Les principaux indicateurs d'évolution de L'Heureux Cyclage</i>	190
<i>Tableau 42 - L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012</i>	192
<i>Tableau 43 - Evolution du chiffre d'affaires des membres du Réseau Tissons la Solidarité</i>	197
<i>Tableau 44 - Evolution de la répartition des tonnages collectés entre 2012 et 2013</i>	201
<i>Tableau 45 : Répartition des flux collectés en 2012 et 2013</i>	201
<i>Tableau 46 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012</i>	203
<i>Tableau 47 : L'évolution des structures de réemploi et de réutilisation de la Croix-Rouge française entre 2010 et 2013</i>	210
<i>Tableau 48 : Estimation du nombre de structures pratiquant du réemploi en 2014 dans les œuvres caritatives</i>	212
<i>Tableau 49 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012</i>	228
<i>Tableau 50 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012</i>	238
<i>Tableau 51 - Evolution du chiffre d'affaires des sites d'annonces au titre des activités de réemploi entre 2010 et 2013</i>	246
<i>Tableau 52 - Evolution du chiffre d'affaires des places de marché au titre des activités de réemploi entre 2010 et 2013</i>	246
<i>Tableau 53 - Classement des sites d'annonces gratuites par nombre d'annonces en janvier 2013</i>	246
<i>Tableau 54 - Evolution de l'effectif total occupé par les activités de réemploi entre 2010 et 2013</i>	247
<i>Tableau 55 - Evolution des quantités totales de biens mis en vente sur les sites internet de mise en relation entre 2010 et 2013</i>	251
<i>Tableau 56 : Composition de l'audience de Leboncoin.fr en % par rapport à l'audience type en France, janvier 2012 (source : Médiamétrie)</i>	254
<i>Tableau 57 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012</i>	257
<i>Tableau 58 - Evolution entre 2011 et 2013 du chiffre d'affaires sous enseigne et lié à l'occasion des principaux réseaux de revendeurs</i>	263
<i>Tableau 59 - Evolution entre 2011 et 2013 du nombre de structures des principaux réseaux de revendeurs</i>	264
<i>Tableau 60 - Evolution entre 2011 et 2013 du nombre de personnes occupées par l'occasion au sein des principaux réseaux de revendeurs</i>	267

<i>Tableau 61 - Différences entre les offres des dépôts-ventes et des revendeurs (+ : présence dans l'offre, +++ : offre la plus/moins développée).....</i>	<i>271</i>
<i>Tableau 62 - Evolution entre 2011 et 2013 des flux de vente liés à l'occasion par les principaux réseaux de revendeurs.....</i>	<i>272</i>
<i>Tableau 63 - Commissions appliquées par deux des principaux réseaux de dépôt-vente en 2010 et 2012. ....</i>	<i>281</i>
<i>Tableau 64 - Evolution entre 2011 et 2013 du chiffre d'affaires des principaux réseaux de dépôts-ventes lié à l'occasion.....</i>	<i>282</i>
<i>Tableau 65 - Evolution entre 2011 et 2013 du nombre de structures des principaux réseaux de dépôts-ventes</i>	<i>283</i>
<i>Tableau 66 - Evolution entre 2011 et 2013 du nombre de personnes occupées par l'occasion au sein des principaux réseaux de dépôts-ventes.....</i>	<i>285</i>
<i>Tableau 67 - Evolution entre 2011 et 2013 des flux de vente liés à l'occasion par les principaux réseaux de dépôts-ventes.....</i>	<i>288</i>
<i>Tableau 68 - Nombre de ventes au déballage par type de manifestation en 2013.....</i>	<i>304</i>
<i>Tableau 69 - Nombre d'exposants par type de manifestation en 2013.....</i>	<i>307</i>
<i>Tableau 70 -- Estimation de la présence des différents types de biens sur les vide-greniers en 2011.....</i>	<i>311</i>
<i>Tableau 71 - Ventes d'objets dans les ventes au déballage et par les brocanteurs.....</i>	<i>312</i>

## RESUME

Cette étude est une actualisation du « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisé en 2012. Elle a pour objectif, d'une part, de faire l'état des lieux des activités qui permettent de donner une deuxième vie aux produits en France, et, d'autre part, de connaître les facteurs et tendances d'évolution depuis lors.

Les activités couvertes par le champ de l'étude sont le réemploi et la réutilisation : ces deux activités visent à donner une deuxième vie aux produits usagés et permettent ainsi de retarder l'apparition des déchets. Les acteurs du réemploi et de la réutilisation sont principalement issus du secteur de l'occasion et du secteur de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS).

Ce rapport présente ces deux secteurs et leur mode de fonctionnement au travers d'un panorama des différents acteurs qui les composent et d'un recensement des structures concernées en France et dans les DOM. Le poids économique de chaque secteur ainsi que les quantités de déchets évités grâce à leurs activités sont également quantifiés.

L'étude permet enfin de mettre en lumière les évolutions de l'activité de réemploi et de réutilisation en France depuis 2012, d'identifier les freins qui subsistent en 2014 au développement de cette activité, et de dessiner sept pistes d'actions afin de lever ces freins.

Ce document est destiné à toute personne intéressée par la connaissance des acteurs de la deuxième vie des produits en France, ou par le thème de la prévention des déchets.

---

*The present study is an update of the "Overview of product reuse in France" carried out in 2012. Its main objectives are, on the one hand, to take stock of the various activities which are contributing to give a new life to discarded products in France and, on the other hand, to identify most recent evolution factors and trends.*

*This report focuses on reuse activities, which aim at extending the life of used products, and thereby participate in waste prevention. Reuse economic actors come from the second-hand and social economy sectors.*

*The report presents these two sectors through an overview of involved actors and an inventory of relevant organisations operating in France and its overseas districts. The economic weight of each sector, as well as the quantities of waste which their activities help preventing are also quantified.*

*The analysis that follows finally sheds light on the development of product reuse in France since 2010, identifies the obstacles which still exist in 2012, and proposes seven paths of action to remove those obstacles.*

*This document is addressed to any individual wishing to find out who the instigators of a product's second life can be in France, or interested in the issue of waste prevention.*

---

Mots clés : réemploi, réutilisation, occasion, Economie Sociale et Solidaire, prévention des déchets

Key words: reuse, second-hand, social economy, waste prevention

# I. CONTEXTE ET METHODOLOGIE

## I.1. CONTEXTE DE L'ETUDE

**Les activités de réemploi et de réutilisation**, en offrant une nouvelle vie à un produit dont le propriétaire souhaite se défaire, permettent de :

- prolonger la durée de vie des produits ;
- retarder l'apparition des déchets ;
- limiter la consommation de ressources, en évitant ou en retardant l'achat.

La directive européenne 2008/98/CE du 19 novembre 2008, qui hiérarchise les solutions de gestion des déchets à privilégier, place la prévention des déchets (dont le réemploi fait partie) en première position ; et l'article L. 541 – 1 de l'ordonnance déchets parue en décembre 2010, qui définit et hiérarchise les grandes étapes de la gestion des déchets, place la réutilisation en deuxième position juste devant le recyclage.

Une étude réalisée pour le compte de l'ADEME en 2010, puis en 2012, a permis de dresser un panorama de l'offre de réemploi en France, de recenser les acteurs du réemploi et d'identifier un certain nombre de freins au développement de cette activité. Cette étude a également conduit à la mise en place d'un tableau de bord, dans le cadre des soutiens apportés par l'ADEME à la politique de prévention des déchets.

La version 2012 de l'étude – « Panorama de la deuxième vie des produits en France », ADEME, octobre 2012 – est disponible sur le site de l'ADEME à l'adresse suivante :

<http://www2.ademe.fr/servlet/getDoc?id=85561&p1=30&ref=12441>.

Ce rapport constitue la nouvelle mise à jour, deux ans plus tard, de ces travaux.

## I.2. OBJECTIFS

La présente étude vise donc à répondre aux questions suivantes :

- quel est l'état des activités de réemploi et de réutilisation en France (métiers, acteurs, etc.) ?
- quels sont les facteurs et les tendances d'évolution ?

Pour ce faire, les objectifs suivants ont été poursuivis :

- mettre à jour le tableau de bord de suivi de l'offre de réemploi et de réutilisation en France ;
- réaliser une analyse comparative des données de l'étude 2010 et 2012 avec les dernières données disponibles ;
- évaluer les enjeux économiques, d'emploi et les quantités de déchets évitées par grandes catégories de produits ;
- évaluer les recommandations réalisées en 2012, identifier les tendances d'évolution entre 2012 et 2014 ainsi que les freins à l'activité ;
- mettre à jour l'« annuaire » des structures de réemploi et de réutilisation ;
- analyser la répartition géographique des structures ;
- formuler des recommandations afin de soutenir les activités de réemploi et de réutilisation ;

## I.3. METHODOLOGIE ET CHAMP DE L'ETUDE

### I.3.1. CHAMP DE L'ETUDE

#### I.3.1.1 REEMPLOI ET REUTILISATION

Les activités couvertes par le champ de l'étude sont le réemploi et la réutilisation. Ces deux modes de gestion se distinguent par le passage ou non du bien en fin de vie par le statut de déchet (voir Figure 1 ci-après).

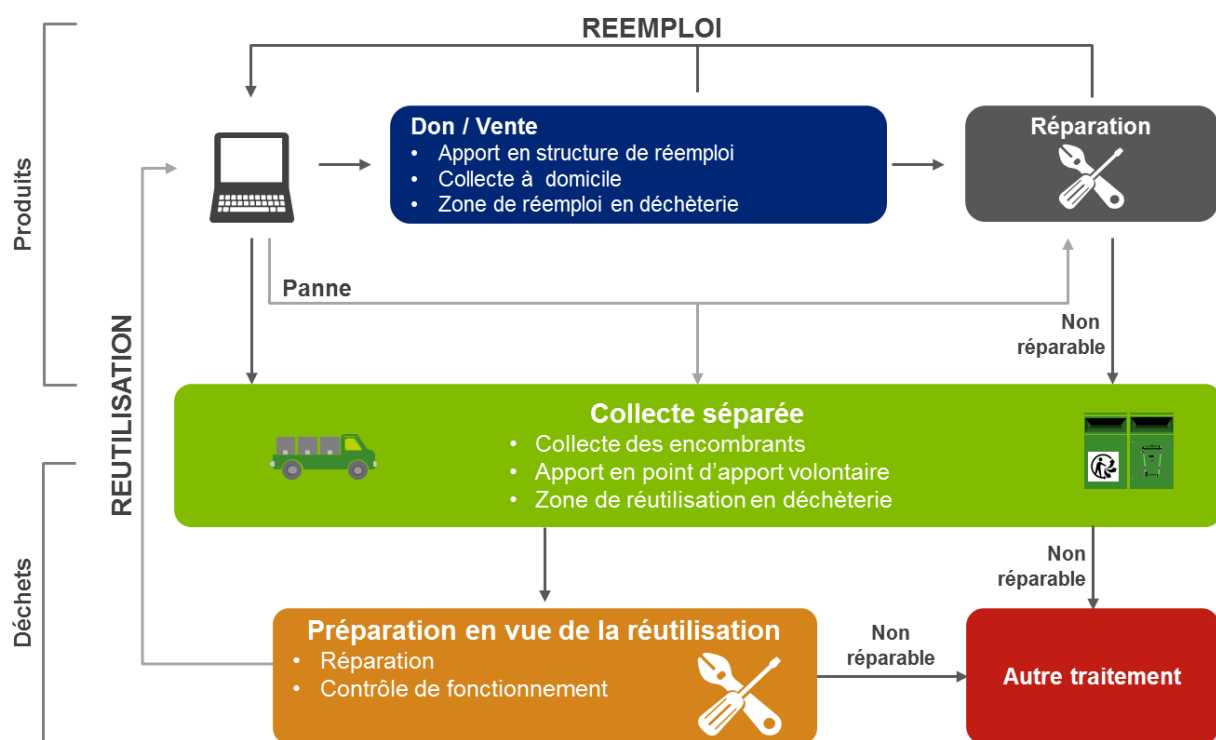


Figure 1 – Circuit du réemploi et de la réutilisation : Exemple d'un ordinateur appartenant à un particulier

#### I.3.1.2 TYPOLOGIE DES PRODUITS

L'ensemble des **produits susceptibles de faire l'objet d'un marché de l'occasion** et considérés dans le prolongement des études déjà menées, comme « produits ménagers », ont été intégrés dans le champ de l'étude.

Dès lors, les outils de production industrielle, les biens immobiliers, les moyens de transport motorisés ainsi que toutes les pièces détachées s'y afférant, n'ont pas été retenus dans le périmètre de l'étude.











De même, les antiquités, les bijoux ont pour leur part été exclus dans un souci de considérer des biens n'ayant pas une valeur marchande importante faisant d'eux l'objet de secteurs de l'occasion spécifiques.

La typologie est reprise de l'étude 2012 « Panorama de la deuxième vie des produits en France », avec deux ajustements :

- « Mobilier et décoration » est scindé en 2 catégories Mobilier et « Bibelots/Vaisselle/Décoration »
- Equipements de loisir (hors EEE) est scindé en 2 catégories « Cycles/Vélos » et « Equipements de loisir (hors EEE) »

A noter, que les sous-catégories « jouets » et « instruments de musique » concernent les objets hors Equipements Electriques et Electroniques qui constituent une catégorie à part. Cette typologie est représentée ci-après dans le Tableau 1.

**Tableau 1 - Champ du panorama 2014 (produits inclus et exclus)**

Catégorie	Produits
<b>Equipements Electriques et Electroniques (EEE)</b> (GEM <sup>1</sup> froid et hors froid, PEM <sup>2</sup> , écrans, audiovisuel, informatique)	
<b>Produits textiles</b> (vêtements, maroquinerie, linge de maison, chaussures)	
<b>Mobilier</b> (tables, armoires, chaises)	
<b>Bibelots/Vaisselle/Décoration</b>	
<b>Livres, cassettes, CD, DVD</b> (livres, revues, BD, CD, DVD, cassettes)	
<b>Cycles/Vélos</b> (vélos pour adulte, Vélos pour enfant)	
<b>Equipements de loisirs</b> (instruments de musique, jeux et jouets, équipements de sports, vélos)	
<b>Outillage</b> (bricolage, jardinage)	
<b>Autres</b> (puériculture, paramédical, divers)	
<b>Objets exclus</b> (outils de production industrielle, moyens de transport motorisés, biens de transport motorisés, antiquités, bijoux)	

### I.3.1.3 TYPOLOGIE DES ACTEURS DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION :

La typologie des acteurs adoptée en 2012 a été conservée pour l'étude 2014 avec deux modifications :

- les journaux de petites annonces ne sont plus étudiés car leur part de marché est désormais négligeable ;
- les acteurs de l'insertion ont été scindés en 2 catégories « les réseaux d'acteurs de l'IAE (Insertion par l'Activité Economique) » et « les réseaux d'EA (Entreprise Adaptée) et ESAT (Etablissement et Service d'Aide par le Travail) ».

<sup>1</sup> GEM : Gros électroménager

<sup>2</sup> PEM : Petit électroménager

Les acteurs suivants ont fait l'objet d'un bilan approfondi au cours de l'étude 2014 (voir

Figure 2) :

- Les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire<sup>3</sup>
  - les réseaux d'acteurs spécialisés dans le réemploi et la réutilisation : Emmaüs, Réseau des Ressourceries, Envie, L'Heureux Cyclage, Tissons La Solidarité ;
  - les œuvres caritatives ;
  - les réseaux d'acteurs de l'IAE ;
  - les réseaux d'EA et ESAT.
- Les acteurs de l'occasion :
  - les sites internet de mise en relation ;
  - les dépôts-vente ;
  - les revendeurs ;
  - les vide-greniers et brocantes.

Dans le cadre du Chapitre IV Poids économique du réemploi et de la réutilisation en France et impact du secteur sur la production de déchets, une distinction sera faite entre les réseaux principaux, les réseaux secondaires et les indépendants, acteurs n'appartenant à aucun réseau. La distinction entre les réseaux principaux et réseaux secondaires est valable uniquement dans le cadre de ce rapport. Les réseaux principaux sont ceux cités dans le Chapitre II Panorama des acteurs tandis que les réseaux qualifiés de secondaires sont par opposition absents de cette partie. Certains sont toutefois cités dans le Chapitre III Recensement des acteurs du réemploi et de la réutilisation.

La majorité des membres des réseaux d'acteurs de l'IAE exerçant des activités de réemploi et de réutilisation sont également membres de réseaux spécialisés. Les réseaux d'acteurs de l'IAE sont tout de même traités séparément afin de comprendre leur rôle et les spécificités des acteurs de l'insertion.

Les journaux papier de petites annonces ont quasiment disparu. Comme en 2012, Spir Communication est le seul acteur majeur aux côtés d'indépendants locaux, et possède la marque de presse papier TOP déclinée en 96 versions locales. La part de marché de Top sur le secteur des sites internet de mise en relation a été estimée inférieure à 1%, donc négligeable. Cette catégorie d'acteurs ne sera donc pas étudiée.

Les acteurs du réemploi et de la réutilisation incluent d'autres types d'acteurs dont la part de marché est négligeable, par exemple les sites de dons, de troc ou encore les enseignes spécialisées dans la vente de certains biens neufs et se positionnant actuellement sur le marché de la vente de biens d'occasion. Ceux-ci sont mentionnés à plusieurs reprises mais ne font pas l'objet d'une analyse approfondie.

---

<sup>3</sup> L'Economie Sociale et Solidaire rassemble les structures qui cherchent à concilier activité économique et utilité sociale.  
Source : <http://www.economie.gouv.fr/economie-sociale-et-solidaire-de-quoi-parle-t-on>

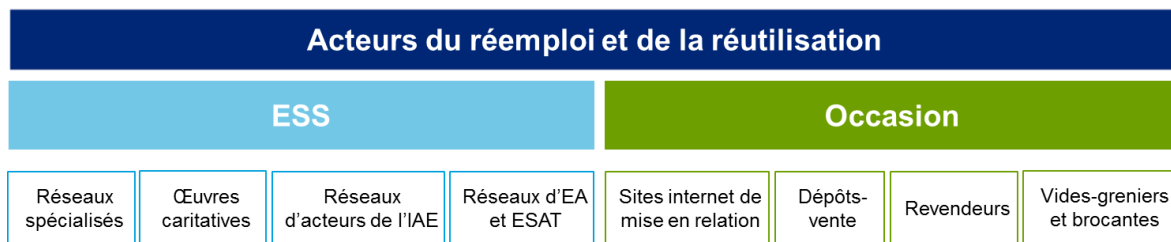


Figure 2 - Les catégories d'acteurs étudiées

### 1.3.2. DEROULEMENT DE L'ETUDE

Cette étude comporte quatre volets qui ont été menés en parallèle. Chaque volet a permis de nourrir et de mettre en regard les résultats des autres volets (voir Figure 3).

Le **panorama des acteurs du réemploi et de la réutilisation** a été réalisé à partir de chaque fiche acteur placée en ANNEXE III et ANNEXE IV et synthétisées dans le Chapitre II Panorama des acteurs. Ces fiches ont été travaillées à partir de celles établies pour l'étude 2010 et 2012. Chacune d'entre elles a été actualisée et enrichie grâce aux entretiens menés auprès des professionnels et des experts du secteur, ainsi qu'aux données extraites de sources bibliographiques sur le sujet.

Pour être mis à jour, l'**annuaire** a fait l'objet d'une méthodologie de recensement spécifique qui est présentée en Annexe I de ce rapport.

Le **bilan économique** a été réalisé à partir des données intégrées au sein du **tableau de bord**. Le tableau de bord a lui-même été mis à jour grâce aux éléments du Panorama, et aux données complémentaires issues de recherches bibliographiques et à un important travail d'analyse, d'estimation, d'extrapolation et de réconciliation des données.

Enfin, la dernière partie de ce rapport consiste en une analyse transversale des informations recueillies au cours de l'étude. La réflexion présentée dans cette partie a été également enrichie par l'apport de sources ayant un angle de vue complémentaire sur le sujet :

- les membres du Comité de Pilotage ;
- des recherches bibliographiques et des échanges complémentaires, en particulier sur les comportements des consommateurs lors d'achats de biens d'occasion.

L'**analyse transversale** a été déclinée selon trois axes :

- un bilan : les retombées des recommandations de l'étude 2012 ont été étudiées ;
- une analyse des **tendances d'évolution** et des **freins** aux activités de réemploi et de réutilisation ;
- la proposition de **recommandations** pour lever ces freins.



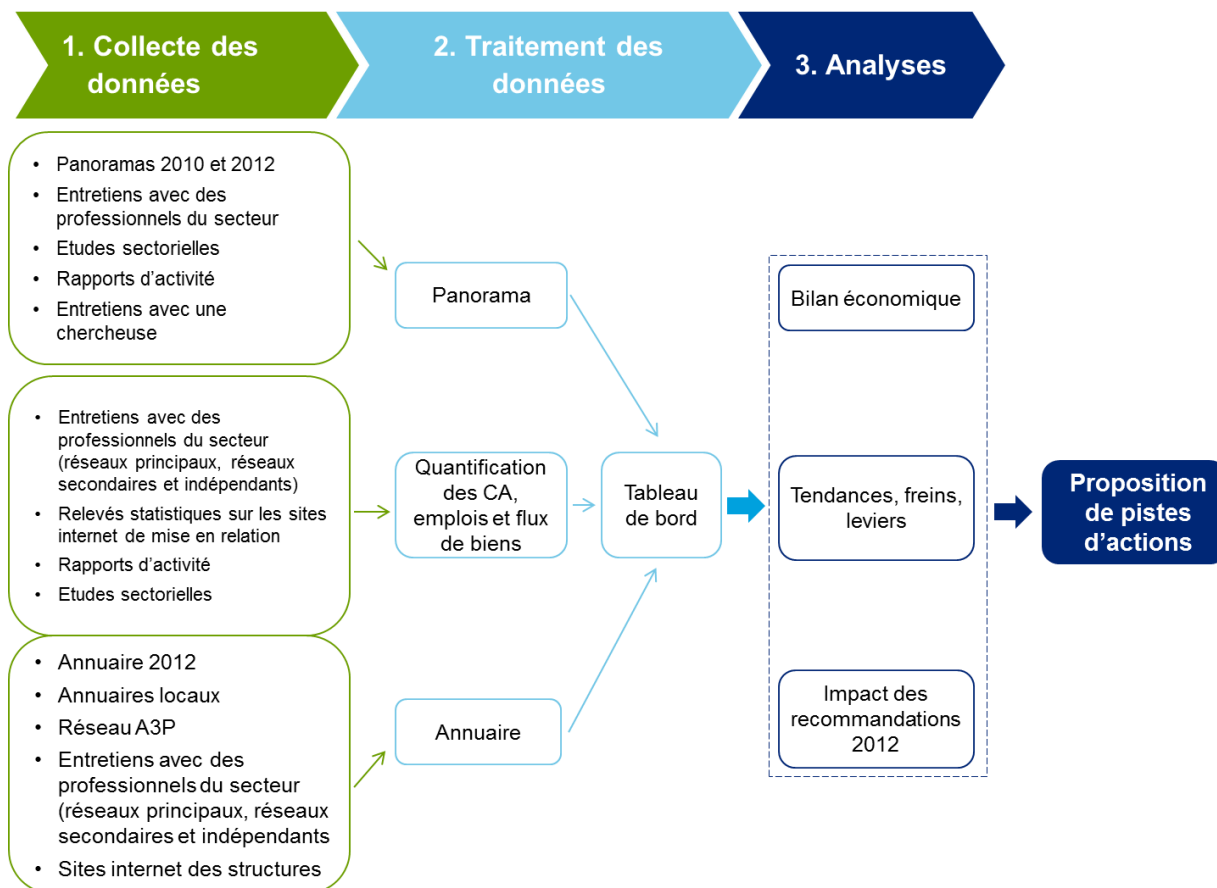


Figure 3 - Méthodologie employée

## I.4. LEXIQUE

### I.4.1. DEFINITIONS

**Acteurs de l'occasion :** rassemble dans le cadre de cette étude, les acteurs pratiquant une activité de réemploi et/ou de réutilisation à visées commerciales et appartenant donc à l'économie « classique » par opposition aux acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire.

**BtoC :** désigne une relation commerciale entre un professionnel et un consommateur, « business to consumer » (du professionnel au consommateur).

**Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation :** revenus issus de la vente de produits réemployés ou réutilisés.

**CtoC :** désigne une relation commerciale s'établissant entre deux consommateurs « consumer to consumer » (du consommateur au consommateur).

**Eco-organisme**<sup>4</sup> : dans le cadre de la Responsabilité Elargie du Producteur (REP), les producteurs peuvent transférer leur responsabilité à un organisme collectif, dénommé éco-organisme, auquel ils adhèrent, et dont ils peuvent éventuellement être actionnaires. En contrepartie, celui-ci perçoit une éco-contribution pour mettre en œuvre une organisation permettant de satisfaire la responsabilité des producteurs notamment l'ensemble des obligations réglementaires. Les producteurs participent directement à la gouvernance de l'éco-organisme.

**Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation**: flux de biens approvisionnant des acteurs réalisant des activités de réemploi et de la réutilisation. Ceux-ci sont également appelés « flux d'approvisionnement » et peuvent être provenir de différentes sources : apport volontaire, ramassage à domicile, déchèterie, vente, etc...

**Indépendant** : un acteur qualifié d'indépendant dans ce rapport est un acteur non affilié à un réseau. Ceux-ci sont à distinguer des acteurs appartenant à des réseaux principaux ou secondaires (voir définition « réseau secondaire »).

**Lieu d'apport** : lieu physique où les citoyens peuvent déposer (donner ou vendre) des biens destinés à avoir une deuxième vie.

**Lieu de recherche** : lieu physique où les citoyens peuvent trouver (à titre gratuit ou onéreux) des biens ayant déjà été utilisés et ainsi leur donner une deuxième vie.

**Master-franchise**<sup>5</sup> : système d'implantation d'un réseau de franchise à l'étranger. L'organisation d'une master-franchise implique trois parties : le franchiseur, le master-franchisé et le junior-franchisé. Deux contrats sont conclus : entre franchiseur et master-franchisé, puis entre master-franchisé et junior-franchisé. Le master-franchisé est la personne en charge de la franchise à l'étranger. Il est en relation permanente avec la tête de réseau. Il détient l'exclusivité du développement de la franchise pour un territoire donné.

**Monopole à frange** : structure de marché où une entreprise contrôle une vaste part du marché, le reste étant représenté par un grand nombre de petites entreprises dans une situation proche de la concurrence pure et parfaite.

**Oligopole à frange** : structure de marché en concurrence imparfaite où un petit nombre de grosses entreprises, formant un oligopole, contrôlent une vaste part du marché, le reste étant représenté par un grand nombre de petites entreprises dans une situation proche de la concurrence pure et parfaite.

**Recyclerie vs ressourcerie** : le terme "**ressourcerie**" est une marque déposée et ne peut pas être utilisée autrement que pour désigner le réseau de la marque. Le terme "**recyclerie**" est à employer. Bien qu'anciennement déposé, il a été, après discussions, laissé dans le domaine public.

La recyclerie est un centre qui a pour vocation de collecter des biens ou équipements encore en état de fonctionnement mais dont les propriétaires souhaitent se séparer, de les remettre en état pour les revendre d'occasion à des personnes ayant des revenus modestes, ou d'en récupérer les matériaux pour l'industrie du recyclage.

**Réemploi** : « toute opération par laquelle des substances, matières ou produits qui ne sont pas des déchets sont utilisés de nouveau pour un usage identique à celui pour lequel ils avaient été conçus » (article L. 541-1-1 du Code de l'environnement).

On considère que c'est l'opération par laquelle un produit est donné ou vendu par son propriétaire initial à un tiers qui, a priori, lui donnera une seconde vie. Contrairement à la réutilisation, dans le

---

<sup>4</sup> La Responsabilité Elargie du Producteur, Panorama, Edition 2011, ADEME

<sup>5</sup> <http://www.lesechosdelafranchise.com/lexique/master-franchise-4086.php>

cadre du réemploi, le produit garde son statut de produit et ne devient à aucun moment un déchet. Ce n'est donc pas un mode de traitement des déchets mais une composante de la prévention.

**Règle des « 4P »<sup>6</sup>** : elle permet de déterminer si une association se situe dans un domaine concurrentiel ou non en se basant sur quatre critères : le produit, le prix, le public visé et la publicité.

**Focus sur la règle des « 4P »** : Les associations, et plus généralement les organismes réputés être sans but lucratif, ne sont pas en principe soumis aux impôts dus par les personnes exerçant une activité économique, aussi appelés impôts commerciaux (notamment la taxe sur la valeur ajoutée, l'impôt sur les sociétés et la taxe professionnelle qui sont les trois principaux impôts commerciaux).

Au cours des vingt dernières années, de nombreuses associations ont développé des activités économiques. Cette évolution a conduit les services fiscaux à publier deux instructions fiscales le 15 septembre 1998 et le 19 février 1999.

Les critères précisés par l'instruction fiscale conduisent à se demander :

► *Si la gestion de l'organisme est désintéressée :*

La loi du 1er juillet 1901, en posant le principe de la liberté d'association, définit l'association comme « la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun d'une façon permanente leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices ».

Cette définition signifie que la démarche de ces personnes doit être désintéressée et que l'organisme n'est pas guidé par la recherche du profit.

Par contre, s'il s'avère que la gestion de l'association est intéressée, l'organisme doit être soumis aux impôts commerciaux.

► *Si l'organisme exerce des activités économiques :*

Il convient alors de regarder s'il entre en concurrence avec le secteur commercial sur un territoire donné. Si tel n'est pas le cas, il n'est pas soumis aux impôts commerciaux.

► *Si l'organisme exerce son activité sur un secteur concurrentiel :*

Il convient d'examiner s'il exerce ses activités selon des modalités de gestion similaires à celles des entreprises. Quatre éléments doivent être pris en compte (règle des « 4 P ») :

- le « Produit » proposé par l'organisme,
- le « Public » visé,
- les « Prix » pratiqués,
- la « Publicité » dont il fait l'objet.

Par exemple, concernant le « Public » visé : sont susceptibles d'être d'utilité sociale les actes payants réalisés principalement au profit de personnes justifiant l'octroi d'avantages particuliers au vu de leur situation économique et sociale (chômeurs, personnes handicapées notamment, ...).

Ce n'est que s'il exerce son activité selon des méthodes similaires à celles des entreprises commerciales, que l'organisme est soumis aux impôts commerciaux de droit commun.

---

<sup>6</sup> Présentation générale de l'instruction, <http://www.cneap.fr/presentation-generale-instruction.html>

S'inscrivant dans une logique de simplification du droit, l'instruction fiscale publiée le 18 décembre 2006 compile l'ensemble des dispositions fiscales relatives aux associations et prend en compte l'évolution législative ou jurisprudentielle récente.

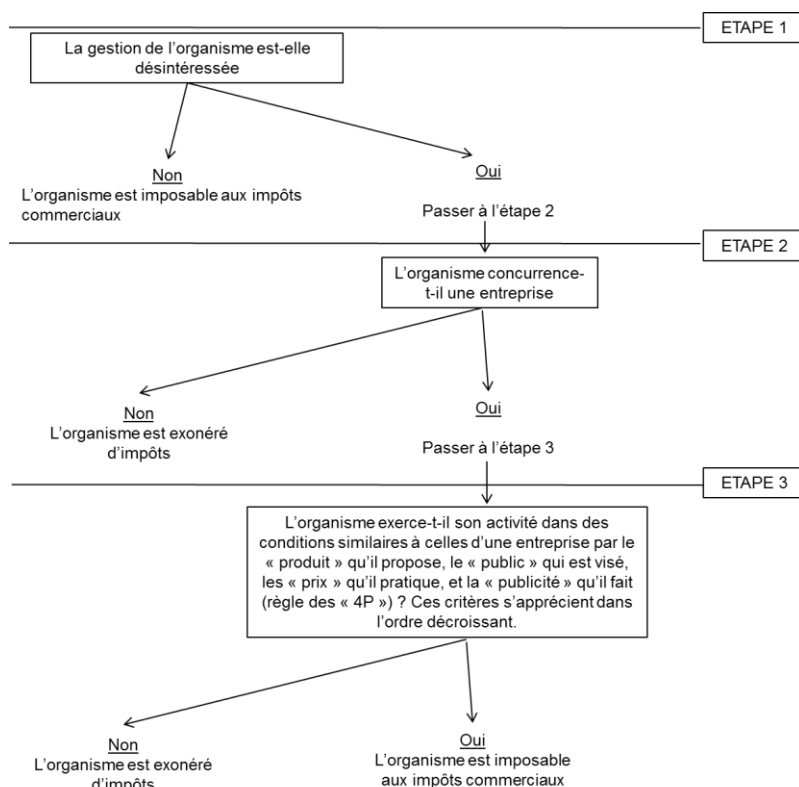


Figure 4 - Le principe de la règle des « 4P »<sup>7</sup>

**Réseau A3P** : le réseau national des Animateurs des Plans et Programmes de Prévention (A3P) des déchets a été mis en place par l'ADEME en 2010. Les programmes locaux de prévention sont gérés par les collectivités dont l'objectif est de parvenir à une diminution des déchets de 7% en cinq ans. Les plans territoriaux de prévention sont gérés au niveau départemental (ou régional pour l'Île-de-France) et leur objectif est de s'assurer que 80% du territoire est couvert par un programme local de prévention. <http://www.cneap.fr/presentation-generale-instruction.html>

**Réseau secondaire** : un réseau qualifié de secondaire dans ce rapport est un réseau d'acteurs exerçant des activités de réemploi et de réutilisation ne faisant pas partie des réseaux cités dans Chapitre 2 Panorama des acteurs. A ceux-ci s'opposent les réseaux principaux.

**Responsabilité Élargie du Producteur**<sup>8</sup> : le principe de la responsabilité élargie du producteur (REP) a été acté par la loi n° 75-633 du 15 juillet 1975 relative à l'élimination des déchets et à la récupération des matériaux (article L. 541-10 du Code de l'environnement). En application de ce principe, les metteurs sur le marché français de produits (les fabricants nationaux, les importateurs et les distributeurs pour les produits de leurs propres marques) ont l'obligation de contribuer ou de pourvoir à la gestion des déchets issus de leurs produits. Ils peuvent remplir leurs obligations :

<sup>7</sup> <http://www.cneap.fr/presentation-generale-instruction.html>

<sup>8</sup> Références, Lexique à l'usage des acteurs de la gestion des déchets, [http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Ref\\_dechets.pdf](http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Ref_dechets.pdf)

- Soit individuellement, par la mise en place d'un système individuel de collecte et de traitement ;
- Soit de manière collective en adhérant et en contribuant à un éco-organisme, auquel ils délèguent leurs obligations.

En pratique, la plupart des metteurs sur le marché choisissent cette dernière solution.

**Réutilisation** : « toute opération par laquelle des substances, matières ou produits qui sont devenus des déchets sont utilisés de nouveau » (article L. 541-1-1 du Code de l'environnement).

Il s'agit d'une opération en plusieurs étapes qui s'amorce lorsque le propriétaire d'un produit usagé s'en défait sans le remettre directement à une structure dont l'objet est le réemploi (dans une borne d'apport volontaire par exemple et hors zone de réemploi dans les déchèteries). Le produit usagé obtient donc un statut de déchet. Ce déchet passe ensuite par une opération de traitement de déchets appelée préparation en vue de la réutilisation lui permettant de retrouver son statut de produit. Il peut alors bénéficier à un détenteur qui lui donnera une seconde vie. A noter que les structures ayant pour activité la réutilisation relèvent de la réglementation ICPE au titre des déchets qu'elles gèrent.

**Revendeur** : acteur de l'occasion qui rachètent les biens « cash », pour les revendre ensuite à leur compte. Contrairement aux dépôts-ventes traditionnels, la transaction se fait directement : le vendeur est payé tout de suite et n'a pas à attendre la vente du bien pour recevoir une contrepartie financière. C'est pour cette raison qu'on trouve aussi le terme « achat cash » pour désigner l'activité des revendeurs.

**Nota bene :**

*Les activités couvertes par le champ de l'étude sont le réemploi et la réutilisation. Ces deux modes de gestion se distinguent par le passage ou non du bien en fin de vie par le statut de déchet.*

### 1.4.2. ACRONYMES

**ACI** : Atelier ou Chantier d'Insertion

**ADEME** : Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

**AFFPA** : Association pour la Formation Professionnelle des Adultes

**ANR** : Agence Nationale de la Recherche

**APE** : Activité Principale Exercée<sup>9</sup>

**APF** : Association des Paralysés de France

**CA** : Chiffre d'Affaires

**CAE** : Contrat d'Aide à l'Emploi

**CAT** : Centre d'Aide par le Travail

**CAVA** : Centres d'Adaptation à la Vie Active

**CDD** : Contrat à Durée Déterminée

**CDI** : Contrat à Durée Indéterminée

**CFA** : Centre de Formation d'Apprentis

**CHRS** : Centres d'Hébergement et de Réinsertion Sociale

**CNEI** : Comité National des Entreprises d'Insertion

**CNLRQ** : Comité National de Liaison des Régions de Quartier

**CNR** : Cercle National du Recyclage

**CRIOC** : Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs (Belgique)

**CSP** : catégorie socioprofessionnelle

**DASS** : Direction des Affaires Sanitaires et Sociales

**DEEE (D3E)** : Déchet d'Equipement Electrique et Electronique

**DGMIC** : Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles

**DIB** : Déchet Industriel Banal

**DOM-TOM** : Départements d'Outre-Mer et Territoires d'Outre-Mer

**DR** : Délégations Régionales (de l'ADEME)

<sup>9</sup> APE, NAF et SIRET sont des acronymes utilisés pour classer les entreprises par l'INSEE

**EA** : Entreprise Adaptée

**EEE** : Equipement Electrique et Electronique

**EI** : Entreprise d'Insertion

**ESAT** : Etablissement et Service d'Aide par le Travail

**ESS** : Economie Sociale et Solidaire

**ETP** : Equivalent Temps Plein

**ETTI** : Entreprise de travail temporaire d'insertion

**FAQ** : Frequently Asked Questions (questions souvent posées), parfois traduit en français par « Foire Aux Questions ».

**FEDEREC** : Fédération de la Récupération, du Recyclage et de la Valorisation

**GEM** : gros électroménager

**IAE** : Insertion par l'Activité Economique

**IRFS** : Inter-Réseaux de la Fibre Solidaire

**NAF** : Nomenclature d'Activités Française<sup>3</sup>

**N.d.** : non disponible

**PAM** : Petit Appareil Ménager

**PEM** : petit électroménager

**REP** : Responsabilité Elargie au Producteur

**RMI** : Revenu Minimum d'Insertion

**SA** : Société Anonyme

**SARL** : Société à Responsabilité Limitée

**SAS** : Société par Action Simplifiée

**SAV** : Service Après-Vente

**SCIC** : Société Coopérative d'Intérêt Collectif

**SCOP** : Société Coopérative Ouvrière de Production

**SIRET** : Système d'Identification du Répertoire des Etablissements<sup>3</sup>

**SNCAO** : Syndicat National du Commerce de l'Antiquité, de l'Occasion et des Galeries d'Art Moderne et Contemporain

**TIG** : Travaux d'Intérêt Général

**TLC** : Textile, Linge de maison, Chaussures

**TMAE** : Technicien de Maintenance en Appareils Electroménagers

**TVA** : Taxe sur la Valeur Ajoutée

**UNEA** : Union Nationale des Entreprises Adaptées

## II. PANORAMA DES ACTEURS

### II.1. LES ACTEURS DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

Les acteurs de l'ESS réalisent à la fois des activités de réemploi et de réutilisation. Comme présenté dans la Figure 5 ci-dessous, ces activités sont relativement similaires d'un type d'acteur à un autre.

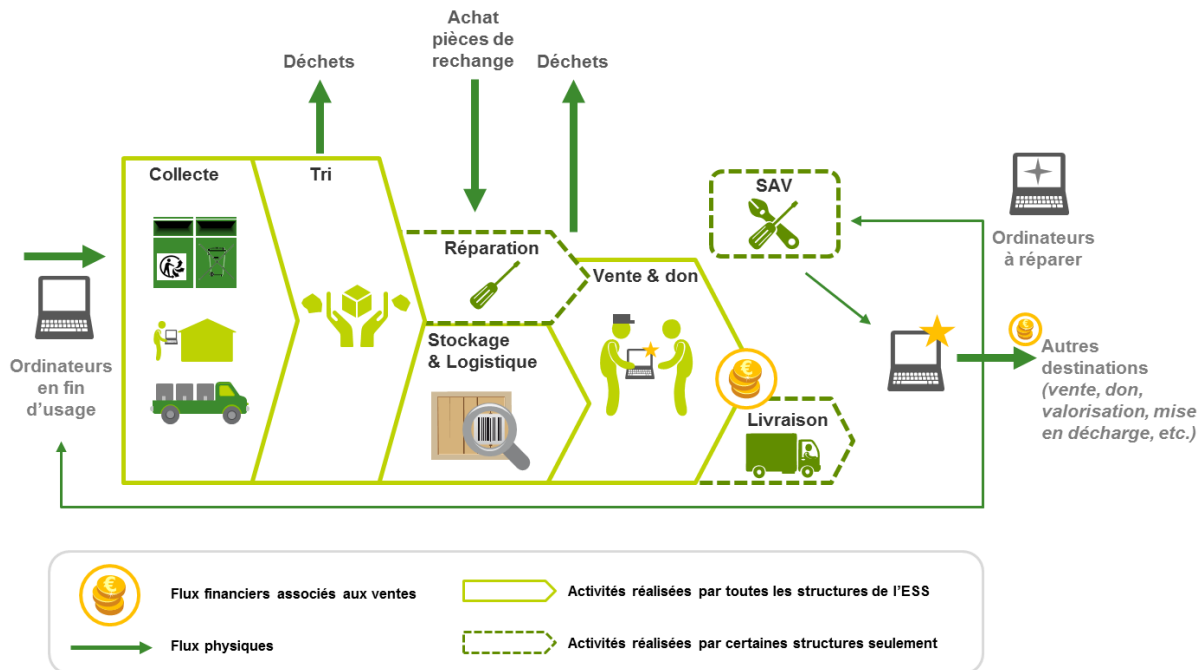
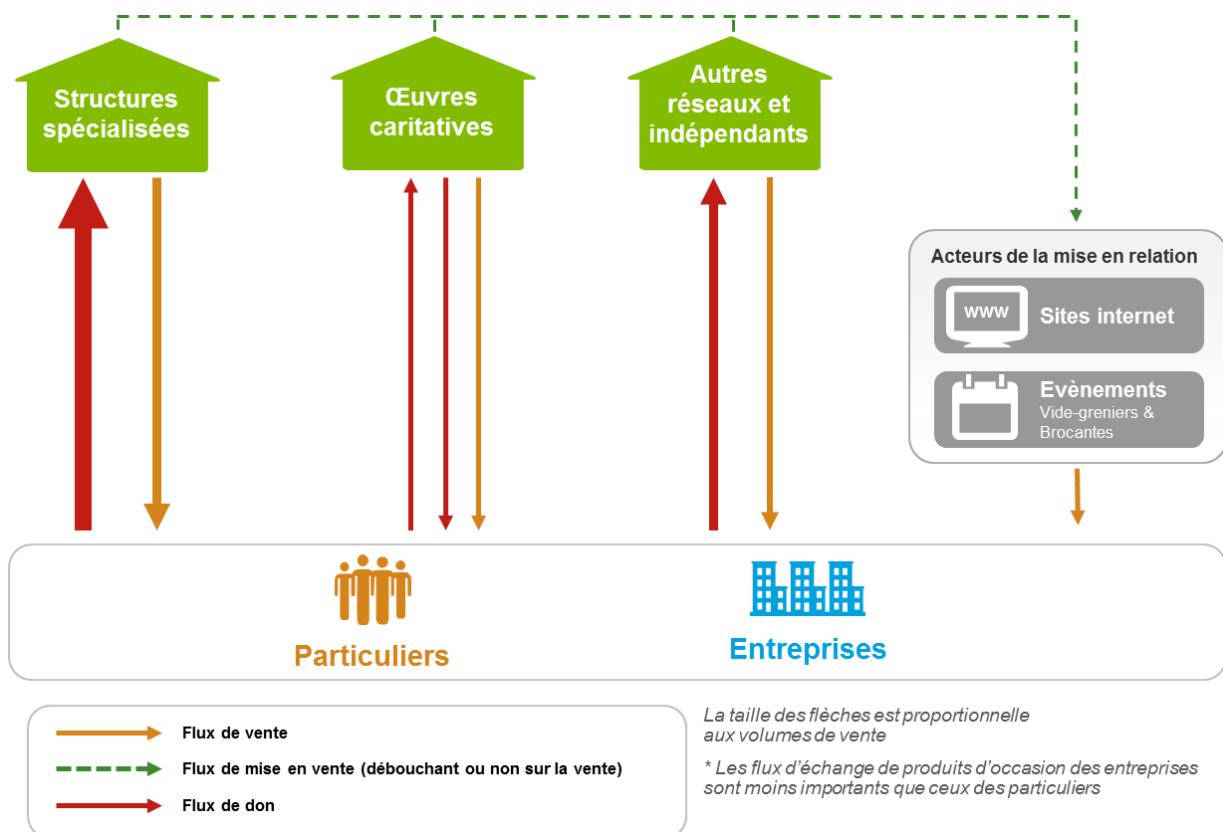


Figure 5 - Chaîne de valeur des activités de réemploi et de réutilisation de l'ESS : exemple d'un ordinateur

Les principaux acteurs de l'ESS dans le domaine du réemploi et de la réutilisation, présentés dans la **Erreur ! Source du renvoi introuvable.** ci-dessous, sont :

- **Les réseaux spécialisés** : Emmaüs, Réseau des Ressourceries, Envie, L'Heureux Cyclage, Tissons la solidarité ;
- **Les œuvres caritatives** : la Croix Rouge Française, Les restaurants du cœur, Secours Populaire, Secours Catholique, Armée du Salut, Oxfam ;
- **Les réseaux d'acteurs de l'IAE (Insertion par l'Activité Economique)** : Conseil national des Entreprises d'Insertion (CNEI), Comité National de Liaison des Régies de Quartier (CNLRQ), Chantier Ecole ;
- **Les réseaux d'EA et ESAT** : Union Nationale des Entreprises Adaptées (UNEA) ; Association des Paralysés de France (APF).

Les acteurs affiliés à des réseaux non cités ci-dessus, qualifiés par la suite de « réseaux secondaires » (voir Définitions), ou non affiliés à un réseau, qualifiés par la suite d' « indépendants » (voir Définitions), comptent pour environ 26 % des structures du secteur de l'Économie Sociale et Solidaire. Les fiches qui suivent présentent un panorama des principaux acteurs du secteur.



**Figure 6 – Les flux d'échanges de produits dans le cadre des activités de réemploi et de réutilisation des acteurs de l'ESS**

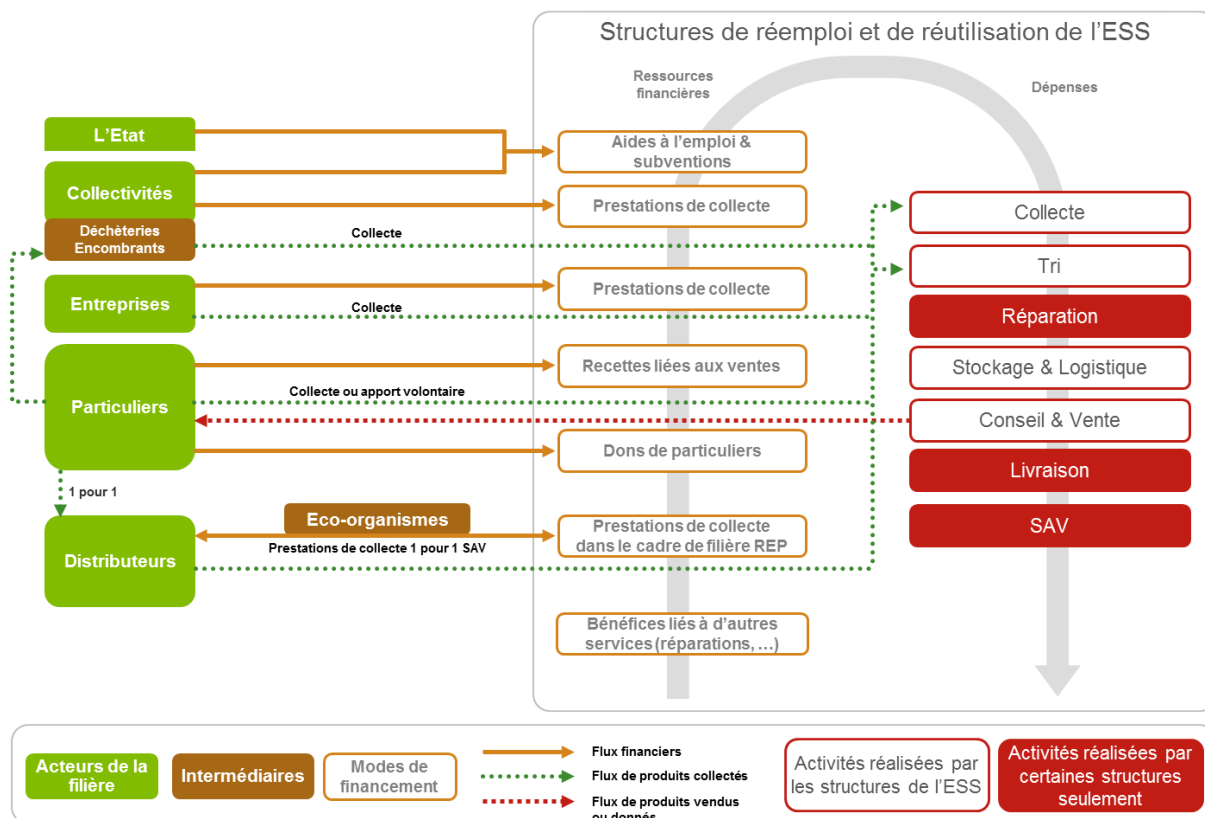
Dans l'ensemble, depuis 2012, les réseaux spécialisés sont en croissance, en termes de nombre de structures, de chiffres d'affaires et d'emplois.

Certaines organisations caritatives, en particulier la Croix-Rouge et le Secours Populaire, continuent à faire du réemploi et de la réutilisation une part importante de leur activité. Les autres organismes caritatifs se réorientent vers l'action humanitaire.

Les acteurs de l'IAE non affiliés à des réseaux spécialisés ainsi que les réseaux d'EA et ESAT se réorientent progressivement vers les activités de tri et de recyclage.

Les structures de l'ESS interagissent de manière croissante avec divers acteurs dans le cadre de leurs activités de réemploi et de réutilisation. Ces interactions sont synthétisées dans la Figure 7.





**Figure 7 – La filière de réemploi et de réutilisation du secteur de l'ESS : flux de produits et financiers**

Les informations quantitatives communiquées au sein du panorama ne correspondent pas toujours à des années identiques entre les acteurs en raison de systèmes de suivi différents au sein des différentes structures. Les années considérées sont celles pour lesquelles les informations sont les plus fiables.

## II.1.1. EMMAÜS

Le Mouvement Emmaüs et la première communauté Emmaüs ont été créés en octobre 1949 par l'abbé Pierre à Neuilly-Plaisance. Emmaüs est avant tout une structure d'accueil pour les personnes en difficulté et en marge de la société. **En 1952**, le mouvement se tourne vers la **revente d'objets de seconde main** pour financer la communauté.

Le réseau Emmaüs se compose de communautés et de structures d'insertion qui se sont développées sur un modèle économique original, **fondé sur le don d'objets de récupération en tout genre** dans une logique de réemploi ou de transformation. Aujourd'hui, elles s'inscrivent dans le cadre des filières REP.

Les structures d'insertion Emmaüs bénéficient du statut d'« Association à but non lucratif ». Les communautés ont le statut d' « Organismes d'accueil communautaire et d'activités solidaires ».

### II.1.1.1 FICHE D'IDENTITE

 <b>EMMAÜS</b> <a href="http://www.emmaus-france.org">www.emmaus-france.org</a>	
<b>Définition</b>	Structure d'accueil pour les personnes en difficulté et en marge de la société dont l'activité est basée sur la récupération de biens
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Proposer un travail aux plus démunis</li> <li>➤ Proposer des produits à des prix modiques pour les familles aux revenus modérés</li> <li>➤ Collecter, réparer des biens pour limiter l'impact de la consommation sur l'environnement</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2013)</b>	208 structures, dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Associations et communautés : 146 communautés et 42 comités d'amis</li> <li>- Entreprises et chantiers d'insertion : 49</li> <li>-</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2012)</b>	16 325 soit 6 630 ETP, dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés permanents : 1258 (236 CDD et 1022 CDI) soit 1258 ETP</li> <li>- Salariés en insertion : 3 188 soit 1 594 ETP</li> <li>- Compagnons : 4 312 soit 2 156 ETP</li> <li>- Bénévoles : 8 528 soit 4 264 ETP</li> <li>- TIG et stagiaires : 2493 soit 751 ETP</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation (voir Définitions) et réemployés et réutilisés en 2012 (t)</b>	266 000 tonnes de produits ont été collectés, dont 125 020 tonnes réemployées (soit 47 %). Principaux produits : Emmaüs collecte tout type de produit, en particuliers produits textile, mobilier, livres/cassettes/CD/DVD et EEE.

**Chiffre d'affaires  
 réalisé au titre du  
 réemploi et de la  
 réutilisation en 2012  
 (€)**

185 M€

### II.1.1.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI

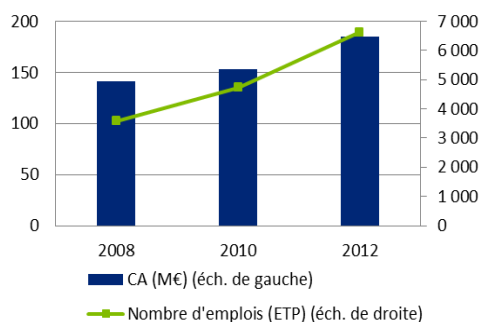


Figure 8 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein d'Emmaüs entre 2008 et 2012

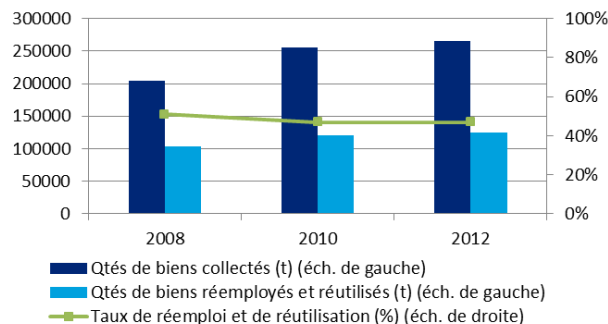


Figure 9 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Emmaüs entre 2008 et 2012

### TENDANCES D'EVOLUTION

L'activité de réemploi d'Emmaüs est en hausse, son chiffre d'affaires ayant augmenté de 30 % entre 2008 et 2012 tandis que le nombre d'emplois a quasiment doublé.

La quantité des biens collectés a également augmenté de 30 % entre 2008 et 2012. On observe toutefois un ralentissement de cette croissance illustrant notamment une augmentation du tri à l'entrée en réaction à la baisse de la qualité des dons. Le taux de réemploi a diminué en conséquence de 5 % entre 2008 et 2012.

Emmaüs considère que le regard des acheteurs sur les biens d'occasion change progressivement : la baisse du pouvoir d'achat et la sensibilisation au développement durable aident à surmonter les réticences liées à l'achat d'occasion.

La création d'une filière REP meubles est perçue positivement par Emmaüs : elle devrait aider à stabiliser cette activité dans les délégations Emmaüs. Elle requiert cependant qu'Emmaüs monte en compétence sur la traçabilité du mobilier entrant et sortant.

Emmaüs a identifié plusieurs axes d'amélioration concernant son activité de réemploi :

- assurer un approvisionnement suffisant et de qualité reste un enjeu majeur ;
- s'adapter aux besoins des clients : demande d'un plus grand nombre de points de ventes, une plus grande demande de petit mobilier et d'équipements électriques et électroniques, poursuivre l'amélioration de la présentation des biens en magasins ;
- développer la formation de son personnel, par exemple pour mieux réparer les produits issus des nouvelles technologies (smartphones, etc.) ;
- améliorer la traçabilité des quantités collectées puis revendues dans le cadre des filières REP.

## LES FREINS A L'ACTIVITE

Les freins à l'activité identifiés en 2012 persistent en 2014 :

### ▶ Frein économique

La conjoncture économique depuis 2008 pousse les particuliers à se défaire de leurs biens en échange d'une rémunération, plutôt que d'en faire don à Emmaüs. Les biens de bonne qualité sont donc conservés en vue de les revendre et la qualité globale des biens donnés diminue donc.

Par ailleurs, Emmaüs estime que le développement de ses activités est freiné par le manque d'aides publiques. Il n'est ainsi parfois pas possible d'ouvrir des postes en contrat d'insertion faute d'aides suffisantes.

### ▶ Frein concurrentiel

Il y a une concurrence accrue sur le secteur du réemploi et de la réutilisation. La prise de conscience liée à l'occasion bénéficie à l'ensemble des acteurs de l'occasion, comme les sites internet de mise en relation qui sont des concurrents majeurs à l'activité de réemploi d'Emmaüs. Cette concurrence se manifeste particulièrement au niveau de la captation des produits, les sites internet captant les produits de meilleure qualité.

### ▶ Frein réglementaire

Le nouveau statut juridique apparu en 2009 (« organisme d'accueil communautaire et d'activités solidaires ») permet aux communautés Emmaüs d'avoir un modèle reconnu, mais impose certaines règles supplémentaires, comme des objectifs chiffrés en termes d'insertion professionnelle.

**Globalement, l'activité de réemploi d'Emmaüs est en croissance depuis 2012. Le réseau poursuit sa politique de professionnalisation.**

**Le changement de regard des acheteurs sur les biens d'occasion liés à la crise économique et à la prise de conscience des enjeux du développement durable lui sont profitables, de même que la mise en place de la filière REP pour les éléments d'ameublement.**

**L'activité d'Emmaüs rencontre des freins d'ordre économique et réglementaire, ainsi que des freins liés à la concurrence sur le secteur du emploi et de la réutilisation. La baisse en qualité des dons reçus est un frein important à l'activité d'Emmaüs. Cependant, Emmaüs reste un acteur majeur du réemploi en France, et continue de développer son activité.**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe III.1 (page 128).


## II.1.2. RESEAU DES RESSOURCERIES

Le Réseau des Ressourceries est créé en 2000, par le regroupement de sept recycleries du Nord de la France. Il s'étend progressivement à l'ensemble du territoire français, grâce à l'adhésion de structures exerçant une activité de réutilisation multi-produits, aux partenariats avec les collectivités locales et à son implication dans la construction des politiques publiques de prévention et de gestion des déchets.

Les Ressourceries ont pour finalités de prévenir l'apparition de déchets, développer une économie de proximité par la récupération d'objets usagers, qui sont remis en état puis revendus. Elles contribuent à l'intégration des personnes en difficultés, et à la protection de l'environnement.

Les structures du Réseau des Ressourceries sont en majorité des associations.

### II.1.2.1 FICHE D'IDENTITE

 <a href="http://www.ressourceries.fr">www.ressourceries.fr</a>	
<b>Définition</b>	Réseau d'acteurs du réemploi et de la réutilisation locaux dédiés à la réduction et à la prévention des déchets en lien avec les collectivités.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prévention / valorisation des déchets par réemploi et réutilisation ainsi que sensibilisation des citoyens à la protection de l'environnement</li> <li>➤ Développement d'une économie de proximité</li> <li>➤ Intégration dans la vie économique de personnes en difficultés</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2013)</b>	<p>117 adhérents, 97 en activité, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ateliers Chantiers d'Insertion (ACI):65</li> <li>- Autres structures associatives : 24</li> <li>- Entreprises d'insertion (EI) : 5</li> <li>- ACI+EI : 1</li> <li>- Structures adaptées : 1 ESAT</li> <li>- CHRS : 1</li> <li>- Structures en cours d'accompagnement : 18</li> <li>- Structures partenaires : 2 (non comptabilisées dans les structures en activité)</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	<p>1 878 ETP, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés en insertion : 1 274 ETP</li> <li>- Salariés permanents : 584 ETP (dont 464 CDI et 120 CDD)</li> <li>- Emplois adaptés : 20 ETP</li> </ul> <p>Les chiffres sont issus d'une extrapolation à partir de 87 structures sur 97 effectivement en activité</p>

<p><b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés en 2013 (t)</b></p>	<p>30 310 tonnes collectées au titre du réemploi et de la réutilisation, pour un taux de réemploi et de réutilisation de 39 %, soit 11 821 tonnes.</p> <p>Les chiffres sont issus d'une extrapolation à partir de 87 structures sur 97 effectivement en activité</p> <p>Principaux produits : Tous types de produit, en particuliers EEE, Meubles.</p>
<p><b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2013 (€)</b></p>	<p>10,2 M €</p> <p>Les chiffres sont issus d'une extrapolation à partir de 87 structures sur 97 effectivement en activité.</p>

### II.1.2.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI

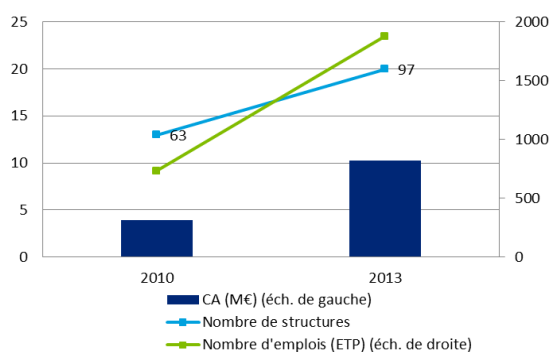


Figure 10 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein du Réseau des Ressourceries entre 2010 et 2013

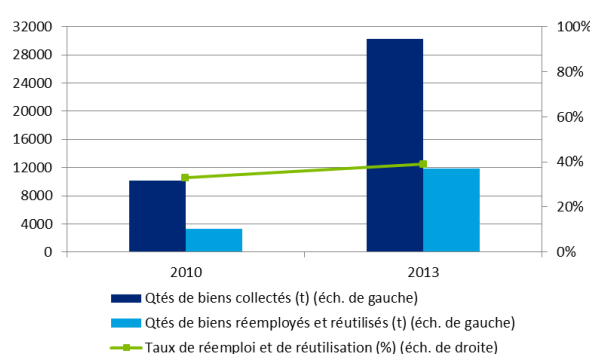


Figure 11 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein du Réseau des Ressourceries entre 2010 et 2013

#### REMARQUES

- Les données de l'année 2008 étaient trop peu fiables pour être exploitées.
- Les chiffres de l'année 2010 sont issus d'une extrapolation à partir de 43 structures auditées sur 63 structures en activité.
- Les chiffres de l'année 2013 sont issus d'une extrapolation à partir de 87 structures auditées sur 97 structures en activité.

#### TENDANCES D'EVOLUTION

Un **développement important impulsé par les collectivités territoriales, notamment dans le cadre des Plans et Programmes de Prévention des Déchets** : le nombre d'adhérents est en forte augmentation (+57% entre 2010 et 2013 ce qui n'est pas sans rapport avec l'augmentation de l'implication des collectivités locales : prise en charge de la construction des bâtiments ou de leur réhabilitation avant de déléguer l'exploitation à des associations locales, création d'espaces réemploi en déchèteries, participation à des formations, augmentation des financements. Le nombre d'emplois a en conséquence été multiplié par 2,5 entre 2010 et 2013, et le chiffre d'affaires a triplé.

**L'augmentation de la fréquentation des Ressourceries** : le pouvoir d'achat des consommateurs a diminué ce qui les pousse à modifier leurs habitudes de consommation en se tournant notamment vers les biens d'occasion. Le chiffre d'affaires par structure a donc presque doublé entre 2010 et 2013.

Le réseau continue à mener une **politique de professionnalisation** de ses activités pour accompagner son développement avec : le développement de la formation, le développement d'outils métier, la mise en place d'une démarche de suivi et d'amélioration continue des Ressources, l'animation de campagnes de sensibilisation à la réduction des déchets. Grâce à ces efforts, le taux de réemploi et de réutilisation (de 41%) a augmenté de 18% entre 2010 et 2013 tandis que la quantité de biens réemployés a quadruplé.

## LES FREINS A L'ACTIVITE

### ► Frein socio-culturel

Un des freins les plus importants signalé par le Réseau des Ressources est le **manque de sensibilisation** des citoyens aux pratiques de dons/dépôts d'objets en vue de leur réemploi.

D'après le Réseau des Ressources, la communication sur l'activité de réemploi au niveau local utilise des termes qui sont souvent techniques (par exemple, la distinction entre réemploi et réutilisation) et porte des messages qui manquent de clarté.

### ► Frein économique

**Le coût du foncier** est un frein majeur à la création et au maintien des Ressources. Afin de le réduire, de plus en plus de collectivités prennent en charge la construction et la réhabilitation des bâtiments mais le coût de la location reste un des postes de dépense majeurs.

**L'activité du Réseau des Ressources est en évolution constante. Chaque année, de nouveaux adhérents le rejoignent, certains étant déjà en activité auparavant.**

**En 2014, le réseau continue à s'étendre, de plus en plus avec le soutien de collectivités territoriales. Il poursuit sa démarche de formation du personnel des Ressources et de professionnalisation de ses activités.**

**Globalement, l'activité ne semble pas subir la crise économique puisque la plupart des indicateurs sont au vert. Le Réseau des Ressources fait néanmoins face à des freins socio-culturels liés au manque de sensibilisation des citoyens au réemploi et à la réutilisation, et à un frein économique à l'ouverture de nouvelles structures que représente le coût du foncier.**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe III.3 (page **Erreur ! Signet non défini.**).

### II.1.3. ENVIE

La première entreprise Envie d'Électroménager Rénové Garanti (Envie ERG) est créée en 1984 à Strasbourg par des travailleurs sociaux dans la mouvance d'Emmaüs. En 1989, la structure nationale en appui au réseau Envie est créée, elle devient la Fédération Envie en 2002.

Les structures du réseau Envie s'approvisionnent en DEEE auprès des distributeurs via l'accord avec Eco-systèmes, et en EEE grâce aux dons des particuliers et l'achat de lots de produits récents déclassés. Ces appareils sont rénovés puis revendus à des particuliers avec une garantie d'un an minimum pièces et main d'œuvre. Envie réemploie et réutilise essentiellement des appareils électroménagers hors d'usage.

Les structures Envie ERG sont des associations.

#### II.1.3.1 FICHE D'IDENTITE

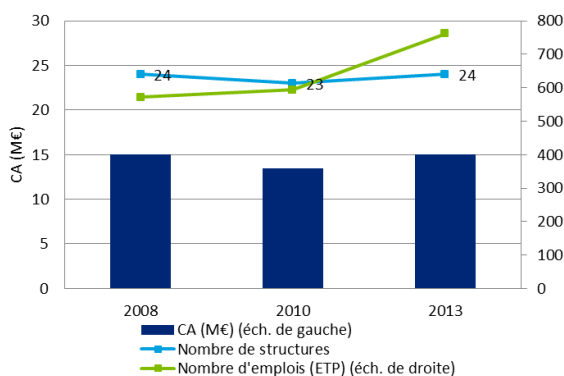
 <a href="http://www.envie.org">www.envie.org</a>	
<b>Définition</b>	Réseau d'entreprises d'insertion visant la requalification professionnelle de personnes en difficultés sociales et professionnelles via le réemploi, la réutilisation ou le recyclage d'appareils électroménagers hors d'usage.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Permettre aux personnes en difficultés sociales et économiques d'avoir accès à une formation et d'être en capacité d'intégrer un emploi stable</li> <li>➔ Permettre aux clients de s'équiper d'appareils électroménagers d'occasion rénovés, garantis un an minimum et vendus à petit prix</li> <li>➔ Contribuer à la protection de l'environnement via la collecte et la valorisation des DEEE dans le respect de la réglementation</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et la réutilisation (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entreprises d'insertion : 24 structures Envie ERG (réemploi et réutilisation)</li> <li>- 30 ateliers et 45 magasins</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	761 ETP pour Envie ERG, dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés en insertion : 543 ETP</li> <li>- Salariés permanents : 218 ETP</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réemployés en 2013 (t)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 23 500 tonnes collectées dont 3800 réemployées et réutilisées (soit 16%)</li> <li>- Principaux produits : EEE, DEEE, EA et DEA</li> </ul>



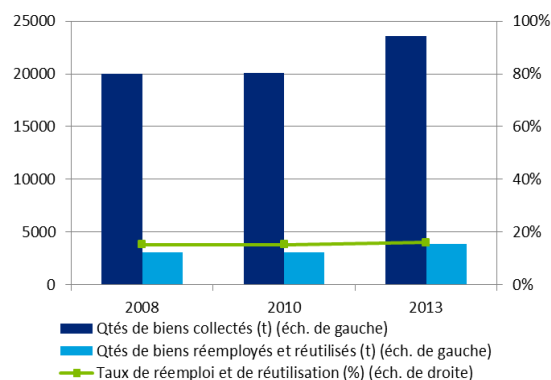
**Chiffre d'affaires réalisé  
au titre du réemploi et de  
la réutilisation en 2013  
(€)**

15 M€

### II.1.3.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI



**Figure 12 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein d'Envie entre 2008 et 2013**



**Figure 13 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Envie entre 2008 et 2013**

### TENDANCES D'EVOLUTION

Après avoir subi une légère baisse entre 2008 et 2010, l'activité d'Envie est en hausse depuis 2010 puisque **le chiffre d'affaires des structures a augmenté de 10%** tandis que **les effectifs en ETP ont augmenté de 30%**. Après une relative stabilité entre 2008 et 2010, **les flux collectés puis réutilisés et réemployés ont fait un bon d'environ 25% entre 2010 et 2013**.

**Diversification de l'offre de vente** : afin d'attirer de nouveaux clients, Envie essaie de diversifier son offre vers le PEM.

**Développement des structures** : la priorité est au développement par l'ouverture d'autres lieux de vente et ateliers au sein des structures existantes. Le nombre de structures du réseau est donc stable depuis 2008 mais le nombre de magasins et d'ateliers est en augmentation.

**Développement de vitrines sur internet** : un nombre croissant de structures Envie créent une vitrine sur internet, en particulier sur Leboncoin, ou créent leur propre site.

**Développement de la formation**, et mise en place d'une **démarche d'amélioration continue** : Un des enjeux liés à la diversification est le développement des compétences de réparation nécessaires au réemploi. Le réseau Envie s'est engagé dans une démarche de formation de l'ensemble de son personnel.

### LES FREINS A L'ACTIVITE

► Frein réglementaire

**La réglementation des ICPE** : les ateliers des structures ERG sont soumis à cette réglementation en tant que structure de réutilisation d'appareils froids sur lesquels des opérations de récupération de fluides et/ou dégazage doivent être menées. Les ateliers sont par ailleurs soumis au régime déclaratif avec contrôle périodique en raison d'un durcissement de la réglementation. Cette réglementation représente un coût supplémentaire majeur pour les structures ERG.

Dans des secteurs d'activité comparables, certains acteurs n'y sont pas soumis : les SAV et les associations de réemploi qui gèrent des EEE.

► Frein logistique : la variabilité des approvisionnements

Les approvisionnements sont assurés localement et sont donc variables selon les structures Envie. La majorité est issue d'un accord avec l'éco-organisme Eco-systèmes. Les quantités varient peu car elles sont fixées contractuellement, en revanche dans le contexte de crise économique actuelle, la qualité des approvisionnements est fluctuante.

**En 2014, l'activité d'Envie a augmenté puisque la majorité de ses indicateurs sont en progression. Le développement de vitrines sur internet a notamment permis de dynamiser les structures. Le réseau poursuit sa professionnalisation en développant la formation et en mettant en place une démarche d'amélioration continue.**

**Le réseau est freiné par la variabilité qualitative des approvisionnements mais le frein le plus préoccupant est lié à la réglementation ICPE à laquelle sont soumises les structures ERG.**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe III.2 (page **Erreur ! Signet non défini.**).


## II.1.4. L'HEUREUX CYCLAGE

L'Heureux Cyclage, créé en 2010, est un réseau associatif d'ateliers vélos. Les ateliers du réseau adhèrent à une charte commune qui comprend trois points essentiels : la promotion de l'utilisation du vélo, le transfert de connaissances mécaniques, la valorisation des vélos en fin de vie.

Les ateliers fonctionnent de manière autonome. Leurs activités sont principalement de récupérer, réparer et revendre les vélos et de favoriser l'autoréparation de vélos de particuliers. Plusieurs types de produits sont gérés par les ateliers. Les vélos représentent le cœur de l'activité mais certains ateliers développent la réparation de fauteuils roulants. Certains accessoires sont également réparés.

Les ateliers sont majoritairement des associations ou des entreprises d'insertion.

### II.1.4.1 FICHE D'IDENTITE

 <a href="http://www.heureux-cyclage.org">www.heureux-cyclage.org</a>	
<b>Définition</b>	Réseau associatif d'ateliers vélos adhérant à une charte commune.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ La promotion de l'utilisation du vélo</li> <li>➔ Le transfert de connaissances mécaniques</li> <li>➔ La valorisation des vélos en fin de vie</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et la réutilisation (2013)</b>	107 ateliers, dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- 101 associations (dont 39 structures employeurs)</li> <li>- 6 EI</li> </ul> 10 autres structures (Ateliers mobiles, sans locaux)
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	131 ETP, dont <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés : 69 ETP (58 CDI, 11 CDD)</li> <li>- Emplois d'insertion : 48</li> <li>- Service civique dans les ateliers : 14</li> <li>- Bénévoles : 1 200</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés en 2013 (t)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 150 tonnes collectées dont 135 réemployées et réutilisées (soit 90%)</li> </ul>
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2013 (€)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 M€ au titre du réemploi et de la réutilisation</li> </ul>

## II.1.4.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI

### PRINCIPALES TENDANCES

**L'activité de L'Heureux Cyclage est globalement en croissance** tant au niveau du nombre d'ateliers qui a triplé entre 2010 et 2014 que du nombre de vélos collectés. Cette croissance est principalement due à la création de nouvelles structures. Le réseau est entré dans une dynamique de professionnalisation.

On observe depuis les années 2000 **une augmentation de l'usage du vélo** marquée par le développement du vélo libre-service qui n'entre par ailleurs pas en concurrence des ateliers vélos. Les étudiants sont particulièrement attirés par les services des ateliers associatifs.

**Les ateliers nouent des partenariats**, notamment avec les collectivités qui mettent à disposition des ateliers un local vacant. Plus de la moitié des ateliers sont situés dans un local mis à disposition par une collectivité ou (moins souvent) par un partenaire privé, mais il reste une marge de progression importante.

### LES FREINS A L'ACTIVITE

#### ▶ Frein lié aux formations

**Peu de formations permettent de répondre aux besoins spécifiques d'un atelier vélo.** Des compétences en pédagogie ou sur la manière d'accueillir du public manquent dans les formations classiques et les formations sont souvent orientées vers les produits neufs et non les produits anciens. C'est pour cette raison que L'Heureux Cyclage propose des formations spécifiques.

#### ▶ Frein économique

**Le coût d'obtention d'un local** est un frein au développement des associations car elles ne disposent pas forcément de fonds en propre leur permettant d'accéder au marché locatif.

#### ▶ Frein politique

L'Heureux Cyclage évoque **des difficultés à faire connaître les ateliers** même si les actions de communication et l'ancienneté de certains ateliers participent à la promotion de l'activité.

L'Heureux Cyclage ressent comme un frein la **nécessité d'expliquer aux collectivités locales la finalité du réseau et de les convaincre de son utilité.** Le développement des partenariats avec les déchèteries reste par exemple complexe.

**Globalement, l'activité de L'Heureux Cyclage est en croissance grâce à l'augmentation de l'usage du vélo et de l'attrait des services proposés par les ateliers vélos. Le réseau entre donc dans une phase de professionnalisation en développant notamment des formations spécifiques.**

**Son activité est toutefois soumise à des freins d'ordre différents, en particulier le manque de sensibilisation des collectivités locales et de connaissance des activités des ateliers.**


La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe III.4 (Page **Erreur ! Signet non défini.**)

## II.1.5. TISSONS LA SOLIDARITE

Fondé en 2004 par le Secours Catholique, le réseau Tissons la Solidarité est une association indépendante et laïque dont l'objet est de fédérer les acteurs de la vie économique en faveur de l'Emploi dans le secteur du textile, notamment pour les femmes qui représentent 80% des salariées en insertion du réseau.

Le réseau se compose soit de chantiers d'insertion, soit d'entreprises d'insertion. Les structures collectent des vêtements, par dons directs ou containers, qui sont ensuite triés, préparés à la commercialisation (lavage, repassage, couture et retouche) et enfin revendus dans leurs boutiques.

### II.1.5.1 FICHE D'IDENTITE

 <a href="http://tissons-lasolidarite.org/">http://tissons-lasolidarite.org/</a>	
<b>Définition</b>	Réseau de structures d'insertion visant la requalification professionnelle de personnes en difficultés sociales et professionnelles via le réemploi et la réutilisation du textile.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Requalifier professionnellement des personnes en difficultés</li> <li>➔ Permettre à des personnes défavorisées de s'équiper en textile à bas prix</li> <li>➔ Contribuer à la protection de l'environnement via la collecte et la valorisation du textile</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et la réutilisation (2013)</b>	75 Entreprises d'insertion dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- 55 ACI</li> <li>- 20 EI</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	~ 1 000 ETP pour Tissons la Solidarité, dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés en insertion : 750 ETP</li> <li>- Salariés permanents : 250 ETP</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réemployés en 2013 (t)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 14 200 tonnes collectées dont 1 400 réemployées et réutilisées (soit 10%)</li> <li>- Textile uniquement</li> </ul>
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2013 (€)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ~ 10 M€</li> </ul>

## II.1.5.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI

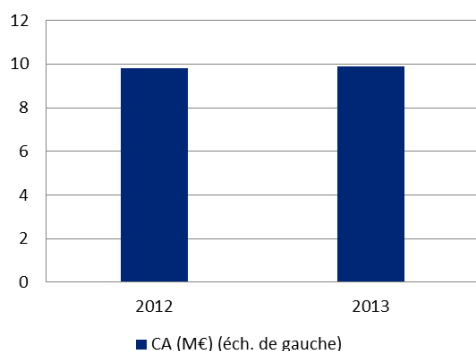


Figure 14 - Evolution du CA au sein de Tissons la solidarité entre 2012 et 2013

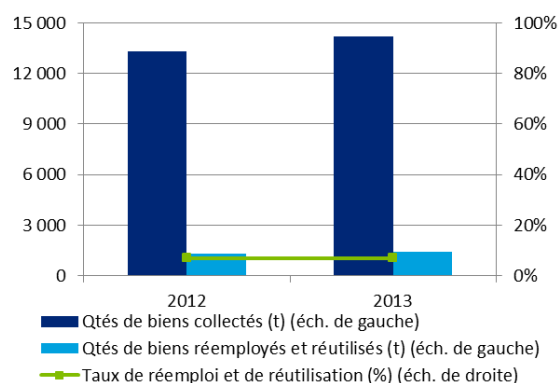


Figure 15 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein de Tissons la solidarité entre 2012 et 2013

### TENDANCES D'EVOLUTION

Le réseau s'agrandit progressivement, porté par la baisse du pouvoir d'achat **modifiant le comportement d'achat des consommateurs**, notamment celles de la classe moyenne, en les orientant vers les vêtements d'occasion. Cette baisse **encourage également le public à donner afin de soutenir l'emploi local**. Les **partenariats du réseau avec les marques de luxe** permettent eux aussi d'attirer des acheteurs et d'augmenter le retour à l'emploi.

Le chiffre d'affaires total des adhérents au réseau a légèrement augmenté de 1% entre 2012 et 2013 tandis que les quantités de biens réemployés et réutilisés ont augmenté de 7%.

On constate une légère baisse du taux de réemploi en raison de la concurrence des acteurs de l'occasion qui provoque une **baisse de la qualité des dons**. En effet, les particuliers souhaitant vendre leurs biens se tournent vers ces acteurs, leboncoin en tête. Cette baisse n'est pas visible sur le schéma, l'échelle de temps d'un an étant trop réduite et la fiabilité du suivi trop faible. Le réseau souhaite remédier à cette baisse par le développement de la collecte en entreprise.

### LES FREINS A L'ACTIVITE

Le développement du réseau est principalement freiné par le manque de qualité des dons :

- ▶ Certains dons sont dans un tel état qu'ils sont directement revendus à des grossistes sans aucun tri, notamment dans les containers situés dans les zones rurales.
- ▶ Les approvisionnements manquent de vêtements de marque alors que les acheteurs en sont friands.

**Globalement, l'activité de Tissons la Solidarité est en croissance grâce à l'évolution des comportements des acheteurs et donateurs et grâce aux partenariats en cours.**

**Son activité est toutefois freinée par la baisse de qualité des dons en termes d'état et de mode.**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe III.5 (Page 149).

## II.1.6. ŒUVRES CARITATIVES


Les associations caritatives utilisent le réemploi comme moyen d'aider les plus démunis à accéder aux biens de consommation et de lutter contre la pauvreté.

On distingue six grandes associations actives dans le domaine du réemploi : la Croix-Rouge française, l'Armée du Salut, le Secours Catholique, le Secours Populaire, les Restaurants du Cœur et Oxfam France. Bien que non exhaustive, cette liste de couvrir les principaux acteurs de ce secteur. Les autres organismes caritatifs actifs dans le domaine du réemploi, telles que les associations indépendantes, ont une activité localisée.

Pour certaines créées dès le XIX<sup>ème</sup> siècle (Armée du Salut et La Croix Rouge française), la création de ces structures s'étalent jusqu'en 1988 avec Oxfam France. Toutes ont le statut d'association à but non lucratif.

Enfin, les modalités de financement de chacune de ces structures diffèrent : autofinancement, recours aux dons ou aux financements publics. Ces spécificités sont décrites dans la fiche acteur complète présentée à l'Annexe II.6 (page 206).

### II.1.6.1 FICHE D'IDENTITE

Principaux acteurs	
	
<b>Définition</b>	Acteurs dont les activités ne se limitent pas au réemploi mais proposant des biens issus de dons à des personnes en situation précaire
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Fournir des biens à moindre coût ou gratuitement aux personnes dans le besoin</li> <li>➔ Requalifier professionnellement des personnes en difficulté</li> <li>➔ Finalité secondaire : favoriser la réutilisation des biens pour réduire l'impact environnemental des produits</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures en activité dans le réemploi et la réutilisation (2014)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Six associations principales : la Croix-Rouge française, les Restaurants du Cœur, le Secours Populaire, le Secours Catholique, l'Armée du Salut, Oxfam France</li> <li>- &gt; 1 000 structures environ en 2014.</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cette information n'est pas suivie au sein des structures.</li> <li>- Les équipes sont majoritairement composées de bénévoles et de salariés en insertion.</li> </ul>

<p><b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés(t)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ces informations ne sont pas suivies au sein des structures.</li> <li>- Produits concernés (toutes structures confondues) : Textiles, Biens culturels</li> </ul>
<p><b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi (€)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cette information n'est pas suivie au sein des structures.</li> </ul>

### II.1.6.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI :

Il est difficile d'analyser l'évolution de l'activité de réemploi et de réutilisation au sein des œuvres caritatives en raison de l'absence de données. Les moyens financiers sont faibles ce qui ne permet pas un suivi chiffré de l'activité et les efforts se concentrent essentiellement sur la finalité : l'aide aux personnes en précarité.

La Croix-Rouge reste l'acteur le plus important sur ce sous-secteur tandis que le Secours Populaire voit son activité décroître faute de moyens. L'activité d'Oxfam France est en croissance. Les Restos du Cœur ont une activité plutôt stable tandis que l'Armée du Salut et le Secours Catholique se recentrent sur l'aide humanitaire. Le Secours Catholique est à l'origine de la création du réseau Tissons la Solidarité (voir Tissons la solidarité) et a participé à la création de certaines structures devenues par la suite indépendantes.

#### TENDANCES D'EVOLUTION

**Diversification ou spécialisation :** la part du réemploi et de la réutilisation dans l'activité des organisations caritatives est variable. Certaines continuent d'être présentes sur le réemploi et la réutilisation, alors que d'autres se désengagent pour se recentrer sur le cœur de leur activité qui est l'aide humanitaire. Lorsque des structures choisissent d'accorder une part moins importante au réemploi et à la réutilisation, c'est en général pour des raisons financières (recherche d'activités plus lucratives et/ou optimisation des effectifs permanents).

**Professionnalisation croissante au sein des réseaux principaux :** La Croix-Rouge Française travaille ainsi étroitement avec l'éco-organisme Eco-TLC afin de renforcer leur collaboration et d'améliorer le suivi de son activité de réemploi du textile. Un système de reporting est en cours de mise en place et permettra de communiquer des informations précises lors du prochain panorama. De même Les Restos du Cœur souhaitent améliorer le suivi de leur activité.

**Une volonté de communication :** les œuvres caritatives principales cherchent à communiquer d'une part auprès du public et d'autre part auprès des collectivités afin de participer au développement de la filière et de défendre leur place, notamment **parce qu'ils souhaitent défendre leurs bénéficiaires.**

#### LES FREINS A L'ACTIVITE

- ▶ Frein économique



Les organisations caritatives souffrent d'une **plus grande concurrence**, par exemple de la part des braderies<sup>10</sup>, mais aussi de la part des acteurs de l'ESS en général. Certaines collectivités locales passent des partenariats avec des acteurs privés et la Croix-Rouge voit donc ses sources d'approvisionnement se réduire.

▶ Frein économique et humain

La **faiblesse des aides publiques** rend peu soutenables les activités de réemploi et réduit les possibilités d'embauches de salariés permanents ou en insertion. Une grande partie des salariés des œuvres caritatives sont des bénévoles ce qui limite le développement des activités.

▶ Qualité des approvisionnements

La **qualité des dons se dégrade** et **les œuvres caritatives peinent à récolter certains types de biens**. La Croix-Rouge rencontre notamment des difficultés à obtenir certaines catégories de vêtement et a de plus en plus recours au neuf déclassé.

**L'activité des organisations caritatives sur le réemploi a donc évolué de manière contrastée depuis 2012. Globalement, le réemploi ne représente qu'une part minime de l'activité du secteur des œuvres caritatives en France. Certaines ont fait le choix de continuer à développer le réemploi, quand d'autres semblent s'être recentrées sur l'aide humanitaire, faute d'un financement public insuffisant. Les premières cherchent à défendre leur place, notamment afin de préserver les intérêts de leurs bénéficiaires qui n'ont pas les moyens d'acheter des biens dans d'autres structures de l'ESS.**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe III.6 (page 206).

---

<sup>10</sup> Foire annuelle au cours de laquelle les habitants vendent à bas prix des vêtements ou autres objets usagés. (Larousse)

## II.1.7. RESEAUX D'ACTEURS DE L'IAE (INSERTION PAR L'ACTIVITE ECONOMIQUE)

Les réseaux d'acteurs de l'IAE regroupent des structures qui utilisent parfois le réemploi comme un des moyens d'insérer les personnes en marge de la vie économique. Les réseaux principaux sont les suivants :

- le CNEI (Conseil National des Entreprises d'Insertion) regroupant des EI et ETTI (Entreprise de travail temporaire d'insertion),
- le CNLRQ (Comité National de Liaison des Régies de Quartier) regroupant des régies de quartier,
- CHANTIER Ecole regroupant des ACI (Ateliers et Chantiers d'Insertion).


Certaines des structures appartenant à ceux-ci adhèrent également à des réseaux spécialisés (Emmaüs, Envie, Réseau des Ressourceries, Le Relais, Tissons la solidarité).

Les Entreprises d'Insertion (EI) sont nées dans les années 1970. Le Comité National des Entreprises d'Insertion (CNEI), né en 1988, représente actuellement 60 % des Entreprises d'Insertion en France.

Les ACI, initialement créées pour gérer des actions ponctuelles d'utilité sociale, se sont progressivement consolidées en se dotant de salariés permanents. Chantier Ecole est né en 1995 et regroupe actuellement 650 ACI.

Les Régies de quartier sont nées au milieu des années 80. Celles-ci prennent la forme d'EI ou d'ACI. Le CNLRQ a ensuite été créé en 1988 dans le but d'attribuer le label régie de quartier en fonction de l'application d'une Charte. Leur objectif est de favoriser le développement économique, social et culturel du quartier (en zone urbaine) ou du territoire (en zone rurale) pour lequel elles agissent.

### II.1.7.1 FICHE D'IDENTITE

<i>Principaux réseaux</i>	
	
<b>Définition</b>	Réseaux de structures d'insertion dont une partie de l'activité est basée sur le réemploi.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Requalifier professionnellement des personnes en difficulté</li> <li>➔ Favoriser la réutilisation des biens pour réduire l'impact environnemental des produits</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2014)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comité National des Entreprises d'Insertion (CNEI) : 650 entreprises adhérentes, dont ~50 exerçant des activités de réemploi et de réutilisation</li> <li>- Comité National de Liaison des Régies de Quartier : 142 régies de quartier dont 13 recycleries</li> <li>- Chantier Ecole : ~650 ACI, la part exerçant une activité de réemploi n'est pas connue</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2010)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CNEI : 318 ETP et 657 ETPI, soit 975 au titre des activités de « récupération/recyclage et commerce d'occasion »</li> <li>- Autres réseaux : aucune donnée disponible.</li> </ul>

<p><b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés</b></p>	<p><i>Les flux totaux n'ont pu être évalués à date</i></p> <p>Tous les types de produits sont concernés.</p>
<p><b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en (€)</b></p>	<p><i>Les chiffres d'affaires totaux n'ont pu être évalués à date.</i></p>

## II.1.7.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI

### TENDANCES D'EVOLUTION

L'activité de réemploi et de réutilisation est en **croissance pour les EI appartenant à des réseaux spécialisés** tandis que **celles rattachées à aucun réseau se réorientent vers d'autres activités**. Les EI ont ainsi **tendance à se concentrer**, les partenariats avec les éco-organismes bénéficiant plutôt aux EI les plus importantes.

L'activité de réemploi et de réutilisation des régies de quartier **se développe** réellement depuis quelques années grâce à une **sensibilisation croissante du public et des collectivités locales** qui sont motrices, notamment dans le cadre de projet de recycleries.

### LES FREINS A L'ACTIVITE

#### ▶ Entreprises d'insertion

Les partenariats avec les éco-organismes bénéficient plutôt aux EI les plus importantes. Les éco-organismes gèrent des flux importants et préféreraient traiter avec des structures de taille importante pour ne pas multiplier les interlocuteurs. Dans ce contexte, les petites structures actives sur le réemploi ont plus de mal à s'approvisionner. Il leur faut alors trouver des partenariats avec les collectivités locales pour garantir leur approvisionnement.

#### ▶ Régies de quartier

Le coût du foncier représente un frein important au développement des régies de quartier, pour des raisons de stockage.

Un deuxième frein majeur est la difficulté que les régies ont à s'approvisionner en déchèteries parce que ces dernières subissent de nombreux vols ou parce que cette mission du chargé de gestion déchèterie n'est pas toujours reconnue sur la fiche de poste.

**En 2014, on note une évolution contrastée des acteurs de l'IAE concernant le réemploi et la réutilisation. Globalement, les activités des structures appartenant à des réseaux spécialisés sont en croissance tandis que les autres se réorientent, n'ayant pas les moyens de collaborer avec les éco-organismes. Les Régies de Quartiers développent leurs activités de réemploi et réutilisation, à l'échelle locale, principalement freinées par le coût du foncier et les difficultés d'approvisionnement en déchèterie.**


La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe III.7 (page 219).

## II.1.8. RESEAUX D'EA ET ESAT

A l'initiative des associations de parents d'handicapés, des associations ont été créées dès les années 60 pour éduquer, scolariser et apporter une première formation professionnelle aux enfants handicapés. Ces centres se sont peu à peu professionnalisés au point de devenir des Centres d'Aide par le Travail appelés ensuite ESAT. Dans les années 70, les ateliers protégés se différencient des ESAT en alliant l'emploi des handicapés à la réalité économique et prennent l'appellation d'« Entreprises Adaptées »(EA) en 2005.. L'UNEA, Union Nationale des Entreprises Adaptées, représente 60% des EA françaises.

Les EA actives dans la réutilisation effectuent généralement de la sous-traitance pour des grandes entreprises. Elles récupèrent les DEEE usagers (notamment les parcs informatiques) pour les réutiliser et les revendre. Certaines s'inscrivent dans le cadre des filières REP.

### II.1.8.1 FICHE D'IDENTITE

<i>Principaux réseaux</i>	
	
<b>Définition</b>	Entreprise d'insertion ou entreprise adaptée dont une partie de l'activité est basée sur le réemploi et la réutilisation.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Employer durablement des personnes handicapées</li> <li>➤ Favoriser la réutilisation des biens pour réduire l'impact environnemental des produits</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2014)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Union Nationale des Entreprises Adaptées (UNEA) : ~700 adhérents, dont 7 sur le réemploi</li> <li>- Les entreprises d'Insertion de l'Association des Paralysés de France (APF) faisant du réemploi sont membres de l'UNEA</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	UNEA : 334 ETP sur le réemploi et/ la réutilisation, 48 en moyenne par structure
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés en 2013 (t)</b>	UNEA : 7 M€ en 2013, pour la filière UNEA DEEE dédiée au réemploi et à la réutilisation Principaux produits : équipements informatiques
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2013 (€)</b>	UNEA : 7 M€, pour la filière UNEA DEEE dédiée au réemploi et à la réutilisation

### II.1.8.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI

#### TENDANCES D'EVOLUTION

L'obligation légale d'employer 6% d'handicapés pour les entreprises contribue à la croissance globale des EA. Cependant les EA se tourne principalement vers le tri et le recyclage et délaisse les activités

de réemploi et de réutilisation, bien que certaines conservent une position importante le marché du réemploi et de la réutilisation des biens professionnels (récupération des parcs informatiques usagés des entreprises par exemple).

## LES FREINS A L'ACTIVITE

La **mise en place des filières REP**, et donc le regroupement des flux, a causé un manque à gagner pour les EA en déviant les flux auxquels elles avaient accès. Leur taille, souvent petite, est en effet insuffisante pour traiter ces flux et, dans les faits, les éco-organismes collaborent principalement avec des réseaux spécialisés. Ces structures ont dû développer des partenariats avec de grandes entreprises pour compenser ces pertes. Ces partenariats privés leur garantissent un accès privilégié à certains gisements. **L'UNEA craint que la mise en place de la filière REP pour les professionnels laisse présager des mêmes difficultés. La concurrence est jugée déloyale par l'UNEA concernant les prix appliqués.**

La crise crée des **difficultés à assurer un approvisionnement de qualité**. Les équipements informatiques récupérés sont plus difficilement réemployables.

**La réorientation des EA vers les activités de tri et recyclage se confirme en 2014, les activités de réemploi et de réutilisation étant devenues plus difficiles avec l'instauration des filières REP. Elles gardent toutefois un fort positionnement sur le marché du réemploi et de la réutilisation des biens professionnels (récupération des parcs informatiques usagés des entreprises par exemple).**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe III.8 (page 231).

## LES ACTEURS DE L'OCCASION

Les acteurs de l'occasion réalisent uniquement des activités de réemploi (et non de réutilisation) puisque les propriétaires initiaux des biens les vendent directement à des tiers qui, à priori, leur donneront une seconde vie. Contrairement au secteur de l'ESS, les activités de réemploi proposées au sein du secteur de l'occasion diffèrent sensiblement d'un type d'acteur à un autre :

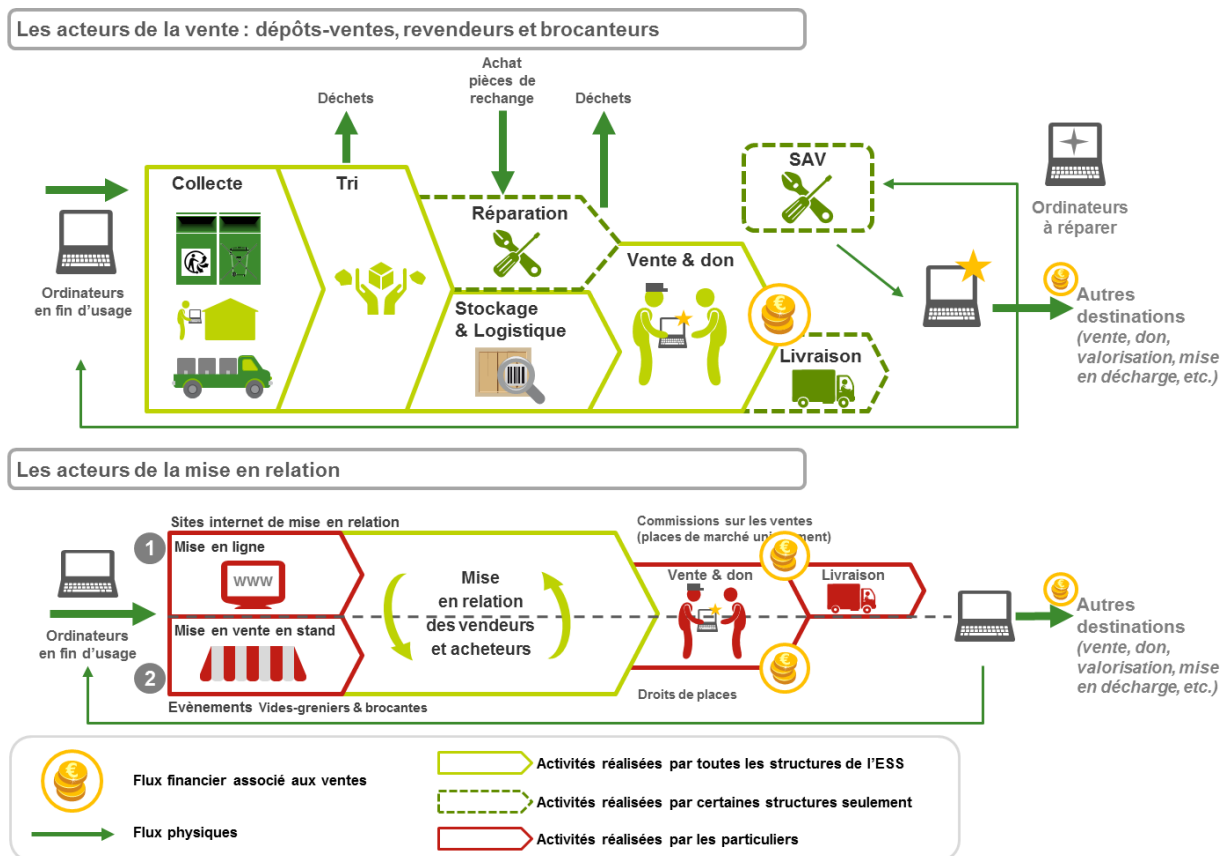
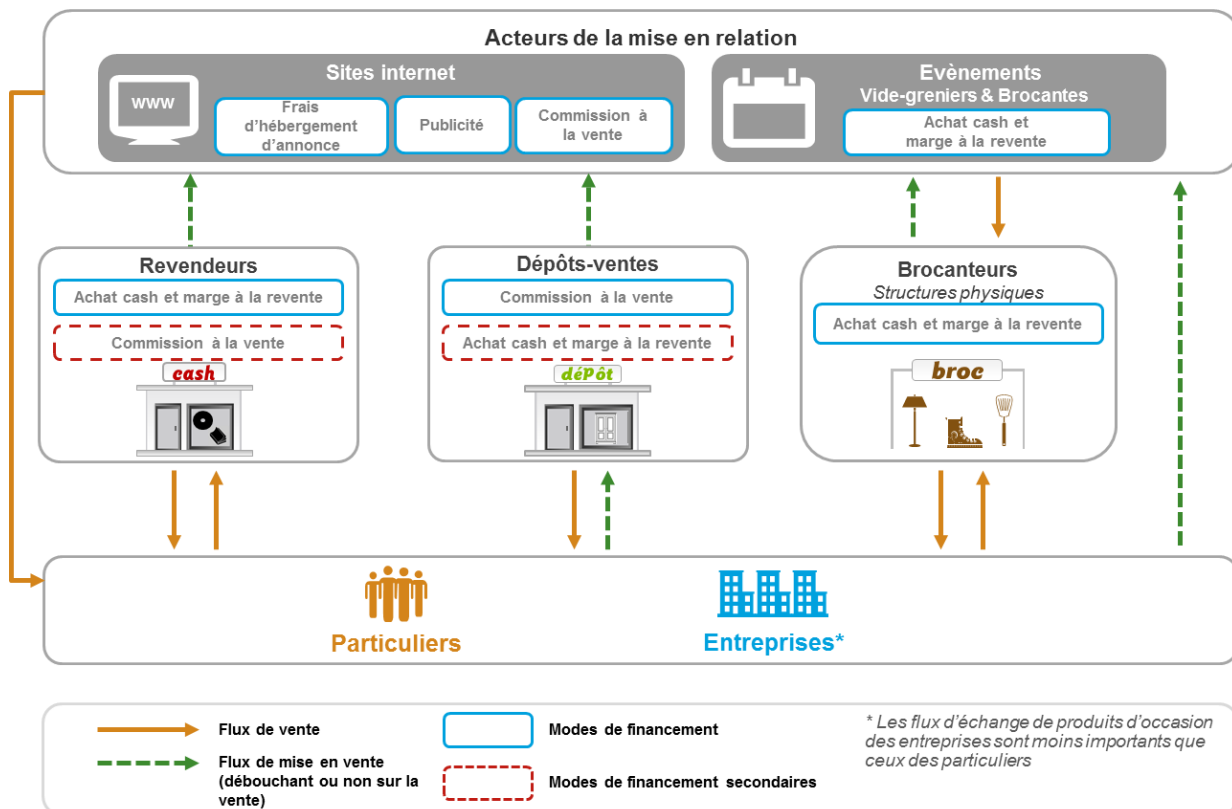


Figure 16 - Chaîne de valeur des activités de réemploi et de réutilisation des structures de l'occasion : exemple de l'ordinateur

Les principaux acteurs de l'occasion concernés par le champ de l'étude, et présentés dans la Figure 17, sont :

- **Les sites internet de mise en relation :**
  - Les sites d'annonces, tel que Leboncoin.fr et Vivastreet ;
  - Les places de marché, telles que eBay et Priceminister ;
- **Les revendeurs, tels que** Cash Express, Cash Converters, etc. ;
- **Les dépôts-ventes, tels que** Troc.com, La Caverne des Particuliers, etc. ;
- **Les brocantes et vide-greniers.**

Les acteurs affiliés à des réseaux secondaires ou indépendants comptent pour 87%% des dépôts-vente, 45% des revendeurs et 100% des brocanteurs qui ne sont regroupés sous aucun réseau.



**Figure 17 – Les flux d'échanges de produits dans le cadre des activités de réemploi des acteurs de l'occasion**

Dans l'ensemble depuis 2012, les sites internet de mise en relation sont en croissance, porté par les sites d'annonces, Leboncoin en tête. En forte concurrence, les places de marché sont en légère décroissance, eBay et Priceminister en tête.

Les réseaux de dépôts-ventes ont engagé une réelle transformation vers un modèle hybride de dépôt-vente et d'achat cash tandis que les revendeurs ont simplement intégré dans leurs services une offre de dépôt-vente réduite en comparaison à celle de l'achat cash. Parmi les réseaux historiques de dépôts-vente, seuls Troc.com et la Trocante ont conservé un nombre important de franchisés tandis que les réseaux de revendeurs ont vu leur nombre croître fortement principalement suite à la création de nouvelles structures.

Les vides-greniers et brocantes ponctuelles rencontrent un succès toujours croissant en raison de l'augmentation du nombre de particuliers vendeurs/acheteurs ce qui cause en contrepartie la diminution de l'activité des brocanteurs professionnels, dont le nombre décroît.

Les informations quantitatives communiquées au sein du panorama ne correspondent pas toujours à des années identiques entre les acteurs en raison de systèmes de suivi différents au sein des différentes structures. Les années considérées sont celles pour lesquelles les informations sont les plus fiables.

## II.1.9. SITES INTERNET DE MISE EN RELATION


Dans les années 1960, l'essor de la presse gratuite d'annonces permet de vendre des produits à faible prix, grâce à des frais de diffusion peu élevés. Dans les années 2000, l'arrivée d'internet permet pour des coûts réduits de diffuser ces annonces auprès d'un auditoire plus large d'acheteurs potentiels. Cela passe par des sites d'annonces en ligne et par des places de marché en ligne. L'activité de ces deux types de sites internet consiste à mettre en relation directement ou indirectement vendeurs et acheteurs. Ils se rémunèrent via des frais de mise en vente, ou via une commission sur les ventes selon les cas.

Les premiers sont une évolution des journaux d'annonces et se rémunèrent via des frais liés à la diffusion de l'annonce et la publicité.

Les secondes proposent un service similaire à celui des dépôts-ventes, à ceci près que leur offre est centralisée sur un site internet et qu'elles ne stockent pas les biens. Elles se rémunèrent par une commission sur la transaction.

Le secteur des places de marché en ligne sur l'occasion est constitué de deux sites principaux (eBay, Priceminister), et celui des sites d'annonces est dominé par leboncoin.fr.

### II.1.9.1 FICHE D'IDENTITE

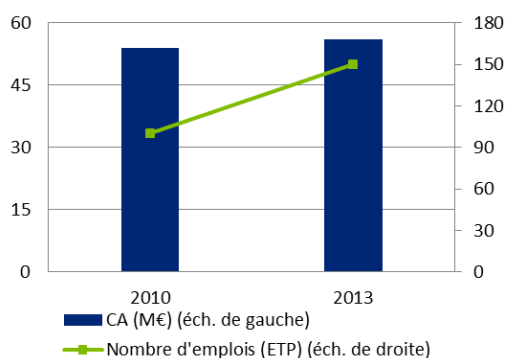
<i>Principaux sites</i>	
	
<b>Définition</b>	Acteurs de l'occasion proposant un service de mise en relation directe ou indirecte entre vendeur et acheteur à partir d'un site internet
<b>Spécificités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour les sites d'annonces :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Transaction financière et matérielle extérieure au site internet, directement entre le vendeur et l'acheteur</li> <li>➔ Rémunération via des frais de mise en avant de l'annonce et la publicité</li> </ul> </li> <li>- Pour les places de marché en ligne :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Transaction financière indirecte entre le vendeur et l'acheteur, prise en charge par le site internet</li> <li>➔ Rémunération via une commission sur chaque vente</li> </ul> </li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2014)</b>	Sites d'annonces : 1 sites principal : Leboncoin.fr ; 2 sites secondaires : Trefle.com, Vivastreet.fr Places de marché en ligne : 2 acteurs principaux : Priceminister, eBay
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi (2013)</b>	Sites d'annonces : estimé à ~ 155 ETP Places de marché : estimé à ~ 12 ETP : Le chiffre des places de marché est peu élevé puisqu'il représente le temps passé par les employés sur les activités de ventes d'objets au sein du périmètre de l'étude.
<b>Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2013</b>	Les flux collectés, c'est-à-dire les flux mis en vente, sont estimés à 1 300 000 tonnes, 20% d'entre eux étant effectivement revendus, selon les dires d'experts du secteur soit environ 270 000 tonnes.



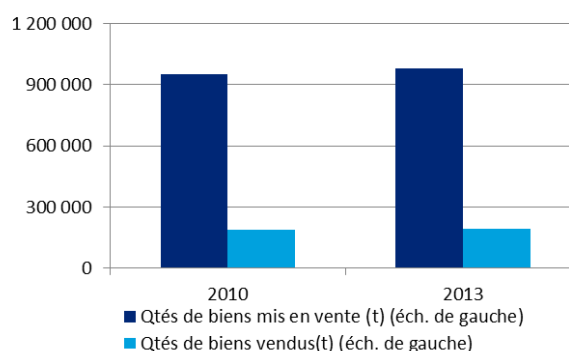
<p>(millions d'annonces)</p> <p><b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2013 (€)</b></p>	<p>Sites d'annonces : estimé à 56 M€</p> <p>Places de marché : estimé à 4 M€</p> <p>Les chiffres d'affaires exposés ici sont ceux des sites internet et non les volumes des transactions qui n'ont pas pu être estimés.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## II.1.9.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI

### Sites d'annonces

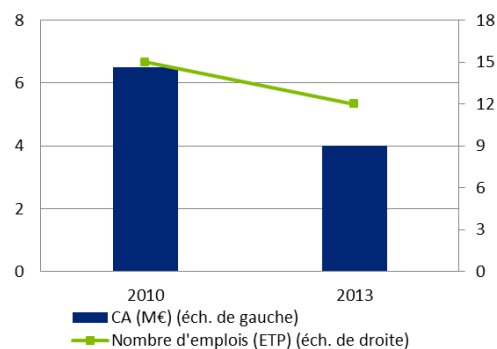


**Figure 18 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2013**

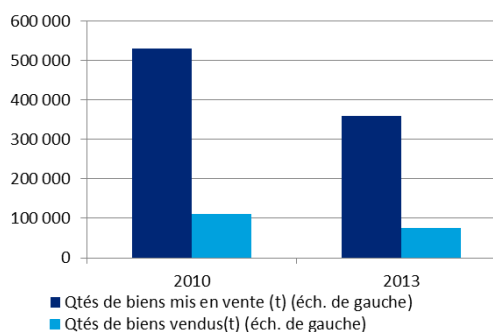


**Figure 19 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2013**

### Places de marché



**Figure 20 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013**



**Figure 21 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013**

## REMARQUES

La méthodologie d'estimation des quantités collectées puis réutilisées et réemployées a été revue pour les données 2013. La comparaison 2010/2013 est donc à prendre avec précaution.

## TENDANCES D'EVOLUTION

L'audience des sites internet de mise en relation suit la **tendance à la généralisation et à la démocratisation de l'usage d'internet** dans les foyers français, renforcée par l'émergence d'une **consommation plus collaborative**.

Depuis 2012, **leboncoin.fr s'est imposé en réalisant une croissance de 25% de son chiffre d'affaires entre 2010 et 2013** grâce à un modèle simple et gratuit alors que ses 2 concurrents principaux, eBay et Priceminister, prélèvent une commission sur la vente. Ces derniers se réorientent ainsi vers le BtoC (voir définitions) suite à une décroissance de près de 40% de leur chiffre d'affaires entre 2010 et 2014. A l'inverse de celles de leboncoin.fr, les quantités de biens d'occasion vendus sur les places de marché ont diminué de moitié entre 2012 et 2014. La situation a évolué vers un **oligopole à frange** (voir Définitions).<sup>11</sup>

La **tendance est à la concentration** en raison des effets de réseaux croisés : l'utilité d'une plateforme pour les acheteurs croît lorsque le nombre de vendeurs croît et vice-versa. Ainsi le chiffre d'affaires réalisé par les sites d'annonces concurrents de leboncoin.fr a chuté de près de 80%. Toutefois, le marché a vu **l'arrivée récente de nombreux nouveaux entrants**, des e-commerçants multi spécialistes avec une place de marché mais aussi des sites spécialisés dans l'occasion s'affrontant sur le terrain de l'offre plutôt que sur celui du business model. On pourrait donc voir évoluer la situation vers un monopole à frange (voir Définitions) : des sites comme Leboncoin pourraient être opposés à une multitude de plateformes thématiques.<sup>12</sup>

**Développement de la présence sur téléphones mobiles.** Cette tendance, déjà identifiée en 2010 et 2012, s'est renforcée depuis. **La population française est de plus en plus connectée à internet**, y compris via les téléphones portables. Aujourd'hui, les principaux acteurs des sites internet de mise en relation développent leur présence sur les supports mobiles.

**Les sites internet ne représentent plus uniquement des concurrents** pour les acteurs du secteur du réemploi et de la réutilisation mais aussi **des partenaires**. Certaines structures des grands réseaux spécialisés réalisent jusqu'à la moitié de leur chiffre d'affaires grâce aux sites internet. Les dépôts-vente et les revendeurs mettent aussi progressivement en place des vitrines sur ces sites.

## LES FREINS A L'ACTIVITE

### ▶ Frein lié à la sécurité en ligne

**La sécurité des transactions en ligne est une préoccupation majeure.** Le défaut de paiement est toujours le principal frein au développement cité par les internautes.

### ▶ Frein sociologique

Le secteur de l'achat-vente sur internet est encore jeune. Il faut encore **éduquer les consommateurs au bon comportement sur internet**. Il y a un travail de sensibilisation à faire pour prévenir les risques d'excès (achat compulsif, vente à perte, prix excessifs). Afin de tenir leur rôle pédagogique, les acteurs donnent donc des conseils sur leur site internet.

### ▶ Frein structurel

Le fait de ne pas avoir affaire à une personne physique peut représenter un frein. Le **faible niveau de confiance des internautes envers le service après-vente des sites d'achat-vente** est cité comme

---

<sup>11</sup> La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta

<sup>12</sup> La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta

le frein principal à la confiance dans l'achat en CtoC (voir Définitions), suivi par l'existence de fraudes qui se multiplient et n'encouragent pas à la confiance.<sup>13</sup>

**Depuis 2012, Leboncoin s'est imposé face aux autres sites d'annonces en ligne ainsi que face aux autres places de marché, en particulier eBay et Priceminister dont l'activité de vente de produits d'occasion est en déclin et pourrait être menacée à terme par l'arrivée des e-commerçants multispécialistes lançant leur place de marché de vente d'objets d'occasion. La tendance est la concentration en raison des effets de réseaux croisés.**

**Les sites internet ne représentent plus uniquement des concurrents pour les acteurs du secteur du réemploi et de la réutilisation mais aussi des partenaires.**

**Il reste néanmoins certains freins d'ordre sociologiques et structurels, ainsi que d'autres liés à la sécurité en ligne.**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe IV.1 (page 240).

---

<sup>13</sup> La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta

## II.1.10. LES REVENDEURS

Les réseaux d'achat-vente sont plus récents que ceux des dépôts-ventes. Le premier à s'implanter en France est l'enseigne australienne Cash Converters en 1994. Le réseau se développe en France via une master-franchise (voir Définitions) constituée au début des années 2000 de 84 implantations. Suite à des dissensions entre les franchisés et la maison-mère, le réseau se divise. Certains franchisés se regroupent pour développer des réseaux concurrents : Cash Express, EuroCash, Easy Cash et Happy Cash.

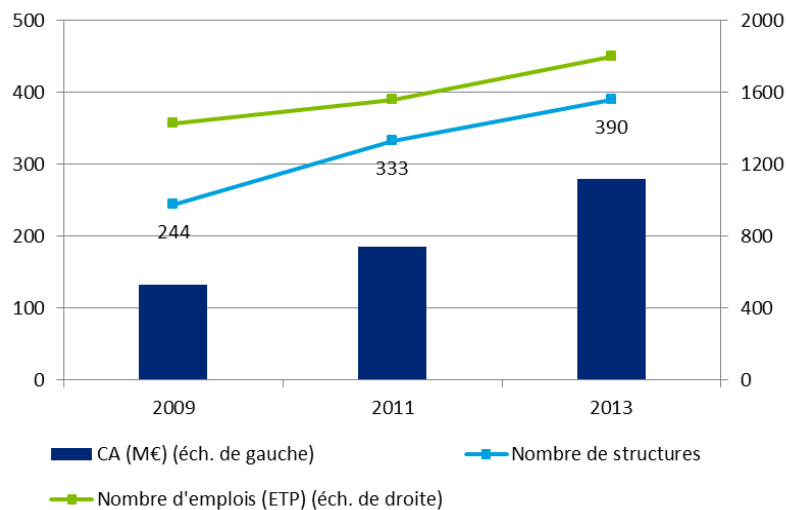
Contrairement aux dépôts-ventes, les revendeurs rachètent directement les biens aux vendeurs qui repartent immédiatement avec le montant de leur vente en espèces. Ils revendent ensuite les biens pour leur compte, en se rémunérant via une marge (plus-value) réalisée entre le prix d'achat et le prix de revente des biens.

La plupart des réseaux de revendeurs se sont développés par un système de franchise, au sein desquels les établissements ont le statut de SAS ou SARL.

### II.1.10.1 FICHE D'IDENTITE

<i>Principaux réseaux</i>	
	
<b>Définition</b>	Acteurs de l'occasion achetant un bien à un vendeur pour le revendre à un acheteur, au niveau d'une implantation physique.
<b>Spécificités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Paiement immédiat du vendeur</li> <li>➔ Rémunération via une plus-value entre prix d'achat et prix de revente (environ 50%)</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2013)</b>	~ 700 implantations, dont ~ 50% d'indépendants
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi (2013)</b>	~ 1800 salariés en 2012 pour les 5 principaux réseaux (7 salariés par point de vente standard, 3 pour les petits formats)
<b>Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2013</b>	<p>~ 200 000 t de biens d'occasion pour les 5 principaux réseaux.</p> <p>Tous les flux collectés sont revendus d'après les dires d'un expert du secteur</p>
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2013 (€)</b>	~ 280M€ réalisés sous enseigne pour les 5 principaux réseaux

## II.1.10.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI



**Figure 22 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de revendeurs entre 2011 et 2013**

### REMARQUES

- Les informations de CA, nombre d'emplois et quantités de biens collectés ont été estimés et extrapolés d'après les dires d'acteurs du secteur et présentent donc des limites.
- L'ensemble des biens collectés sont revendus, d'après les dires d'un expert du secteur.
- La précision des estimations des flux de biens ne permet pas de calculer une évolution entre 2009 et 2013.

### TENDANCES D'EVOLUTION

Le secteur conserve sa dynamique de croissance puisque **le chiffre d'affaires des 5 principaux réseaux a doublé** entre 2011 et 2013. **Le nombre de structures au sein des principaux réseaux a lui augmenté de plus de 15%** entre 2011 et 2013.

**Le mouvement de concentration du secteur constaté en 2012 ne ralentit pas.** La croissance générale du secteur s'accompagne de celle des quatre réseaux dominants que sont Cash Express, Cash Converters, Easy Cash et Happy Cash. Cependant, après avoir tour à tour fait faillite puis été repris par un investisseur, le 5<sup>ème</sup> réseau principal Planet Cash a perdu 5 de ses 18 magasins entre 2012 et 2014.

**Démocratisation de l'achat d'occasion** : comme constaté en 2012, on note une évolution vers la déculpabilisation et la démocratisation de l'achat-vente. Les acheteurs viennent plus nombreux de toutes les catégories de population, y compris la tranche d'âge des 40-45 ans pourtant traditionnellement plus réticente.<sup>14</sup> Les revendeurs semblent bénéficier de la démocratisation liée au développement de cette pratique sur internet<sup>15</sup>.

**Une concurrence externe limitée** : le développement des sites internet de mise en relation, loin de concurrencer les revendeurs, est perçu comme ayant permis la médiatisation et le développement du secteur de l'occasion. En interne par contre, la concurrence est forte dans un contexte d'expansion des différents réseaux.

**Une frontière de plus en plus floue avec les dépôts-ventes** : les revendeurs font une concurrence importante aux dépôts-ventes traditionnels, et les obligent à s'orienter de plus en plus vers de l'achat cash. La Trocante, qui était auparavant un dépôt-vente traditionnel, a racheté le revendeur Euro Cash, et réalise maintenant la majorité de son chiffre d'affaires grâce à une offre de type « revendeur ».

La plupart des réseaux d'achat-vente développent des **formats de magasins plus compacts**. Ces structures plus petites sont souvent installées dans les centres villes et ciblent une clientèle plus urbaine. Certains produits volumineux comme le gros mobilier ne sont pas présents dans ces structures.

Les réseaux leaders que sont Cash Converters et Cash Express **développent une stratégie pluricanale** grâce à leur site marchand leur permettant de vendre en ligne, le client se déplaçant ensuite en magasin (Easy Cash) ou recevant son colis par un distributeur (Easy Cash, Cash Converters). Ces réseaux **se développent également à l'international** pour gagner de nouveaux marchés, en particulier en Belgique.

## LES FREINS A L'ACTIVITE

On note relativement peu de freins au développement de l'activité des revendeurs, le secteur étant en forte croissance depuis 2012.

### ▶ Frein au développement

**Les tarifs immobiliers** restent un frein aux nouvelles implantations. Ceci est compensé par le développement de formats de magasins plus petits.

### ▶ Frein économique

**La crise** est ressentie comme un **frein modéré**. La crise, sans être néfaste, n'est pas une aubaine pour les revendeurs. Le secteur se porte mieux en période économiquement favorable.

### ▶ Frein sociétal

Les besoins des consommateurs évoluent au détriment des revendeurs. Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent des meubles compacts et fonctionnels, alors que les revendeurs proposent souvent malgré eux du mobilier ancien, massif.

**En 2014, le secteur des revendeurs est en forte croissance. Malgré un frein important lié aux tarifs de l'immobilier, le nombre de structures a augmenté de 16% depuis 2012, grâce au**

<sup>14</sup> Les français et le réemploi des produits usagés, TNS Sofres, 2012

<sup>15</sup> Source : Roger Beille, Président Directeur Général de Cash Express

**développement de formats de magasins plus compacts. Aucun changement d'un réseau de dépôt-vente à un de revendeur n'a été observé.**

**Le secteur bénéficie de la démocratisation de l'achat-vente d'occasion, et d'une concurrence externe limitée de la part des autres acteurs de l'occasion, comme les sites internet. La tendance à la concentration pourrait s'accélérer en raison des réseaux de dépôts-vente proposant dorénavant l'achat cash.**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe IV.2 (page 259).


## II.1.11. LES DEPOTS-VENTES

La formule du dépôt-vente existe depuis plus de 30 ans, les grands réseaux étant apparus dans les années 70 ou 80, et elle a explosé au début des années 1990. En l'espace d'un quart de siècle, le nombre de dépôts-ventes est ainsi passé de quelques dizaines à plusieurs centaines (environ 1 500 en 2010). Depuis 2010, le secteur est en restructuration. Le nombre de dépôts-ventes est en baisse. L'enseigne La Trocante a été rachetée par Troc.com, leader du marché, qui a lui-même été racheté par le fond d'investissement luxembourgeois Saphir Capital Partners.

L'activité de dépôt-vente consiste à mettre en relation indirectement un vendeur et un acheteur. Le vendeur est rémunéré après la vente de son bien. Le dépôt-vente se rémunère par le prélèvement d'une commission sur la vente.

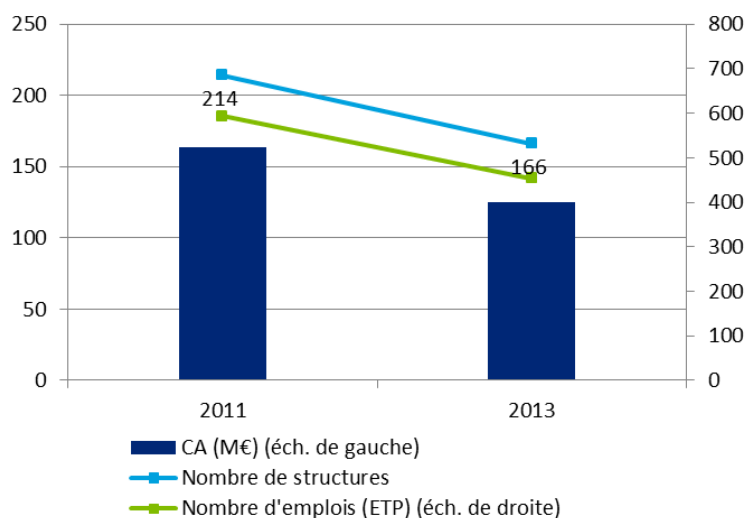
La plupart des réseaux de dépôts-ventes se sont développés par un système de franchise, où les établissements ont le statut de SAS ou SARL. La majorité du secteur est constitué d'indépendants.

### II.1.11.1 FICHE D'IDENTITE

<i>Principaux réseaux</i>	
	
<b>Définition</b>	Acteurs de l'occasion proposant un service de mise en relation indirecte entre vendeur et acheteur au niveau d'une implantation physique
<b>Spécificités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Assure la relation de vente de façon indirecte</li> <li>➔ Rémunération via une commission sur chaque vente (entre 20 et 50 %)</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2013)</b>	~ 1300 implantations, dont ~ 85 % d'indépendants
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi (2013)</b>	~ 450 ETP pour les 5 principaux réseaux
<b>Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2013</b>	~ 40 000 t de biens d'occasion pour les 5 principaux réseaux
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2013 (€)</b>	~ 125 M€ réalisés sous enseigne par les 5 principaux réseaux



## II.1.11.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI



**Figure 23 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de dépôts-vente entre 2011 et 2013**

Les principaux réseaux ont vu leur nombre de structures diminuer de 22% depuis 2011.

### REMARQUES

- Les informations de CA, nombre d'emplois et quantités de biens collectés ont été estimés d'après les dires d'acteurs du secteur et présentent donc des limites.
- La précision des estimations des flux de biens ne permet pas de calculer une évolution entre 2011 et 2013.

### TENDANCES D'EVOLUTION

Tout comme en 2012, le secteur est en difficulté puisque **le chiffre d'affaires des 5 principaux réseaux a chuté de 25%** entre 2011 et 2013.

On assiste à une **diminution générale du nombre de dépôts-ventes** : les principaux réseaux ont vu leur nombre de structures diminuer de 25 % depuis 2011 ce qui contraste avec l'augmentation d'environ 15% du nombre de structures au sein des principaux réseaux des revendeurs.

**La disparition des freins culturels** : comme constaté en 2012, il y a eu une évolution culturelle favorable à l'occasion, tant du côté des consommateurs qui n'hésitent plus à acheter d'occasion, que des vendeurs qui proposent plus facilement leurs biens à la vente.

Le **développement de la demande en achat cash** de la part des consommateurs a entraîné une augmentation de cette activité chez les dépôts-ventes. Pour faire face à la concurrence, les dépôts-ventes évoluent **vers un modèle économique hybride** intégrant la présence sur **internet** (via des sites vitrines ou des sites marchands), et l'achat-cash (inspiré du modèle des revendeurs).

**L'offre de vente a évolué** : les dépôts-ventes proposent plus de produits neufs déclassés. Ils proposent moins de produits culturels et EEE. L'offre de mobilier tend à évoluer vers des meubles plus compacts et en kit.

L'ensemble des dépôts-ventes se **professionnalisent**, en intégrant largement des méthodes venues de la grande distribution dans l'organisation et les méthodes de travail (aménagement des rayons et présentation des biens par exemple).

Les réseaux leaders que sont Troc.com et La Trocante **se développent à l'international** pour gagner de nouveaux marchés, en particulier en Belgique.

## LES FREINS A L'ACTIVITE

### ▶ Frein économique

Le contexte de baisse du pouvoir d'achat pénalise les dépôts-ventes. Les acheteurs se recentrent sur l'achat utile. Dans un même temps, les vendeurs se débarrassent de biens souvent inutiles et difficilement revendables et se tournent vers l'achat cash qui leur permet d'obtenir immédiatement de l'argent en échange de leurs biens. Ce dernier frein affecte principalement les structures proposant uniquement du dépôt-vente.

### ▶ Frein sociétal

Les besoins des consommateurs évoluent au détriment des dépôts-ventes. Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent des meubles compacts et fonctionnels, alors que les dépôts-ventes proposent souvent malgré eux du mobilier ancien, massif.

### ▶ Frein concurrentiel

Les dépôts-ventes subissent la concurrence des sites internet de mise en relation et des revendeurs. Les premiers permettent aux consommateurs de vendre par eux-mêmes sans intermédiaires, alors que les seconds leur permettent de toucher immédiatement leur paiement sans avoir à attendre la vente. Le modèle économique et la chaîne de valeur des dépôts-ventes sont remis en question.

### ▶ Frein administratif

Le coût du bail immobilier et l'importance des délais d'ouverture rendent difficile l'ouverture de nouvelles structures, d'autant que les dépôts-ventes ont besoin de surfaces importantes (1 000 m<sup>2</sup> en moyenne).

### ▶ Frein technologique

Les difficultés du déploiement en ligne. Si les grands réseaux peuvent se permettre de développer un site internet complexe et donnent la possibilité aux acheteurs et vendeurs de virtualiser leurs achats, les indépendants et les réseaux plus petits n'ont pas les compétences pour le faire.

**En 2014, tout comme en 2012, le secteur des dépôts-ventes est en crise. Les réseaux principaux ont finalement évolué vers un modèle hybride d'achat cash mais leur décroissance perdure : leur nombre d'adhérents a chuté d'environ 15% tandis que leur CA a baissé d'environ 25%.**

**L'activité du secteur des dépôts-ventes s'oppose toujours à de nombreux freins d'ordre technologique, administratif, sociétal et économique.**

**Ce secteur fait face à de nombreux obstacles, et est à un carrefour quant à son avenir.**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe IV.3 (page 278).



## II.1.12. VIDE-GRENIERS ET BROCANTES

Les brocantes et vide-greniers apparaissent dès le Moyen-Âge. L'origine de la Braderie de Lille semble ainsi remonter au XII<sup>ème</sup> siècle. Les commerçants de la région venaient écouler leur stock une fois par an et progressivement femmes de chambre et valets eurent la possibilité, un seul jour par an, de vendre les objets que leurs patrons ne souhaitaient plus garder. Le brocanteur au sens actuel du terme recherchant des objets usagés du quotidien apparaît dans la seconde moitié du XVII<sup>ème</sup> siècle. La vente d'objets de seconde main au travers de vide-greniers communaux par des particuliers n'a commencé que dans les années 70, pour enfin connaître un franc succès auprès de la classe moyenne en 1980. Le nom provient du fait que les biens mis en vente étaient généralement des objets anciens provenant des greniers familiaux.

Les brocanteurs se rémunèrent sur leur activité d'achat-vente de biens d'occasion via une plus-value réalisée entre le prix d'achat et le prix de revente de l'objet. Les organisateurs des ventes au déballage, qu'il s'agisse de leur activité principale ou d'une source de revenus complémentaire, se rémunèrent principalement via un droit d'installation facturé aux exposants.

La plupart des événements sont associatifs, parfois à l'initiative des municipalités. La très grande majorité des exposants vendant de l'occasion sont des particuliers.

### II.1.12.1 FICHE D'IDENTITE

	<i>Principaux guides/agendas de manifestations</i> 	<i>Principal syndicat</i> 
<b>Définition</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ventes au déballage (vides-greniers/brocantes)</b> : Manifestations publiques mises en place par un organisateur afin de mettre en relation de façon directe un vendeur et un acheteur particuliers, parfois via les professionnels du secteur de l'antiquité (brocanteurs et antiquaires)</li> <li>- <b>Brocantes</b> : ce terme désigne également les commerces où se déroulent des ventes d'objets d'occasion c'est-à-dire les structures physiques des brocanteurs</li> </ul>	
<b>Spécificités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Participation des particuliers limitée par la réglementation à deux par an pour vendre des biens personnels usagés uniquement</li> <li>➔ Forte saisonnalité</li> </ul>	
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventes au déballage : ~70 000 soit ~7 millions de stands par an</li> <li>- Brocanteurs : entre 1000 et 1200</li> </ul>	
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi en ETP (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brocanteurs : ~1550 ETP</li> <li>- Organisateurs de brocantes : ~9 500 bénévoles en ETP ; le nombre de professionnels occupés par l'organisation de brocantes n'est pas connu</li> </ul>	
<b>Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2013 (t)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventes au déballage : les flux mis en vente sont estimés à environ 500 000 t par an dont 34% sont vendus soit environ 175 000 t</li> <li>- Brocanteurs (en magasin et hors magasin) : non connus</li> </ul>	
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brocanteurs (en magasin et hors magasin) : ~100 M€ (hors antiquités)</li> </ul>	

<p><b>2013 (€)</b></p> <p><b>Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi</b></p> <p><b>Principaux freins à l'activité de réemploi identifiés</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Volumes monétaires liés aux ventes de particuliers : ~1 000 M€</li> </ul>
	<p>Ventes au déballage :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le succès des brocantes et vide-greniers ne se dément pas</li> <li>- Une spécialisation des vides-greniers et brocantes</li> <li>- Une évolution des types de biens vendus vers des objets plus récents</li> <li>- Une diversification du public vers les catégories les plus aisées</li> </ul> <p>Brocanteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un secteur en déclin</li> <li>- Une évolution des attentes du public au détriment des brocanteurs</li> <li>- Une baisse de la fréquentation</li> <li>- La crainte du développement des vides-maisons</li> </ul>
	<p>Ventes au déballage : pas de frein majeur identifié</p> <p>Brocanteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une réglementation non respectée</li> <li>- L'évolution des attentes des consommateurs au détriment des brocanteurs</li> <li>- La concurrence des particuliers et d'acteurs bénéficiant d'allègements de charge</li> </ul>

## II.1.12.2 PRINCIPALES EVOLUTIONS DE L'ACTIVITE DE REEMPLOI

### TENDANCES D'EVOLUTION

#### Vide-greniers/brocantes (manifestations)

**Le succès des brocantes et vide-greniers ne se dément pas** : le nombre de manifestations reste stable ou en légère croissance d'après Marie HUDRY d'Agenda des Brocantes. La baisse du pouvoir d'achat a suscité un intérêt pour l'achat d'occasion. Ce succès est également dû à un nombre croissant de particuliers vendant des objets d'occasion.

**Il est difficile de mesurer l'impact de la concurrence sur les vides-greniers/brocantes.** Celle-ci semble se durcir mais on retrouve dans ces manifestations des objets encore peu vendus par d'autres acteurs du marché de l'occasion : des livres, de la vaisselle, du matériel de puériculture et des jouets. Par ailleurs ces manifestations sont vécues par la clientèle comme des activités de loisir à part entière, ce qui n'est pas encore le cas dans les autres structures du marché.

Evolution des types de biens vendus vers des objets plus récents : on note une évolution depuis 2010 allant vers des **objets mis en vente de plus en plus récents**, et vers une **diminution de la présence de mobilier**.

Les vides-greniers et brocantes se spécialisent : on note depuis 2010, une tendance à l'**augmentation du nombre d'évènements thématiques spécialisés**, en particulier les vides-dressing mais aussi les bourses aux jouets et les bourses aux livres. On voit par ailleurs apparaître

des vides-maisons, des vides-greniers organisés par les particuliers dans leur logement, souvent en prévision d'un déménagement.

### **Brocanteurs**

D'après Jean NOWICKI, les **brocanteurs sont en déclin, touchés par une forte concurrence**, en premier lieu celle des particuliers de plus en plus nombreux, ne payant pas de charge sur les transactions. Les brocanteurs ressentent également la concurrence de l'ESS, vendant à des prix semblables mais bénéficiant d'allègements de charges.<sup>16</sup>

**Le secteur rencontre des difficultés à s'adapter à l'évolution de la demande du public.** La jeune clientèle recherche ainsi davantage d'objets du 20<sup>ème</sup> siècle qu'avant. Par ailleurs la baisse du pouvoir d'achat pousse les consommateurs à prioriser leurs achats et ainsi à négliger les biens n'étant pas de nécessité, et qui représentent la majorité des biens vendus par les brocanteurs.

Les brocanteurs sont aussi touchés par la diminution du déplacement due à internet et **certaines marchands ont alors développé leur propre site internet** et leur présence sur les réseaux sociaux afin de fidéliser leur clientèle.

Les **vides-maisons se développent sans réglementation** et sont donc vus d'un mauvais œil par les professionnels du secteur.

## **LES FREINS A L'ACTIVITE**

### **Vide-greniers/brocantes (manifestations)**

Il existe peu de freins à l'organisation des manifestations. Le manque de communication entre les municipalités et les organisateurs peut compliquer l'organisation de certains évènements. Il s'agit néanmoins d'un frein mineur.

### **Brocanteurs**

#### ▶ Frein réglementaire

La réglementation ne parvient pas à endiguer la concurrence des particuliers, qui sont autorisés à participer à des ventes au déballage en vue de vendre exclusivement des objets personnels et usagés 2 fois par an. Cette réglementation n'est en réalité pas respectée et contrôlée.

#### ▶ Frein sociétal

L'évolution des attentes des consommateurs ne bénéficie pas aux brocanteurs. Les prix fluctuent en fonction des effets de mode et le mobilier ancien ne se vend plus.

#### ▶ Frein concurrentiel

Les brocanteurs ne parviennent pas à faire face à la concurrence d'acteurs, en plus des particuliers, qui ont su faire évoluer leur offre et proposent des biens à des prix semblables, bénéficiant d'allègement de charges.

**En 2014, le secteur des brocantes et vide-greniers semble maintenir son succès porté par la croissance de l'intérêt du public pour l'achat d'occasion. Le nombre de manifestations croit**

---

<sup>16</sup> Jean NOWICKI, SNCAO

**légèrement en raison d'un nombre croissant de particulier cherchant à optimiser leurs dépenses. En parallèle, le nombre de brocanteurs diminue, leur métier n'étant plus réellement une source de revenus mais plutôt une activité de passionnés.**

**Ceux-ci peinent à évoluer selon les nouvelles attentes des consommateurs et à faire face à la concurrence des particuliers et des autres structures du marché de l'occasion, notamment celles de l'ESS.**

La fiche acteur complète est présentée à l'Annexe IV.4 (page 59)

## III. RECENSEMENT DES ACTEURS DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION

### III.1. OBJECTIFS ET CHAMP DE L'ANNUAIRE

L'annuaire des acteurs du réemploi et de la réutilisation, conçu sous la forme d'une base de données géo-référencées et recensant initialement les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) sur le territoire français (DOM-TOM inclus), a été réalisé pour la première fois en 2010. Il a par la suite été mis à jour en 2012 afin d'améliorer l'exhaustivité du recensement et d'intégrer les structures du secteur de l'occasion réalisant des activités de réemploi.

Cet annuaire a fait l'objet d'une actualisation et d'un enrichissement en 2014. Plusieurs sources ont été utilisées :

- les annuaires internes des réseaux principaux du secteur de l'ESS et de l'occasion, transmis lors d'entretiens téléphoniques ;
- les annuaires locaux du réemploi, fournis par les animateurs des plans et programmes de prévention (A3P) ;
- des actions de phoning auprès des réseaux secondaires (voir Définitions) et des acteurs indépendants (voir Définitions) ;
- les sites internet des réseaux.

Cet annuaire permet aux professionnels et particuliers qui le consultent de connaître pour un lieu donné, l'offre existante des structures réalisant des activités de réemploi et de réutilisation, au sein du secteur de l'ESS d'une part, et de l'occasion d'autre part.

Il donne également, pour chaque structure recensée, les informations suivantes, lorsqu'elles ont pu être collectées :

- le type de système économique :
  - ESS : réseau spécialisé, œuvre caritative ou acteur de l'insertion ;
  - Occasion : brocante, dépôt-vente ou revendeur. Le terme brocante concerne ici uniquement les structures physiques et non les manifestations.
- le type de structure : entreprise/société, structure associative (association, atelier et chantier d'insertion), entreprise d'insertion, EA/ESAT, autres ;
- le type de lieu : lieu d'apport, lieu de recherche ou les deux ;
- l'appartenance à un ou plusieurs réseaux (x) ;
- le nom de la structure ;
- les codes SIRET<sup>17</sup> et APE<sup>18</sup> ;

---

<sup>17</sup> Système d'Identification du Répertoire des Etablissements

<sup>18</sup> Activité Principale Exercée

- la date de création ;
- les coordonnées de la structure (adresse et téléphone) ;
- le nom du responsable et ses coordonnées ;
- les produits concernés ;
- les éventuelles autres activités exercées : tri, démantèlement/pollution, recyclage, réparation, sensibilisation à l'environnement, location, vente de neuf, autres.

L'annuaire ne comprend que les structures physiques permanentes.

Une base de données a été créée par l'ADEME entre les panoramas 2012 et 2014 sur l'outil **SINOE® déchets**. L'enjeu de la mise à jour en 2014 était de garantir une intégration de l'annuaire sous format Excel dans cette base de données.

#### **Focus sur SINOE® déchets**

**SINOE® déchets** est un outil d'analyse principalement destiné aux collectivités territoriales pour les aider à optimiser leur politique de gestion des déchets ménagers et à améliorer leur service notamment dans une perspective de maîtrise des coûts.

Les utilisateurs y renseignent et y trouvent un ensemble de données chiffrées telles que les **flux** de déchets ainsi que les **coûts** relatifs à la gestion des déchets ménagers et assimilés. Des indicateurs, **des graphiques et des cartographies complètes**, pour chaque niveau du territoire peuvent être obtenus par chaque structure. **SINOE® déchets** propose également un annuaire des acteurs et prestataires en matière de collecte et de traitement des déchets.

Base de données consolidée et sécurisée, **SINOE® déchets** dispose d'un historique unique de 10 ans de données sur la gestion des déchets ménagers et assimilés. Grâce à un processus de contrôle et de validation renforcé à la source, l'outil garantit une fiabilité maximale car seules les données comparables et certifiées sont exploitées.

Le partage d'informations et l'échange permettent d'enrichir et d'actualiser régulièrement la base de données de **SINOE® déchets**. Ce partage de données est fondé sur le volontariat des collectivités pour les informations les concernant. Dans une optique de clarification, chaque utilisateur a connaissance de ses droits d'accès : modification et/ou consultation.

Au-delà des chiffres clés sur les déchets, **SINOE® déchets** vous permet d'accéder à des analyses, des indicateurs, des coûts, des cartes, des graphiques : des contenus objectifs pour se situer par rapport aux autres collectivités et mettre en place une politique déchet rationnelle.

**SINOE® déchets** s'inscrit dans une démarche d'amélioration du service et de la maîtrise des coûts. Il permet aux collectivités d'évaluer et d'optimiser le service de gestion des déchets. Il leur permet également d'enrichir leur réflexion en matière de prévention de déchets ménagers et assimilés.

## **III.2. METHODOLOGIE**

La méthodologie employée pour réaliser l'annuaire est détaillée dans une annexe spécifique à la fin de ce rapport (Annexe I : Méthodologie du recensement, page 120). Elle précise la manière dont l'annuaire a été mis à jour et enrichi.

## **III.3. ANALYSE DES RESULTATS OBTENUS**

### **III.3.1. UN ANNUAIRE 2014 PLUS RICHE QU'EN 2012**

L'annuaire recense environ 600 structures supplémentaires par rapport à 2012 suite aux ajouts de nouvelles et à la suppression d'anciennes. Leurs informations proviennent majoritairement de réseaux interrogés pour la première fois et d'annuaires locaux fournis par les A3P.



**Tableau 2 - Evolution du nombre de structures recensées dans l'annuaire**

	<b>Edition 2010</b>	<b>Edition 2012</b>	<b>Edition 2014</b>
Nombre de structures	1 619	4 943	5 607
dont ESS	1 619	1 917	2 215
dont occasion	0	3 026	2 876
dont non identifiées	ND	ND	516











### III.3.2. LES TAUX DE REMPLISSAGE DE L'ANNUAIRE 2014

Les données à renseigner dans l'annuaire sont inégalement remplies car la nature des informations fournies diffère selon les sources d'information (guides et annuaires locaux du réemploi et de la réutilisation, données disponibles auprès des grands réseaux, recherches complémentaires, etc.).

En 2014, une attention particulière a été apportée au taux de remplissage de l'annuaire. Néanmoins l'intégration d'environ 600 nouvelles structures a provoqué la baisse de certains taux de remplissage.

Le taux de remplissage de l'adresse des acteurs et des produits concernés par les structures a significativement augmenté. Un travail important a été mené sur ces catégories afin d'augmenter la visibilité des acteurs lors d'une recherche effectuée en filtrant sur le type de produits. Le tableau ci-dessous permet d'apprécier l'évolution des taux de remplissage des catégories principales de l'annuaire entre 2012 et 2014.

**Tableau 3 - Evolution du taux de remplissage des informations de l'annuaire entre 2012 et 2014**

<b>Critère</b>	<b>Taux de remplissage 2012</b>	<b>Taux de remplissage 2014</b>	
<b>Adresse</b>	80 %	87 %	
<b>Téléphone</b>	98 %	92 %	
<b>Mail</b>	20 %	22 %	
<b>Site Web</b>	11 %	12 %	
<b>Coordonnées d'un contact</b>	21 %	20 %	
<b>Type de système économique</b>	100 %	91 %	
<b>Lieu d'apport et/ou de recherche</b>	85 %	76 %	
<b>Appartenance à un réseau</b>	100%	90 %	
<b>Type de structure</b>	89%	92 %	
<b>Produits concernés</b>	13 %	34 %	

### III.3.3. LA REPARTITION DES STRUCTURES PAR TYPES D'ACTEURS

#### ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE ET MARCHÉ DE L'OCCASION

Le marché de l'occasion représente 51 % des structures de l'annuaire, contre 40 % pour l'ESS, 9 % des structures restent « non identifié » dans l'une ou l'autre des catégories.

Au sein du secteur de l'ESS, les œuvres caritatives sont les plus nombreuses (24 % des structures de réemploi et de réutilisation). Les réseaux spécialisés représentent 13 % des structures et les acteurs de l'insertion n'appartenant pas à des réseaux spécialisés restent très minoritaires avec seulement 2 % du marché. Ce dernier résultat est à nuancer car l'annuaire manque d'exhaustivité sur cette catégorie d'acteurs.

Au sein du secteur de l'occasion, les dépôts-ventes représentent les acteurs les plus nombreux (23 %), suivis de près par les brocantes (20 %) puis par les revendeurs (9 %). La distinction entre les dépôts-ventes et les revendeurs tend à disparaître, les structures évoluant vers un modèle hybride d'achat cash et de dépôt-vente.

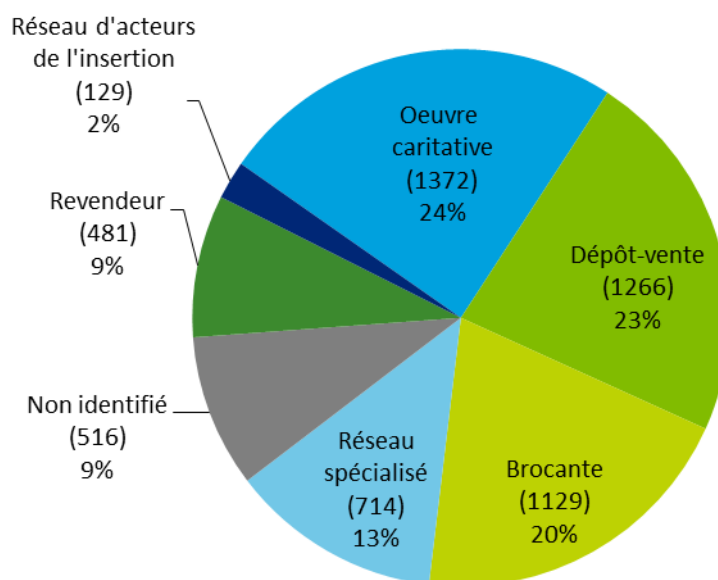


Figure 24 - Répartition des acteurs de l'ESS et du marché de l'occasion

#### REPARTITION DES STRUCTURES DE L'ESS AU SEIN DES RESEAUX

Au sein de l'économie sociale et solidaire de nombreux réseaux sont présents. Les plus importants en nombre de structures sont la Croix-Rouge Française, Emmaüs, le Réseau des Ressourceries et L'Heureux Cyclage. Les indépendants représentent 403 structures au sein de l'ESS soit 18 % des structures de l'ESS pour lesquelles l'appartenance à un réseau est renseignée (taux de remplissage de 99%).

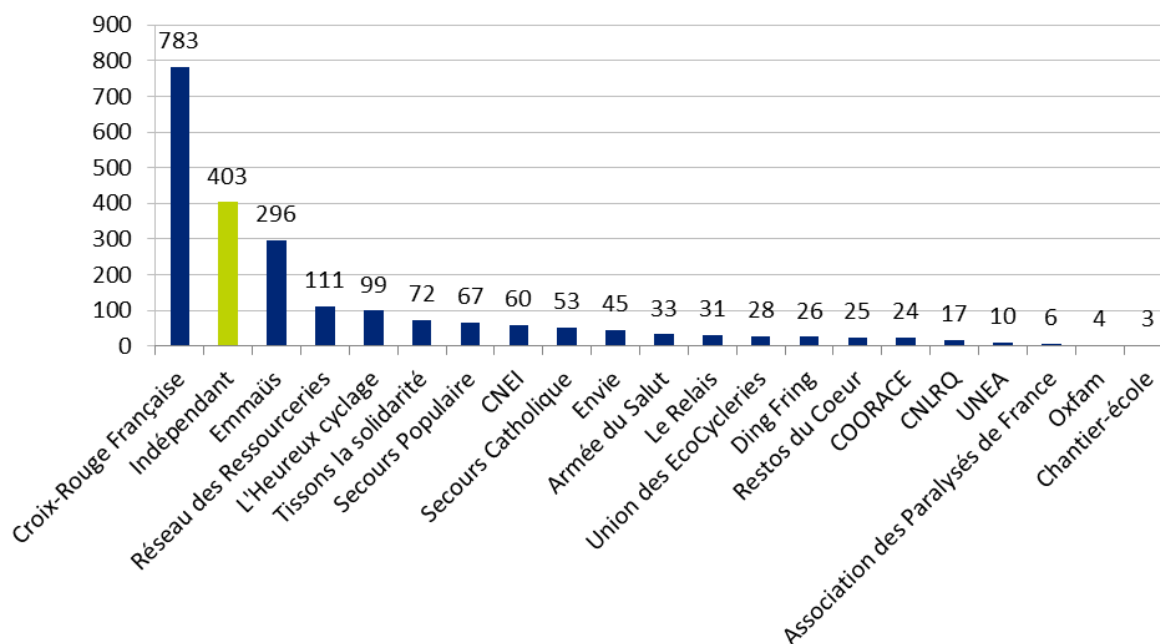


Figure 25 - Répartition des structures de l'ESS au sein des réseaux

### REPARTITION DES STRUCTURES DU MARCHÉ DE L'OCCASION AU SEIN DES RESEAUX

Le marché de l'occasion comprend un nombre inférieur de réseaux que l'ESS. Il s'agit d'un marché plus éclaté que celui de l'ESS où les indépendants représentent 89 % des structures. Cette catégorie concerne notamment les brocanteurs. Cash Express et Troc.com sont les deux réseaux les plus importants au sein du secteur des dépôts-ventes et des revendeurs.

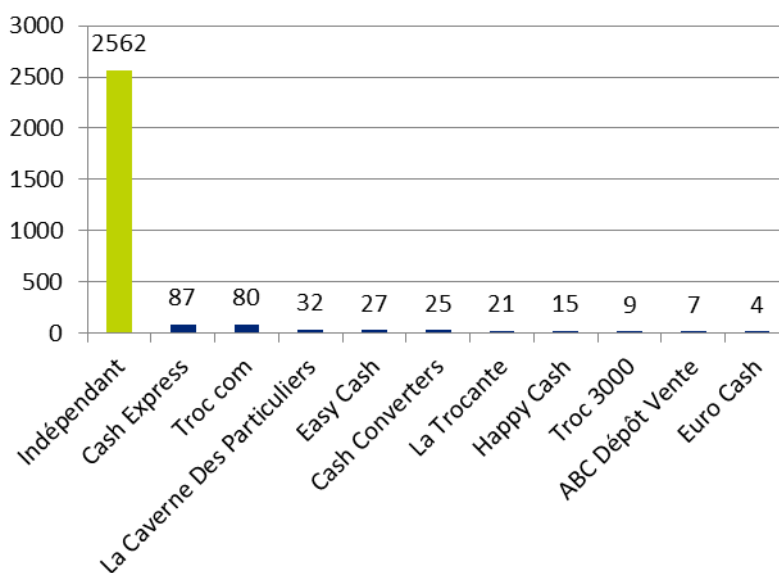


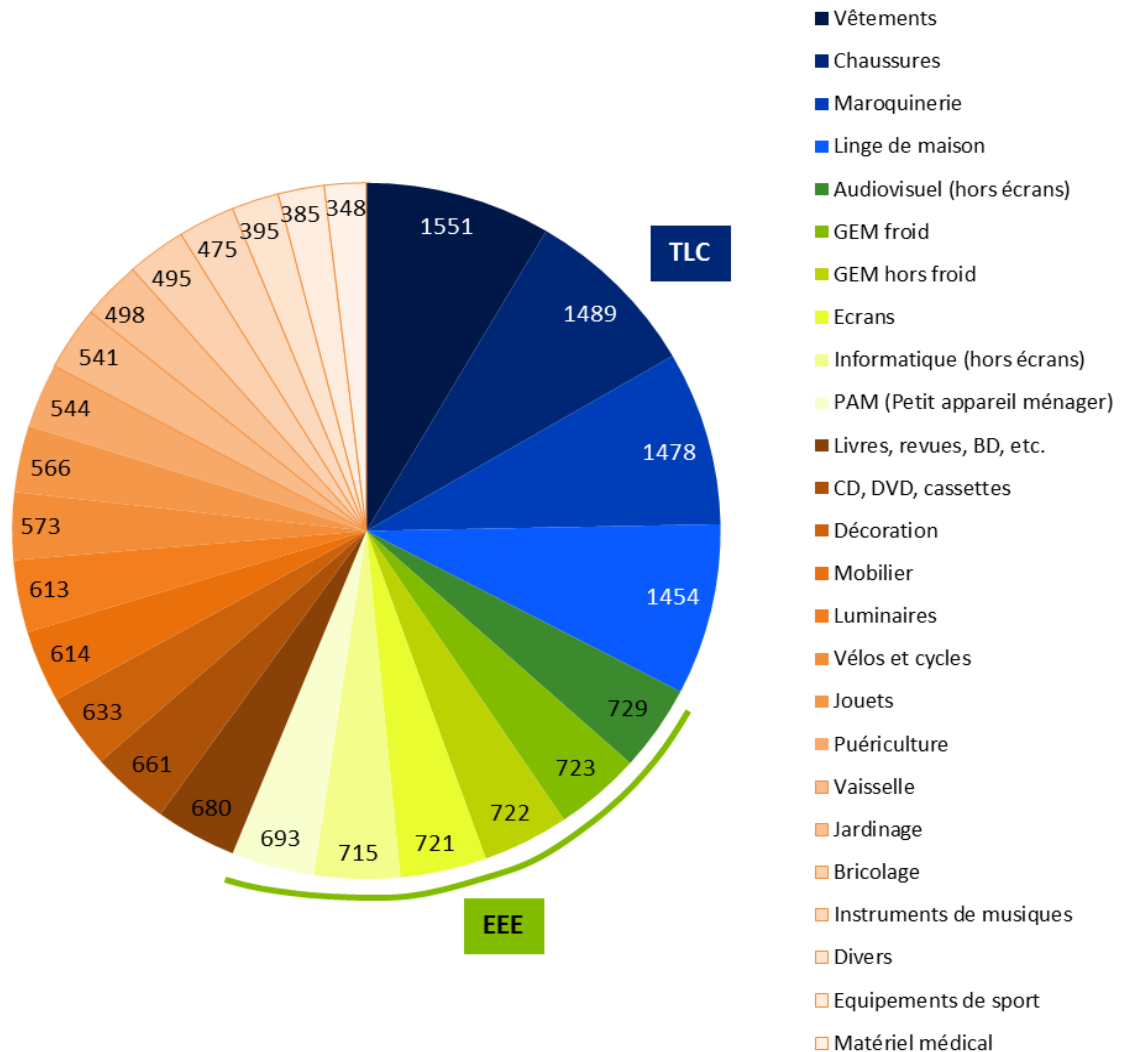
Figure 26 - Répartition des structures du marché de l'occasion au sein des réseaux

### PRODUITS APPORTES OU RECHERCHES AU SEIN DES STRUCTURES

La mise à jour 2014 de l'annuaire a porté à 34 % le taux de remplissage des produits concernés par les structures. Le taux de remplissage est faible ce qui limite l'analyse du nombre de structures par produit. Toutefois, on peut considérer comme représentatif l'échantillon sur lequel les catégories de

produits sont renseignées. Une première analyse des produits pour lesquels le nombre le plus important de structures effectuent du réemploi et de la réutilisation peut donc être réalisée.

Le graphique ci-après présente le nombre de structures concernées pour chaque catégorie de produits. Une structure est concernée par une catégorie de produit lorsqu'elle est référencée dans SINOE comme structure pouvant accepter, acheter, donner et/ou revendre ce produit.



**Figure 27 - Nombre de structures de réemploi et réutilisation concernées par les différentes catégories de produits parmi les 5607 structures référencées dans l'annuaire en 2014**

Les catégories pour lesquelles le plus grand nombre de structures proposent des activités de réemploi et réutilisation sont les catégories de produits textiles (vêtements, chaussures, maroquinerie et linge de maison). Ces quatre catégories se distinguent largement des autres. Ceci s'explique par le poids de la Croix-Rouge Française, la forte demande de produits textiles d'occasion ainsi que par la faible technicité de ce type de produits contrairement aux équipements électriques et électroniques par exemple.

## III.4. ANALYSE DE LA REPARTITION GEOGRAPHIQUE

### III.4.1. OBJECTIF

L'objectif de l'analyse de la répartition géographique est d'identifier des facteurs pouvant expliquer la répartition des structures de réemploi et de réutilisation sur le territoire français. Les spécificités et

l'historique des structures sont également à prendre en compte dans l'analyse de la répartition et ces facteurs identifiés ne pourront pas expliquer à eux seuls les logiques de développement des acteurs.

### III.4.2. METHODOLOGIE

Afin de répondre à cet objectif, des facteurs clés de répartition ont été identifiés. Différentes cartographies ont ensuite été réalisées pour analyser les corrélations entre le nombre de structures et des critères socio-économiques. Un complément d'analyse concernant les spécificités propres aux acteurs est également apporté.

### III.4.3. IDENTIFICATION DE FACTEURS CLES

Sur la base des entretiens avec les acteurs du réemploi et de la réutilisation, les acteurs ont été classés en quatre catégories :

- **Associations spécialisées** : associations spécialisées sur les activités de réemploi et de réutilisation.
- **Structures de l'insertion** : entreprises et structures associatives spécialisées dans l'insertion.
- **Structures de l'occasion** : structures du marché de l'occasion ayant des activités dans le réemploi et la réutilisation.
- **Associations caritatives** : associations dont l'activité de réemploi et de réutilisation n'est pas l'activité principale.

Les acteurs au sein de ces catégories sont soumis à des logiques similaires de répartition géographique qui sont liées à des facteurs spécifiques répartis dans le schéma ci-dessous :

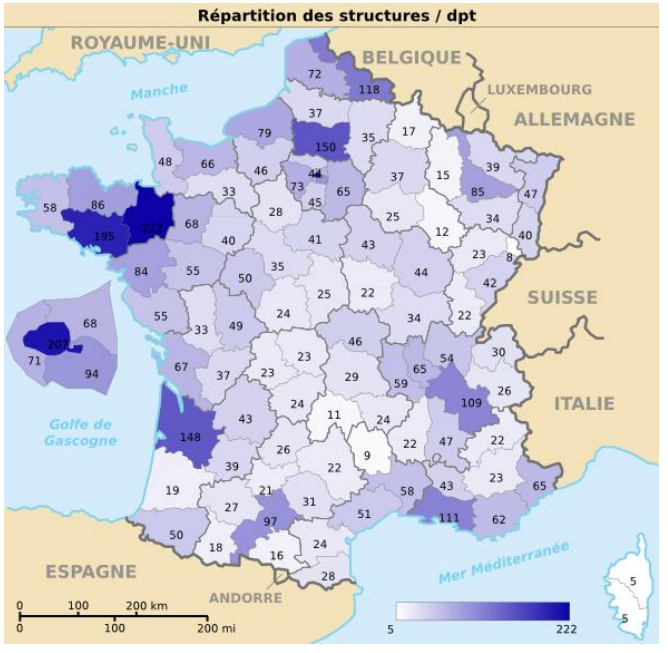
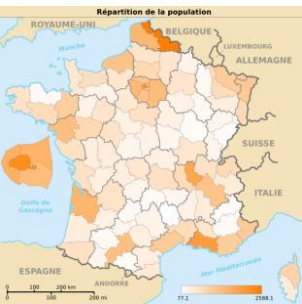
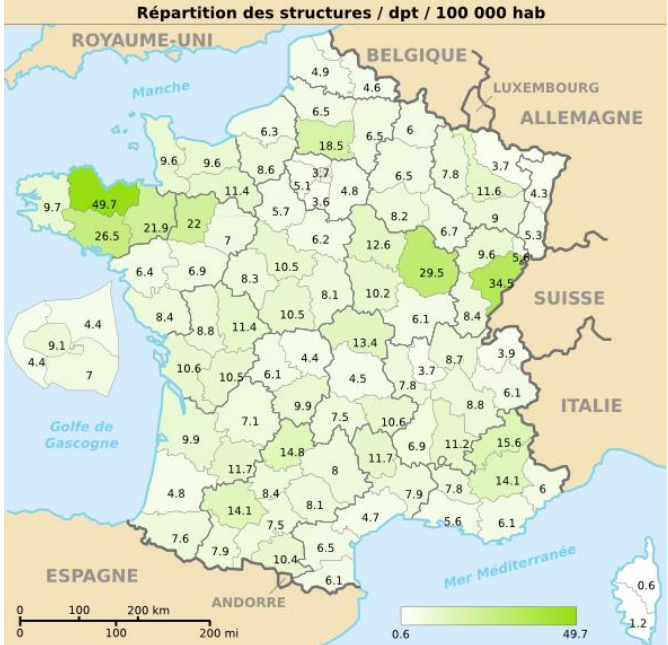


Figure 28 - Facteurs de répartition géographique des catégories d'acteurs du réemploi et de la réutilisation

La répartition géographique des structures de réemploi et de réutilisation est établie pour chacune de ces quatre catégories.

### III.4.4. REPARTITION GLOBALE DES STRUCTURES

Les deux cartes présentées ci-dessous permettent d'apprécier la répartition globale des structures de réemploi et de réutilisation sur le territoire. Les différents types d'acteurs sont regroupés sur ces cartes et elles ne visent donc pas à fournir une analyse précise des raisons expliquant les logiques de répartition.

Cartes	Descriptions et analyses
<p style="text-align: center;"><b>Répartition des structures / dpt</b></p> 	<p>Cette carte présente le nombre de structures de réemploi et de réutilisation. De fortes disparités apparaissent selon les départements.</p> <p><b>Ces disparités semblent être en lien avec la densité de population lorsque nous comparons avec la carte ci-dessous représentant la répartition de la population par département.</b></p> 
<p style="text-align: center;"><b>Répartition des structures / dpt / 100 000 hab</b></p> 	<p>Cette carte présente la répartition du nombre de structures de réemploi et de réutilisation pour 100 000 habitants. Celle-ci illustre l'accès global de la population au réemploi et à la réutilisation.</p> <p>La carte est relativement homogène mais quelques départements se détachent : <b>la Côte d'Armor, le Doubs, la Côte d'Or et le Morbihan, l'Oise.</b> Un des objectifs de l'analyse qui suit est d'en expliquer les raisons.</p>

### III.4.5. ANALYSE DES CORRELATIONS

La réalisation de cartographies en fonction des catégories d'acteurs a pour but d'analyser les logiques de répartition. Les facteurs de répartition étant similaires au sein d'une catégorie, la réalisation de cartes en fonction des catégories a pour but d'expliquer les logiques de répartition des acteurs.

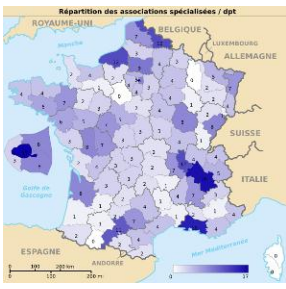
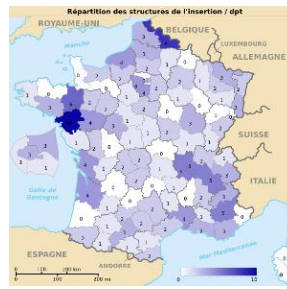
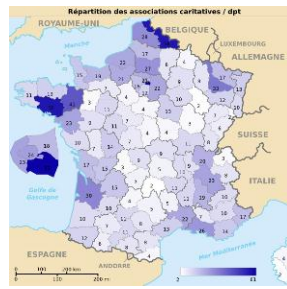
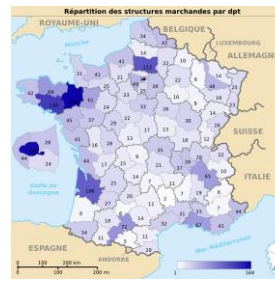
Plusieurs critères ont été comparés à la répartition géographique des quatre catégories afin d'en analyser les corrélations :

- la densité de population, soit le nombre d'habitants par département ;
- le niveau de vie, soit le salaire moyen par département ;
- le dynamisme du département en matière de prévention des déchets, soit le taux de la population du département couverte par un programme locale de prévention des déchets.

## Analyse de la corrélation avec la densité de population

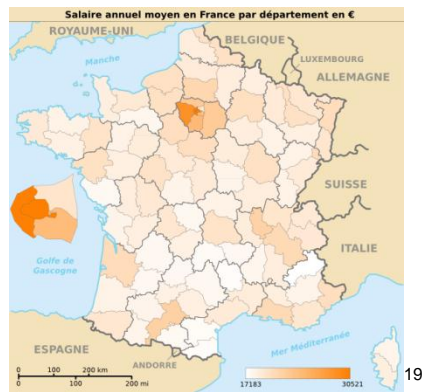


Les départements aux nombres d'habitants les plus élevés sont ceux abritant de grandes agglomérations (Lille, Dunkerque, Paris, Marseille, Lyon, Bordeaux, Toulouse, ...). Globalement, le nombre de structures par département est corrélé à la population. Quelques zones ne répondent pas à cette logique et sont détaillées ci-dessous pour chacune des catégories.

			
<p>Associations spécialisées</p>	<p>Structures de l'insertion</p>	<p>Associations caritatives</p>	<p>Structures de l'occasion</p>
<p>Cette carte suit la répartition de la population. La répartition est homogène (les écarts sont faibles en comparaison des autres cartes).</p>	<p>Cette carte suit la répartition de la population. La répartition est homogène (les écarts sont faibles en comparaison des autres cartes).</p>	<p>Cette carte suit la répartition de la population. Le <b>Morbihan</b> et le <b>Val de Marne</b> concentrent un nombre important de structures par rapport au niveau de la population de ces deux départements.</p>	<p>La répartition des structures marchandes est globalement corrélée à la population, <b>L'île et Vilaine, le Morbihan et l'Oise</b> font exception et concentrent un nombre important de structures de l'occasion en comparaison à la population de ces départements.</p>

Afin de quantifier l'accès au réemploi et à la réutilisation et d'analyser d'autres corrélations, il est intéressant de s'affranchir de l'influence de la répartition de la population. Des cartes (en vert ci-dessous) ont donc été réalisées pour chaque catégorie afin de représenter la répartition du nombre de structures pour 100 000 habitants par département.

## Analyse de la corrélation avec le niveau de vie



Aucune corrélation globale entre le niveau de salaire et la répartition des structures au sein des différentes catégories ne peut être affirmée tant les différences entre la répartition ci-dessus et les répartitions ci-dessous semblent importantes.



Associations spécialisées

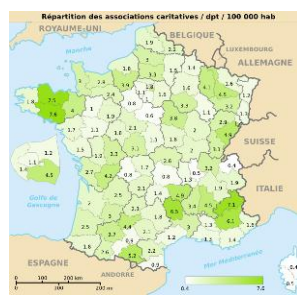
Aucune corrélation observée



Structures de l'insertion

Une zone comporte un nombre conséquent de structures : **les Alpes de Haute Provence et les Hautes Alpes**. Ces deux départements sont parmi ceux ayant les salaires les moins élevés en France.

La liste des structures de l'insertion référencées dans l'annuaire n'est pas exhaustive donc cette



Associations caritatives

C'est sur cette carte que les écarts de répartition entre les départements sont les moins élevés. **L'implantation historique** de ces structures justifie l'homogénéité de leur répartition.

Le nombre d'associations caritatives pour 100 000 habitants semble par ailleurs **inversement**



Structures de l'occasion

**La Bretagne se détache.**

Il semble possible d'établir une légère corrélation inverse sur les départements du **Finistère** et du **Morbihan** entre le nombre de structures de l'occasion et le niveau de salaire.

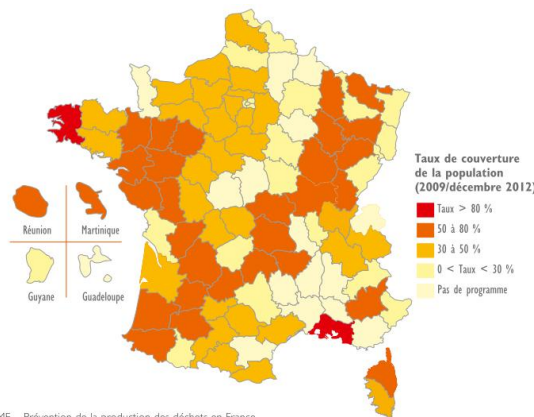
Par ailleurs, la forte densité de structures

<sup>19</sup> INSEE pour l'année 2010



	analyse reste limitée.	<b>corrélé aux salaires.</b> La vocation sociale très forte des associatives caritatives explique cette corrélation inverse. Ces structures se sont donc implantées de façon à répondre aux besoins de la population.	en <b>Bretagne</b> , et en particulier de vides-greniers et brocantes, peut s'expliquer par la fréquentation des parisiens à fort pouvoir d'achat et des touristes.
--	------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Analyse de la corrélation avec le dynamisme des départements en matière de prévention des déchets



Source : ADEME – Prévention de la production des déchets en France, tableau de bord, bilan 2012.

20

21

La carte ci-dessus présente le taux de couverture de la population par un plan de prévention déchets. Cette carte permet de refléter le dynamisme des départements la collectivité locale en matière de prévention des déchets

<p>Répartition des associations spécialisées / dpt / 100 000 hab</p>	<p>Répartition des structures de l'insertion / dpt / 100 000 hab</p>	<p>Répartition des associations caritatives / dpt / 100 000 hab</p>	<p>Répartition des structures marchandes / dpt / 100 000 hab</p>
Associations spécialisées	Structures de l'insertion	Associations caritatives	Structures de l'occasion

<sup>20</sup> INSEE pour l'année 2012

<sup>21</sup> ADEME – Chiffres clés déchets 2014

Aucune corrélation évidente n'a pu être identifiée entre le taux de couverture de la population par des plans de prévention déchets et la répartition des structures de réemploi et de réutilisation pour chacune des catégories. L'analyse a été réalisée par département mais mérite d'être conduite à l'échelle des collectivités territoriales lorsqu'il s'agit de s'intéresser aux plans de prévention déchets.

D'après des experts de la prévention des déchets, la Bretagne et les départements de Côte d'Or et du Doubs sont historiquement présents sur la thématique ce qui serait la cause de la forte présence de structures dans ces zones.

Une méthodologie théorique a été ainsi définie et servira de base au prochain panorama. Il s'est avéré complexe d'analyser les corrélations entre la répartition géographique et les facteurs identifiés. Différentes raisons peuvent être avancées : les logiques de répartition communes aux différents acteurs se mêlent aux spécificités des acteurs et à leur historique d'implantation. L'analyse a été réalisée par département et gagnerait en finesse, mais aussi en complexité, si celle-ci était réalisée à l'échelle des communautés d'agglomérations. Enfin, Le nombre de critères analysés est limité.

Les évolutions de la répartition géographique dans le temps n'ont pas été analysées, les données de l'annuaire manquant encore d'exhaustivité pour permettre toute comparaison.

### III.4.6. SPECIFICITES DE CERTAINS ACTEURS

La répartition géographique présentée est basée sur l'annuaire du réemploi et de la réutilisation. L'annuaire peut manquer d'exhaustivité, ce qui constitue la première limite de cette répartition et de l'analyse des corrélations.

Une deuxième limite à cette analyse provient de la spécificité des facteurs de certains acteurs, permettant de comprendre le développement de leurs réseaux. L'histoire de chaque réseau et les caractéristiques de son modèle rendent compte de la complexité des logiques de répartitions.

Emmaüs explique ainsi sa présence plus forte dans les régions du Nord de la France à cause d'une forte entraide sociale dans ces régions.

Le réseau L'Heureux Cyclage s'est, en grande partie, développé selon un phénomène d'essaimage. Les adhérents exportent le concept de l'atelier lorsqu'ils déménagent vers une autre ville en créant une nouvelle structure. De nombreuses structures se sont ouvertes près de la Belgique et dans la région Rhône-Alpes car la pratique du vélo est plus développée dans ces régions.

L'UNEA insiste sur le fait que la possibilité de créer des partenariats avec les entreprises locales peut expliquer la répartition des structures. Certaines entreprises d'insertion suivent le même modèle.

Pour le réseau ENVIE, la présence de gisements dans la zone géographique d'implantation est évaluée par Eco-Systèmes et conditionne donc la répartition géographique de manière spécifique.

Au sein du Réseau des Ressourceries, des programmes régionaux se développent au sein du réseau depuis plusieurs années. Lorsque plusieurs Ressourceries en font la demande et sont jugées assez développées pour y participer, celles-ci se regroupent pour mettre en place un programme d'actions communes. Celui-ci comprend un système d'accompagnement de porteurs de projets par les Ressourceries, subventionné par l'ADEME régionale, le conseil régional et la DREAL à certaines occasions. Ce programme donne lieu à un réel partage d'expériences et permet de développer le réseau sur la région. A titre d'exemple, les régions Rhône-Alpes et PACA ont ainsi vu la création de nouvelles structures passant respectivement de 3 à 18 et de 3 à 13 structures.

## III.5. DEFINITION D'UN MAILLAGE OPPORTUN

### III.5.1. OBJECTIF

Développer un réseau de réemploi et de réutilisation via les différents acteurs a pour but de répondre à la nécessaire « rencontre » entre un donneur / vendeur et un receveur / acheteur. Les acteurs du

réemploi et de la réutilisation réalisent cette mise en relation grâce au réseau de structures qu'ils ont développé et développent encore.

L'analyse de la répartition géographique présentée précédemment peut s'appuyer sur la définition d'un maillage opportun afin de déterminer aussi bien les zones où le besoin en structures est le plus important que les zones où l'accès semble optimal et en comprendre les raisons. Pour cela il est indispensable de mener une réflexion sur le développement de l'ensemble des structures de réemploi et de réutilisation. Il est envisageable, qu'à terme ou sur certaines zones, le développement des structures puisse atteindre un équilibre : la demande en biens d'occasion d'un certain type peut ainsi être saturée ou le gisement captée par les structures existantes. La venue de nouveaux entrants serait alors susceptible de déstabiliser cet équilibre et de mettre en péril l'existence économique des acteurs existants. Certaines structures pourraient toutefois s'implanter en ayant recours à des stratégies d'implantations adaptées et en développant de nouveaux services.

### III.5.2. DES STRATEGIES D'IMPLANTATION ADAPTEES AU BASSIN DE VIE

Deux stratégies permettent aux sociétés / organisations de services de développer leur activité : la multi localisation et le multiservices.<sup>22</sup>

La première offre un seul et unique concept de service en de nombreux points afin de, peu à peu, couvrir l'ensemble du territoire. La zone de chalandise est donc en général faible. La deuxième stratégie propose une palette de services conséquente, le nombre d'implantations est faible et la zone de chalandise grande.<sup>23</sup>

#### **Modèles d'implantation au sein de l'Economie Sociale et Solidaire**

L'ESS développent des modèles adaptées au bassin de vie. La taille de la structure créée permet de répondre, au plus près, au besoin de la population. Une implantation dans une zone à faible densité peut donc très bien être réalisée si elle est dimensionnée de manière adéquate.

Le type de services proposés par les structures permet également de s'adapter au bassin de vie et ainsi ne pas délaisser les zones les moins peuplées. En effet, la zone de chalandise d'une structure de réemploi et de réutilisation est en général de 30 km mais celle-ci peut varier en fonction du modèle de la structure.

Sur un bassin de plus de 100 000 habitants, une structure propose en général un service unique étant le réemploi et la réutilisation et cela suffit à assurer son fonctionnement.

Entre 50 et 100 000 habitants sur un bassin, une structure commencera à développer des services supplémentaires afin d'agrandir la zone de chalandise et d'assurer son fonctionnement. Certaines structures créent des événements qui permettent de répondre au besoin d'un territoire plus grand.

Enfin, sur un bassin contenant moins de 50 000 habitants, les structures développent en général un modèle « multiservices ». Le réemploi n'est donc pas la seule activité réalisée et les acteurs concentrent les services proposés. Cela a pour effet d'agrandir la zone de chalandise et limiter les déplacements pour les personnes bénéficiaires ou donateurs du modèle. Celles-ci pourront accéder à une palette large de service en un seul et unique lieu.

#### **Modèle d'implantation au sein du secteur de l'occasion**

---

<sup>22</sup> Management stratégique des services, Eric VOGLER, Mai 2004, p158

<sup>23</sup> Management stratégique des services, Eric VOGLER, Mai 2004, p82;162

Dans le secteur de l'occasion, les modèles sont tout autres puisque la notion de rentabilité intervient, ce qui est le cas dans une moindre mesure dans le secteur de l'ESS. L'implantation se fera en fonction de la densité de population et de la proximité avec la cible. La notion d'agrandissement de la zone de chalandise en effectuant du multiservice reste néanmoins un concept valable pour le secteur de l'occasion.

### **III.5.3. DEUX APPROCHES POUR DEFINIR LE MAILLAGE OPPORTUN**

#### **L'APPROCHE ECONOMIQUE**

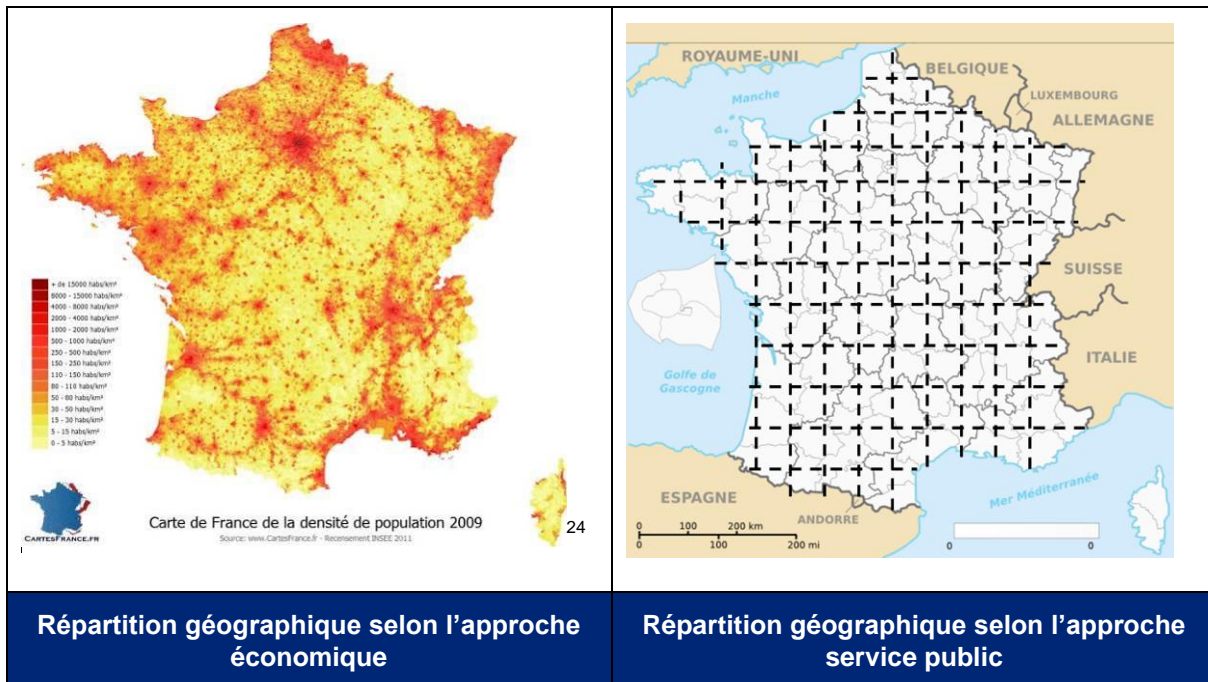
L'approche économique vise à s'implanter dans les zones où la densité de population permet de créer une structure économiquement viable. Cette approche a pour conséquence d'obtenir un maillage correspondant à la répartition de la population, il s'agit d'une approche économique adaptée au secteur de l'occasion et au secteur de l'ESS dans les zones à forte densité.

#### **L'APPROCHE SERVICE PUBLIC**

L'approche service public consiste à garantir l'accès des habitants à une structure de réemploi et/ou de réutilisation dans un laps de temps limité : les structures de réemploi et de réutilisation sont alors, implicitement, considérées comme un service public (égalité d'accès et de tarifs). Le maillage opportun serait donc beaucoup plus quadrillé et l'accès serait calculé en minutes ou en kilomètres à l'instar d'autres services publics. L'implantation sera facilitée par un accès à des ressources variées de financement (aides à l'emploi, prestations pour des collectivités, des entreprises, subventions)

Cette approche service public semble adaptée aux structures de l'ESS. En effet comme nous avons pu le voir ces structures, bien qu'ayant des problématiques économiques, n'opèrent généralement pas selon une logique de rentabilité et s'intègrent sur les zones qui en ressentent le besoin. Ceci doit toutefois être tempéré car, au sein du secteur de l'ESS, les structures obéissent à des logiques différentes, certaines étant fiscalisées à des niveaux différentes et d'autres ne l'étant pas.

La carte ci-après (de droite) représentant la répartition géographique selon l'approche service public reste très caricaturale et ne prend en compte que l'aspect kilométrique dans l'accès au service. La densité de population est également à prendre en compte car un nombre supérieur de structures est nécessaire dans les zones urbaines afin de garantir un accès à l'ensemble de la population. Enfin, la mise en place de services mobiles dans les zones à très faible densité permet d'installer moins de structures tout en garantissant l'accès au réemploi et à la réutilisation. Les mailles représentées peuvent donc varier en fonction des territoires.



**Répartition géographique selon l'approche économique**

**Répartition géographique selon l'approche service public**

Le maillage opportun de la répartition géographique des structures de réemploi et de réutilisation se situe entre ces deux approches. Notons que l'ESS peut être complémentaire au secteur de l'occasion en répondant à un besoin différent correspondant à priori à d'autres territoires.

Sous-secteur	Densité faible	Densité moyenne	Densité forte
<b>ESS</b>	Approche service public Multi-services et structures mobiles	Approche service public Développement de services supplémentaires	Approche économique Activités de réemploi et de réutilisations uniquement
<b>Occasion</b>	Aucune implantation	Approche économique Développement de services supplémentaires	Approche économique

Définir un maillage opportun reste néanmoins un exercice périlleux tant la diversité des territoires est grande et les facteurs les influençant complexes. Une analyse plus approfondie permettrait sans doute de statuer sur les zones à privilégier lors de l'ouverture de structures de réemploi et de réutilisation.

<sup>24</sup> Cartes de France – année 2009

### III.5.4. EMBLEMMENT D'UNE STRUCTURE DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION

Le choix de la localisation d'une structure de réemploi et de réutilisation influence fortement le fonctionnement à venir de celle-ci. En effet la venue des différentes parties prenantes conditionne la réalisation du concept de mise en relation.

Néanmoins, ce choix est lié à un certain nombre de critères, pour certains antinomiques :

- Prix du foncier
- Proximité de lieux d'achats
- Accessibilité (notamment aux véhicules)

Les zones périurbaines abritant des zones commerciales importantes semblent cumuler de nombreux avantages par rapport à la plupart des critères mentionnés ci-dessus. Cette analyse dépend toutefois des types de biens traités, les contraintes n'étant pas les mêmes pour les vélos et pour le mobilier par exemple.

Depuis quelques années, les structures de dépôts-ventes s'installent de plus en plus en centre-ville afin d'être au plus près de la clientèle. Il s'agit de structures compactes au stockage réduit.

Les structures de l'ESS nécessitent des espaces de stockage plus importants que les structures de l'occasion. Les flux y sont plus importants et des camions circulent à proximité entraînant parfois des nuisances. Cela explique que ces structures soient plus souvent situées en périphérie des villes. Le coût du foncier est également un élément conditionnant l'implantation des structures.

## IV. POIDS ECONOMIQUE DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION EN FRANCE ET IMPACT DU SECTEUR SUR LA PRODUCTION DE DECHETS

### IV.1. METHODOLOGIE

#### IV.1.1. LES OBJECTIFS

Il s'agit d'identifier aussi précisément que possible le poids que représente le secteur du réemploi et de la réutilisation dans l'économie française en termes de chiffre d'affaires et d'emplois. L'importance des différents acteurs du secteur du réemploi et de la réutilisation doit pouvoir être mesurée.

Il s'agit ensuite de mesurer l'impact du secteur sur la production de déchets, c'est-à-dire les quantités de déchets réemployables, collectés et effectivement réemployés.

Un tableau de bord est réalisé afin de permettre un suivi des différents indicateurs.

#### IV.1.2. ELABORATION DU TABLEAU DE BORD

La méthodologie utilisée pour établir un bilan économique du secteur du réemploi passe par la construction d'un tableau de bord recensant toutes les données clés. Sa construction se base sur le tableau de bord réalisé pour le Panorama 2012.

Le tableau de bord 2014 liste les acteurs principaux des secteurs de :

##### L'Economie Sociale et Solidaire :

- **Les réseaux spécialisés:** Emmaüs, Réseau des Ressourceries, Envie, L'Heureux Cyclage et Tissons la solidarité ;
- **Œuvres caritatives :** Croix Rouge française, Armée du Salut, Secours Catholique, Secours Populaire, Restaurants du Cœur et Oxfam ;
- **Réseaux d'acteurs de l'IAE :** CNEI, CNLRQ, CHANTIER Ecole ;
- Réseaux d'EA et d'ESAT : UNEA ;
- **Réseaux secondaires et acteurs indépendants :** contrairement à la classification utilisée lors du panorama, cette catégorie contient également les membres des réseaux d'acteurs de l'IAE pour des raisons de méthodologie expliquées ci-après.

##### L'occasion :

- **Sites internet de mise en relation :** Leboncoin.fr, les autres sites de mise en relation ; eBay, Priceminister, TrocTribu.com;
- **Dépôts ventes :** La Trocante, Troc 3000, Troc.com, La Caverne des Particuliers, ABC Dépôt Vente, Indépendants ;
- **Revendeurs :** Cash Express, Happy Cash, Cash Converters, Easy Cash, Planet Cash, réseaux secondaires et indépendants ;
- **Vide-greniers et brocantes :** les manifestations, les structures physiques des brocanteurs.

Pour tous ces acteurs, le tableau définit le type d'information à collecter :

- Nombre et type d'établissements, en unités ;
- Chiffre d'affaires, en millions d'euros ;

- Volumes monétaires liés aux transactions en millions d'euros ;
- Emploi, en Equivalent Temps Plein (ETP) ;
- Flux d'approvisionnements par types de produits, en tonnes, unités, et euros ;
- Ventes par types de produits, en tonnes, unités, et euros ;
- Total des quantités collectées, réemployées et valorisées, en tonnes ;
- Le taux de réemploi, en pourcentage.

#### ▶ ANNEES DE REFERENCE

Pour chaque acteur, on utilise trois colonnes :

- La colonne 2010 reprend les données collectées lors du Panorama 2010. Ces données se réfèrent à l'année 2008, 2009 ou 2010 selon les informations connues à l'époque.
- La colonne 2012 inclut les données collectées lors du Panorama 2012. Il s'agit selon les cas des données 2010 ou 2011.
- La colonne 2014 inclut les données collectées pour la présente étude. Il s'agit selon les cas des données 2012 ou 2013.

#### ▶ ONGLETS

Le tableau de bord comporte cinq onglets :

- Un onglet introductif présentant l'objet du tableau de bord et des différents onglets ;
- Un onglet « ESS » qui présente toutes les données pour les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire ;
- Un onglet « occasion » qui présente les données des acteurs du secteur de l'occasion ;
- Un onglet consolidation qui reprend les données des sous-secteurs des deux onglets précédents ;
- Un onglet « Lexique » qui explique certains termes employés dans le tableau de bord.

#### ▶ CONSOLIDATION

Pour chaque sous-secteur (« Sites internet de mise en relation » dans le cas de l'occasion par exemple), trois colonnes reprennent respectivement le total des données 2010, 2012 et 2014. Les totaux des données des sous-secteurs sont repris en fin de ligne dans des colonnes 2010, 2012 et 2014 afin de consolider les données par secteur. Ils permettent de calculer des évolutions entre 2012 et 2014.



**Tableau 4 - Présentation du Tableau de bord 2014**

- Nombre d'établissements (unités)
  - Magasins franchisés
  - Magasins en propre
  - Structures associatives
  - Entreprises d'insertion
  - EA/ESAT
  - Autres
- Chiffre d'affaires (M€)
  - Global
  - Au titre du réemploi et de la réutilisation
  - Flux économiques des particuliers
- Emplois (ETP)
  - Salariés (CDD/CDI)
  - Emplois d'insertion
  - Emplois adaptés
  - Stagiaires
  - Travaux d'Intérêt général
  - Autres
  - Bénévoles
- Approvisionnements (tonnage, unité, €)
- Ventes (tonnage, unité, €)
- Total (tonnage)
- Quantités valorisées (tonnage)
- Taux de réemploi et de réutilisation (%)



	Statut	Moyenne arithmétique				Moyenne des carrés				Moyenne des cubes				Moyenne des carrés				Moyenne des cubes				Total	2010	2012	2014	Evolution 2012 / 2014	Commentaire 2014
		2010	2012	2014	2010	2012	2014	2010	2012	2014	2010	2012	2014	2010	2012	2014											
<b>TOTAL</b>		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Magasins</b>		...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>ESS</b>		...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Occasion</b>		...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Totaux 2010 / 2012 / 2014</b>		...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

### IV.1.3. EVOLUTION DE LA METHODOLOGIE DE COLLECTE DES DONNEES

#### IV.1.3.1 METHODOLOGIE GENERALE

Afin d'améliorer l'exhaustivité des données du tableau de bord et du bilan économique, une différenciation a été faite entre les « réseaux principaux » (voir Définitions) et les « réseaux secondaires et indépendants » (voir Définitions) au sein de chaque sous-secteur.

Au sein du secteur de l'ESS, certains acteurs appartiennent simultanément à des réseaux spécialisés et des réseaux de l'IAE. Leurs données ont été prises en compte au sein des données totales des réseaux spécialisées. En raison des difficultés des réseaux de l'IAE à obtenir les informations de leurs structures n'appartenant pas à des réseaux spécialisées, le choix a été fait de les intégrer dans les réseaux secondaires et indépendants afin de les estimer selon la même méthodologie.

Catégorie	Méthodologie de collecte	Limites
<b>Réseaux principaux</b> Principaux réseaux de chaque sous-secteur	<ol style="list-style-type: none"> <li>Entretiens téléphoniques avec les têtes de réseaux : données brutes ou hypothèses</li> <li>Recherches bibliographiques complémentaires et relevés statistiques</li> </ol>	Données des œuvres caritatives non disponibles car non suivies : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les données fournies en 2012 par la Croix-Rouge sont conservées</li> <li>- Les données des autres principales œuvres caritatives sont jugées négligeables</li> </ul>
<b>Réseaux secondaires et indépendants</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Sélection de liste d'acteurs à interroger par catégories d'acteurs</li> <li>Phoning afin de collecter les données</li> </ol>	Faible nombre de données collectées

Figure 29 - Méthodologie de collecte des données

#### IV.1.3.2 ESTIMATION DES DONNEES DES RESEAUX SECONDAIRES ET DES INDEPENDANTS AU SEIN DE CHAQUE CATEGORIE D'ACTEURS

Les données ont été estimées sur la base des réponses d'un échantillon d'acteurs à une action de phoning. La méthodologie est détaillée en Annexe II (page 123).

Les résultats par type d'acteurs sont détaillés ci-après. Ceux-ci doivent être considérés avec une grande prudence puisqu'ils sont le fruit d'estimations sur des échantillons réduits. Leurs limites sont également exposées en Annexe II (page 123).

**Tableau 5 - Résultats des extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur de l'ESS en 2013**

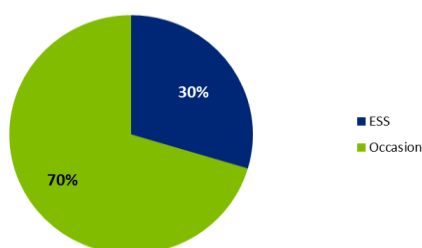
	ESS	Dépôts-vente	Revendeurs	Brocanteurs
<b>Nombre de réseaux secondaires et d'indépendants</b>	503	1 118	324	1129
<b>Nombre de réponses</b>	16 (3,2%)	27 (2,4%)	6 (1,9%)	27 (2,4%)
<b>CA (M€)</b>	58	95	53	96
<b>Emplois (ETP)</b>	5 344	1 656	432	1568
<b>Flux collectés (nombre d'objets)</b>	106 546 (tonnage)	2 129 387	2 139 321	7 062 177
<b>Flux vendus (nombre d'objets)</b>	27 702 (tonnage)	2 129 387	2 139 321	7 062 177

## IV.2. POIDS ECONOMIQUE DU SECTEUR

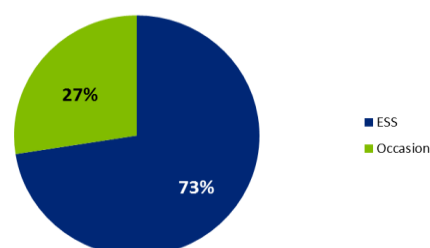
### IV.2.1. LES BILANS ECONOMIQUES PAR SECTEUR

Les estimations et extrapolations permettent d'estimer à **près de 1 000 M€ par an le chiffre d'affaires lié au réemploi/réutilisation en France en 2013**. Les effectifs associés sont évalués à **environ 22 000 ETP** tandis que le **nombre de bénévoles est estimé à environ 16 000 ETP**.

Comme l'illustrent les figures ci-dessous, bien que l'ESS représente seulement 30 % du chiffre d'affaires global, les entreprises de ce secteur emploient environ 73 % des effectifs occupés par les activités de réemploi et de réutilisation.



**Figure 30 - Répartition du chiffre d'affaires lié au réemploi et à la réutilisation entre le secteur de l'ESS et de l'occasion en 2013**



**Figure 31 - Répartition des effectifs occupés par les activités de réemploi et de réutilisation entre le secteur de l'ESS et de l'occasion en 2013**

Les données et leurs limites sont détaillées ci-dessous pour chaque secteur. Pour des raisons de disponibilité des données, les approximations suivantes ont été réalisées :

- les données de l'année 2009 incluent les données collectées lors du Panorama 2010. Ces données se réfèrent à l'année 2008, 2009 ou 2010 selon les informations connues à l'époque ;
- les données de l'année 2011 incluent les données collectées lors du Panorama 2012. Il s'agit selon les cas des données 2009 ou 2010 ;
- les données de l'année 2013 incluent les données collectées pour la présente étude. Il s'agit selon les cas des données 2011 ou 2012.

### IV.2.1.1 ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

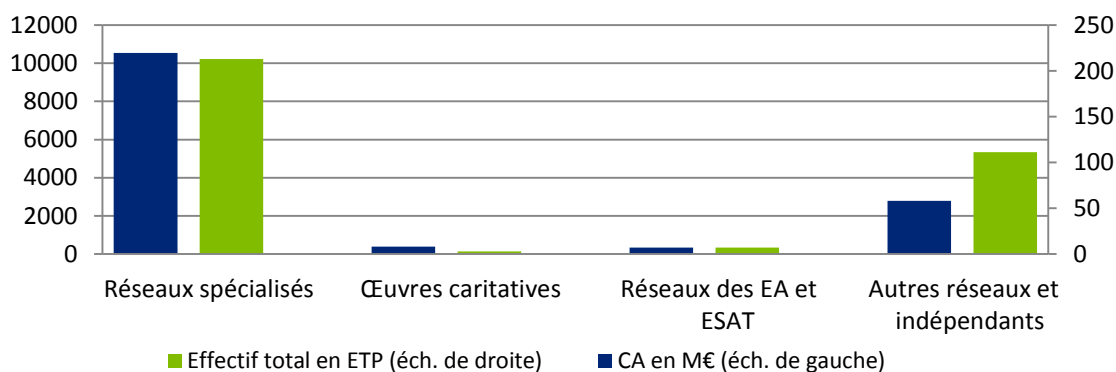


Figure 32 - Bilan économique du secteur de l'Economie Sociale et Solidaire en 2013

En 2013, le chiffre d'affaires de l'ESS au titre du réemploi et de la réutilisation peut être estimé autour de **300 M€ par an**. L'évolution du chiffres d'affaires entre 2011 et 2013, pour les acteurs dont les données de 2011 sont connues, c'est-à-dire à périmètre constant, est au global de +20% au même titre qu'entre 2011 et 2009. La croissance de l'ESS est donc constante.

En termes d'emplois, **les effectifs liés au réemploi sont estimés à 16 000 ETP environ** en 2013. L'évolution de l'effectif total entre 2011 et 2013, pour les acteurs dont les données de 2011 sont connues, c'est-à-dire à périmètre constant, est au global de +30%.

L'activité de l'ESS est également assurée grâce aux bénévoles. En 2013, ils représentent environ 7 000 ETP.

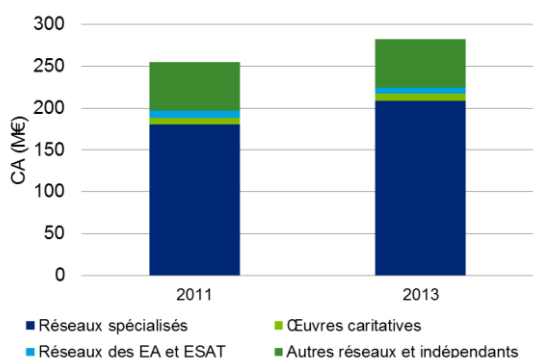


Figure 33 - Evolution du CA lié au réemploi et à la réutilisation au sein du secteur de l'ESS entre 2011 et 2013, à périmètre constant

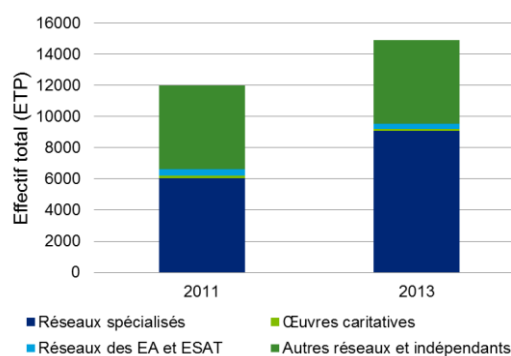
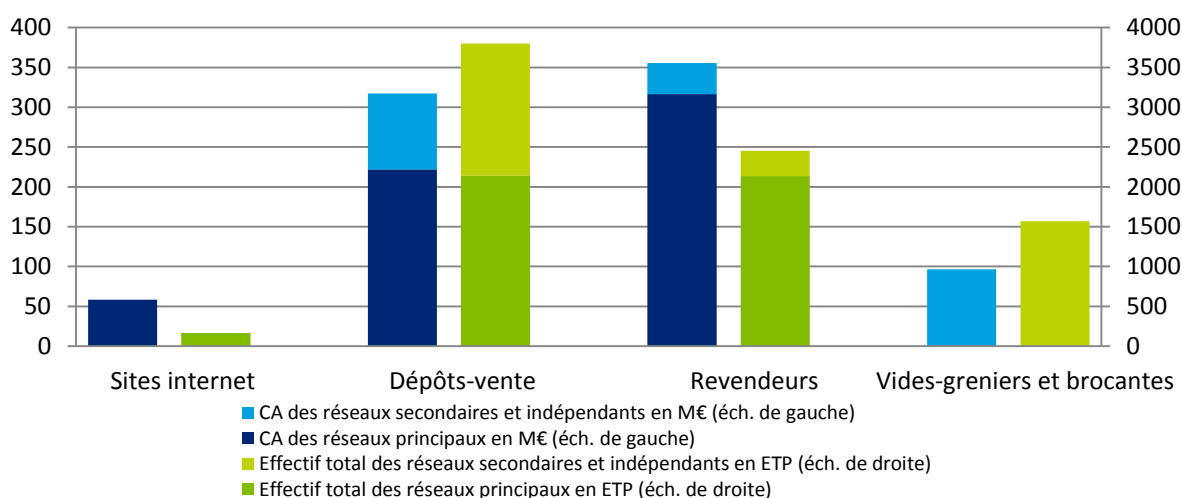


Figure 34 - Evolution de l'effectif total lié au réemploi et à la réutilisation au sein du secteur de l'ESS entre 2011 et 2013, à périmètre constant

**Ces estimations sont sujettes aux trois limites suivantes :**

- Les structures de l'ESS améliorent le suivi de leur activité et fiabilisent leurs données. Une analyse des tendances d'évolution globales doit donc être préférée à une analyse précise des chiffres d'évolution entre 2011 et 2013.
- Les chiffres pour les réseaux secondaires et indépendants sont basés sur un faible échantillon de répondants. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 19. Il est nécessaire de préciser que le nombre de bénévoles n'est pas estimé.
- Les données des principales œuvres caritatives n'ont pas pu être estimées à l'exception de celles de la Croix-Rouge sur la base des chiffres fournies lors du panorama 2012. L'impact est faible en termes de chiffre d'affaires et d'emplois mais n'est pas négligeable en termes de bénévoles.

**IV.2.1.2 OCCASION**

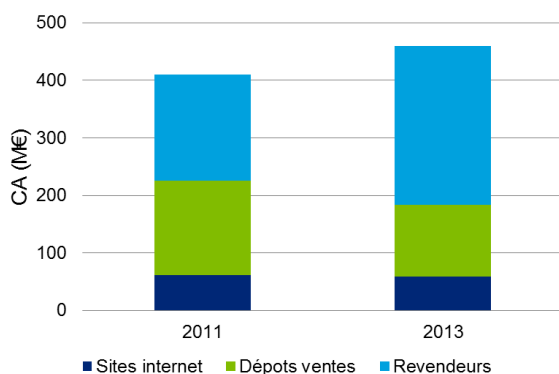


**Figure 35 - Bilan économique du secteur de l'occasion en 2013**

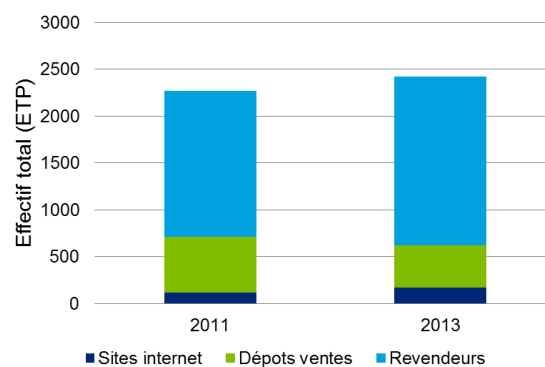
En 2013, le chiffre d'affaires des structures de l'occasion réalisé au titre du réemploi peut être estimé autour de 700 M€ par an. L'évolution du chiffre d'affaires entre 2011 et 2013, pour les acteurs dont les données de 2012 sont connues, c'est-à-dire à périmètre constant, est de +12%.

A ceci s'ajoute un volume de transaction qui représente environ 200 millions de biens sur les sites internet et environ 300 millions dans les vides-greniers et brocantes (ventes de particuliers). La valeur monétaire de ce volume n'a pas pu être estimée.

Les effectifs du marché de l'occasion sont estimés à près de 6 000 ETP en 2013. L'évolution de l'effectif total entre 2011 et 2013, pour les acteurs dont les données de 2011 sont connues, c'est-à-dire à périmètre constant, est de +7%. Les vides-greniers et brocantes sont majoritairement organisés par des particuliers dont on estime le nombre à environ 10 000 ETP.



**Figure 36 -Évolution du CA lié au réemploi au sein du secteur de l'occasion entre 2011 et 2013 (hors vides-greniers/brocantes)**



**Figure 37 - Evolution des effectifs liés au réemploi au sein du secteur de l'occasion entre 2011 et 2013 (hors vides-greniers/brocantes)**

Ces estimations sont sujettes aux deux limites suivantes :

- Elles sont le fruit d'estimations et d'extrapolations réalisées sur la base d'entretiens, de données bibliographiques, et de relevés statistiques menés sur une échelle de temps restreinte.
- Les chiffres pour les réseaux secondaires et indépendants sont basés sur un faible échantillon de répondants. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 20, le Tableau 21 et le Tableau 22.

## IV.2.2. LES ENJEUX LIES AUX RESSOURCES HUMAINES AU SEIN DES STRUCTURES DE L'ESS

### IV.2.2.1 IDENTIFICATION DES METIERS PRESENTS DANS LES STRUCTURES DE L'ESS

Afin d'identifier les métiers présents dans les structures de l'ESS, la nomenclature et la codification du ROME (Répertoire opérationnel des métiers et des emplois) a été utilisée. Celui-ci a été créé par L'ANPE, aujourd'hui Pôle emploi en France, et sert à identifier aussi précisément que possible chaque métier : il comprend plus de 10 000 appellations de métiers et d'emplois.

Le code ROME, composé d'une lettre et quatre chiffres, se structure en trois niveaux :

- la lettre (de A à N) qui correspond à une famille de métiers (au nombre de 14) ;
- la lettre et les deux premiers chiffres identifient le domaine professionnel (au nombre de 110) ;
- la lettre et les quatre chiffres, représentant le code ROME, renvoient à la fiche métier (531 fiches regroupant plus de 10 000 appellations différentes de métiers et emplois).

Le recensement des codifications a été réalisé lors d'entretiens avec les principaux réseaux puis les niveaux de qualification requis ont été définis sur la base des fiches métiers de chaque code ROME et disponibles sur le site de Pôle Emploi.

**Cinq familles de métiers ont été identifiées au sein du secteur de l'ESS.** Les services à la personne et à la collectivité sont représentés par 9 codes ROME et correspondent aux **activités d'encadrement, de direction de structures, de formation, de conseil en insertion, de médiation sociale ou encore de tri des biens collectés**. Vient ensuite la famille Industrie & Installation et Maintenance (4) correspondant aux **activités de réparation en vue de la réutilisation** puis Commerce, Vente et Grande Distribution (3) correspondant aux **activités de vente de biens** dans le cadre des activités de réemploi et de réutilisation. La 4<sup>ème</sup> famille est transport et Logistique correspondant aux **activités de logistique (collecte, magasinage, préparation des commandes)** puis enfin la dernière famille identifiée, Support à l'Entreprise, correspond à **l'administration des ventes**.

On observe une forte similarité en termes de métiers entre les différentes structures de l'ESS réalisant des activités de réemploi et de réutilisation.

Les **niveaux de qualification requis sont divers** : aucun **diplôme ni expérience professionnelle** n'est demandé dans les activités de transport de biens ou de tri : en revanche, un **diplôme de niveau Bac+5** peut être demandé sur des postes de direction de structures ayant des activités de réemploi et de réutilisation. Dans certains cas, des expériences professionnelles permettent également d'accéder à un métier en disposant d'un diplôme moins avancé.

Le détail du recensement est présenté dans le Tableau ci-dessous.

**Tableau 6 - Recensement des métiers liés aux activités de réemploi et de réutilisation au sein des structures de l'ESS**

Famille	Codes ROME	Activités	Niveau de qualification requis
<b>SERVICES A LA PERSONNE ET A LA COLLECTIVITE</b>	K1203	<b>Encadrement technique en insertion professionnelle</b>	<b>Expérience professionnelle dans un secteur technique (bâtiment, restauration, ...)</b> L'emploi/métier d'éducateur technique spécialisé est accessible avec le Diplôme d'Etat d'Educateur Technique Spécialisé -DEET- et celui de moniteur d'atelier avec le Certificat de Qualification des Moniteurs d'Atelier - CQMA-.
	K1802 K1403 K2306	<b>Direction/Développement</b> * Management de structure de santé, sociale ou pénitentiaire * Supervision d'exploitation éco-industrielle * Développement local	<b>Bac+2 (Diplôme d'Etat, BTS DUT, ...) à Bac+5</b> (Master professionnel, ...) dans : - le secteur social pour les responsables de structures sociales - le secteur éco-industriel - les sciences sociales, économiques, humaines, aménagement du territoire et urbanisme pour les responsables de développement
	K1801	<b>Conseil en emploi et insertion professionnelle</b>	<b>Bac+2 (BTS, DUT, L2, ...)</b> en sciences humaines, économiques, sociales,
	K2111 K1202	<b>Formation :</b> * Formation professionnelle * Educateur de jeunes enfants	* <b>Master (M1, ...)</b> dans le secteur de formation enseignée (langues, bureautique, mécanique, électricité, ...) OU <b>CAP/BEP complété par une expérience professionnelle</b> dans le secteur technique de la formation dispensée * <b>Diplôme d'Etat d'Educateur de Jeunes Enfants</b>
	K1204	<b>Médiation sociale et facilitation de la vie en société</b>	<b>CAP à Bac+2</b> (DEUST - Diplôme d'études universitaires scientifiques et techniques, titre professionnel, ...) dans le secteur de la médiation sociale
	K2304	<b>Revalorisation de produit industriel (activités de tri des déchets)</b>	<b>Sans diplôme ni expérience professionnelle</b>

<p><b>INDUSTRIE &amp; INSTALLATION ET MAINTENANCE</b></p>	<p>H2909 I1305 I1402 I1307</p>	<p><b>Ce sont les activités de réparation de biens en vue de la réutilisation :</b>        * Montage-assemblage mécanique        * Installation et maintenance électronique        * Réparation de biens électrodomestiques        * Réparation de cycles, motocycles et motoculteurs de loisirs</p>	<p>* <b>CAP/BEP à Bac</b> (Bac professionnel, Brevet Professionnel, ...) dans les domaines suivants :        - mécanique ou travail des métaux        - électronique, électrotechnique, équipement ménager        - maintenance automobile, cycles, motocycles, matériels de parcs et jardins, mécanique moteurs</p> <p>* <b>Bac+2 (BTS/DUT)</b> en électronique, électrotechnique, informatique, automatisme, ... / Egalement accessible avec un Bac professionnel dans les mêmes secteurs, complété par une expérience professionnelle.</p>
<p><b>COMMERCE, VENTE ET GRANDE DISTRIBUTION</b></p>	<p>D1212 D1213 D1214</p>	<p><b>Ce sont les activités de vente de biens :</b>        * Vente en décoration et équipement du foyer        * Vente en gros de matériel et équipement        * Vente en habillement et accessoire à la personne</p>	<p><b>CAP/BEP à Bac+2 (BTS, DUT, ...)</b> en vente, commerce</p>
<p><b>TRANSPORT ET LOGISTIQUE</b></p>	<p>N1103 N1105 N4105</p>	<p><b>Ce sont les activités de logistique (collecte, magasinage, préparation des commandes) :</b>        * Magasinage et préparation de commandes        * Manutention manuelle de charges        * Conduite et livraison par tournées sur courte distance</p>	<p><u>Activités de logistique hors transport</u> : <b>CAP/BEP</b> en magasinage, emballage professionnel, distribution, vente.</p> <p><u>Activités de transport</u> :        * <b>Aucun diplôme ni expérience professionnelle requis</b>        * Certains permis peuvent être exigés : Le permis B ou BE pour la conduite de véhicule léger, les permis C, C1, CE, C1E (précédemment C ou EC) complétés par la Formation Initiale Minimum Obligatoire sont exigés la conduite de véhicules poids lourd.</p>
<p><b>SUPPORT A L'ENTREPRISE</b></p>	<p>M1701</p>	<p><b>Ce sont les fonctions supports des ventes (comptabilité, commerce, finance) :</b>        * Administration des ventes</p>	<p><b>Bac+2 (BTS, DUT, L2) à Master (Master professionnel, diplôme d'école de commerce, ...)</b> dans le secteur commercial, financier ou comptable complété par une expérience professionnelle</p>



## IV.2.2.2 LES PROBLEMATIQUES DE RECRUTEMENT ET DE FORMATION

Au cours de différents entretiens avec les structures de l'ESS, peu de besoins actuels en personnel ont été identifiés. Plusieurs structures de l'ESS, dont les recycleries, ont toutefois rencontré des difficultés à embaucher des techniciens et des encadrants d'activités de réemploi et de réutilisation. Dans l'optique d'améliorer le recrutement, un travail de définition de ces deux métiers a été réalisé avec l'ANPE, qui s'est soldé par leur intégration dans les fiches métiers K2304 et K2306, du répertoire ROME. Le succès a été immédiat en termes de recrutement.

De nombreux encadrants des structures d'insertion membres du CNEI sont proches de la retraite et devront être remplacés.<sup>25</sup>

Les réels enjeux du secteur de l'ESS en matière de ressources humaines sont les besoins en formations et cela pour deux raisons : de par la finalité de réinsertion professionnelle ou sociale, les personnes entrant dans les structures sont peu qualifiées et le turnover est important; par ailleurs, la réinsertion professionnelle nécessite de qualifier les personnes au sein des structures de l'ESS dans l'optique de leur permettre d'intégrer des entreprises classiques.

Ainsi, un premier besoin est de former les personnes aux activités de réemploi et de réutilisation exercées dans les structures. Ces formations ont été mises en place par la majorité des réseaux spécialisés de l'ESS. Au sein d'Envie et du Réseau des Ressourceries, les encadrants des équipes de techniciens manquent d'une maîtrise simultanée des compétences managériales, techniques et juridiques (Réseau des Ressourceries uniquement) : des formations pluridisciplinaires ont donc été mises en place par ces deux réseaux. Toutefois, ce besoin de formation s'applique principalement au personnel encadrant souvent sous contrat permanent au sein des structures.

La formation des personnes en insertion est quant à elle majoritairement pensée sous le prisme de l'objectif de réinsertion. Les formations doivent donc faire le pont entre les entreprises et avoir pour sujets des thématiques ouvertes et transversales. La réforme de l'IAE met l'accent sur ce besoin de formation des salariés en insertion. L'Etat se montre ainsi plus exigeant face aux structures d'insertion sur ce point. Le CNEI et Chantier Ecole réfléchissent actuellement à des parcours de formation permettant de créer des passerelles entre les différentes structures : des ACI aux EI, des EI aux entreprises classiques. Cela permettrait de rapprocher différents types d'acteurs, dont les collectivités locales. Ces formations pourraient porter sur des thématiques communes et d'avenir tels que la précarité énergétiques et les métiers verts.

La création d'un diplôme propre au secteur du réemploi et de la réutilisation semble alors non pertinente. Les personnes en insertion changent souvent de secteur d'activité lorsqu'elles quittent la structure, faute d'une demande sur le secteur des déchets, et les démarches de création d'un diplôme sont complexes. Toutefois, Caroline PORTES, directrice du réseau Tissons la solidarité, remarque qu'un diplôme permet de prétendre à des salaires plus élevés.

Au-delà de la formation, les réseaux spécialisés se tournent actuellement plutôt vers la professionnalisation, c'est-à-dire la validation d'expérience.

---

<sup>25</sup> Entretien téléphonique le 26/05/2014 avec Justine Jourdain, chargée de développement au sein du CNEI ;

## IV.3. IMPACT SUR LA PRODUCTION DE DECHETS

### IV.3.1. LA METHODOLOGIE DE QUANTIFICATION DES DECHETS

La méthodologie de collecte des données est identique à celle utilisée dans le cadre du bilan économique. Les données ont ensuite été retraitées dans certains cas :

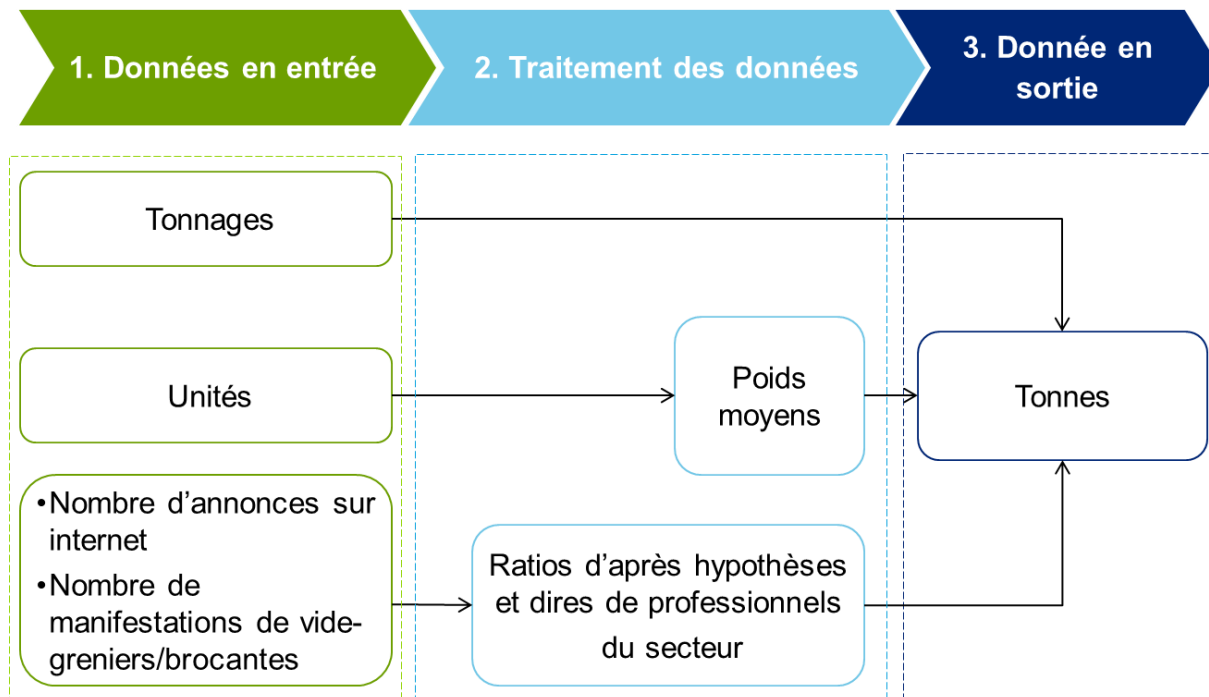


Figure 38 - Méthode de traitements des données pour la quantification des biens arrivés en fin de vie et des déchets évités

#### LES POIDS MOYENS

Un abaque (équivalence objet-poids moyen) avait été établi lors du panorama 2012 en adaptant celui repris dans l'« Action commune N°3 » de la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets<sup>26</sup> et issu de données recueillies sur le territoire belge. Celui-ci a été repris et affiné en fonction de dires d'experts et de recherches bibliographiques.

Les valeurs regroupées dans l'abaque rassemblent des objets de poids très divers au sein d'une même sous-catégorie et présentent donc des limites importantes.

#### LES HYPOTHESES ET DIRES D'EXPERTS

La sélection des sources a été primordiale et la consultation d'experts et de professionnels du secteur ont été indispensables à la validation des hypothèses élaborées pour traiter les données brutes très hétérogènes et les compléter.

Les types de sources sont récapitulés dans la Figure 3 (page 16). Les sources du secteur de l'occasion sont ensuite précisées dans les figures suivantes : Figure 43, Figure 44, Figure 45 et Figure 46.

### IV.3.2. LES QUANTITES DE BIENS ANNUELLES ARRIVANT EN FIN DE VIE EN 2012

Un produit en fin de vie est un produit que son détenteur destine à l'abandon.

#### LES BIENS COUVERTS PAR DES FILIERES REP

La quantité de biens couverts par des filières REP et arrivant en fin de vie en 2012 est estimée à 4,6 millions de tonnes.

**Tableau 7 - Calcul des quantités en fin de vie des biens couverts par une filière REP**

Sources	Périmètre	CATEGORIES DE PRODUIT		
		EEE	Produits textiles	Mobilier
La Responsabilité élargie du producteur. Panorama Edition 2012 Données 2012 (p.14 et 15) ADEME	Gisement de déchets déclaré ou apparent	Gisement de 1,3Mt en 2012	Gisement de 600 kt en 2012	Gisement de 2,7 Mt en 2012
Sous Total par catégorie de produits (tonnes)		1 300 000	600 000	2 700 000
TOTAL (tonnes)		<b>4 600 000</b>		

#### LES BIENS HORS FILIERES REP

Les quantités de biens en fin de vie non couverts par des filières REP ont été estimées à plus de 4,7 millions de tonnes, hors les biens appartenant à « Bibelots/Vaisselle/décoration », « outillage » et « Autres ».

Les quantités ont été estimées en nombre d'unités, avant d'être converties en tonnes selon les méthodologies suivantes dans l'ordre des priorités :

- Méthodologie 1 :  $Q \text{ fin de vie (2012)} = Q \text{ vendues (2012)}$  : on considère que les achats sont des achats de renouvellement d'équipement
- Méthodologie 2 :  $Q \text{ fin de vie (2012)} = Q \text{ vendues (N proche de l'année 2012)}$  : les quantités ont été considérées relativement stables au cours des années.

**Tableau 8 - Calcul des quantités en fin de vie des biens hors filières REP**

Sources		Méthodologie	Périmètre	CATEGORIES DE PRODUIT					
				Bibelots/ Vaisselle/ Décoration	Livres/ cassettes/ CD/DVD	Vélos/ cycles	Equipement s de loisirs (hors EEE)	Outillage	Autres
Chambre Syndicale de la Facture Instrumentale (CSFI)	<a href="http://www.csfimusic.com/images/stories/telechargement/Etude_stat/2009-2010.pdf">http://www.csfimusic.com/images/stories/telechargement/Etude_stat/2009-2010.pdf</a>	2	Ventes en 2010 d'instruments de musique				721 000 unités		
NPD Group	<a href="http://www.cession-commerce.com/actus/breves/jouet-le-marche-francais-a-resiste-en-2013-1144.html">http://www.cession-commerce.com/actus/breves/jouet-le-marche-francais-a-resiste-en-2013-1144.html</a>	2	Jouets vendus en France en 2013				218 millions d'unités		
Observatoire du Cycle	<a href="http://www.tousavelo.com/Marche-Francais/0125.html">http://www.tousavelo.com/Marche-Francais/0125.html</a>	2	Ventes en 2013 de vélos			2,8 millions unités			
Entreprises du sport.com	<a href="http://www.entreprise-sdusport.com/fr/marche-du-sport/chiffres-clefs/">http://www.entreprise-sdusport.com/fr/marche-du-sport/chiffres-clefs/</a>	1	Ventes en 2012 en CA				7 600 M€		
Unibal	<a href="http://www.toute-la-franchise.com/vie-de-la-franchise-A9711-le-marche-du-bricolage-decroche-en.html">http://www.toute-la-franchise.com/vie-de-la-franchise-A9711-le-marche-du-bricolage-decroche-en.html</a>	1	Ventes en 2012 bricolage CA.					24,5 M€	
Syndicat de l'édition phonographique (SNEP)	<a href="http://www.planetoscope.com/tourisme-loisirs/913-ventes-de-disques-et-disques-compact-en-france.html">http://www.planetoscope.com/tourisme-loisirs/913-ventes-de-disques-et-disques-compact-en-france.html</a>	2	Vente de CD en 2011		41 millions d'unités				
Syndicat de l'édition de vidéo numérique (SEVN)	Baromètre Vidéo CNC-GfK : le marché de la vidéo en 2011 <a href="http://www.sevn.fr/wp-content/uploads/barometre-video-cnc-gfk-le-marche-de-la-video-en-2011.pdf">http://www.sevn.fr/wp-content/uploads/barometre-video-cnc-gfk-le-marche-de-la-video-en-2011.pdf</a>	2	Vente de DVD et Blue Ray en 2011		132,4 millions d'unités				
Direction Générale des médias et des industries culturelles.	<a href="http://www.dgmic.culture.gouv.fr/IMG/pdf/Chiffres-cles_2010-2011.pdf">http://www.dgmic.culture.gouv.fr/IMG/pdf/Chiffres-cles_2010-2011.pdf</a>	2	Vente de livres en 2011		451,9 millions d'unités				
Sous Total par catégorie de biens en millions d'unités				ND	625	2,8	219	ND	ND
Poids moyen (kg)				2	0,12	15,0	21	7	11
Sous Total par catégorie de biens (milliers de tonnes)				ND	75	42	4 599	ND	ND
TOTAL (tonnes)				4 716 036					

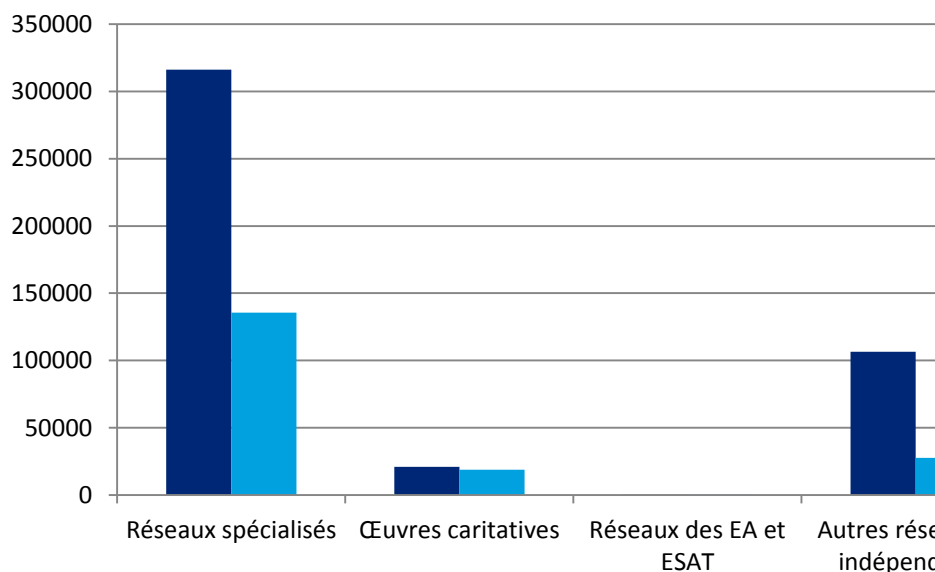
### IV.3.3. LES QUANTITES DE BIENS COLLECTES OU MIS EN VENTE PUIS REEMPLOYES ET REUTILISES EN 2013

Les estimations et extrapolations permettent d'estimer à près **de 940 000 tonnes la quantité de biens réemployés**. L'occasion génère **environ 80% de ces flux**.

L'analyse des flux de biens du secteur de l'ESS et de l'occasion est dissociée dans la suite de ce chapitre, les logiques de fonctionnement de ces deux secteurs étant foncièrement différents.

Les données et leurs limites sont détaillées ci-dessous pour chaque secteur.

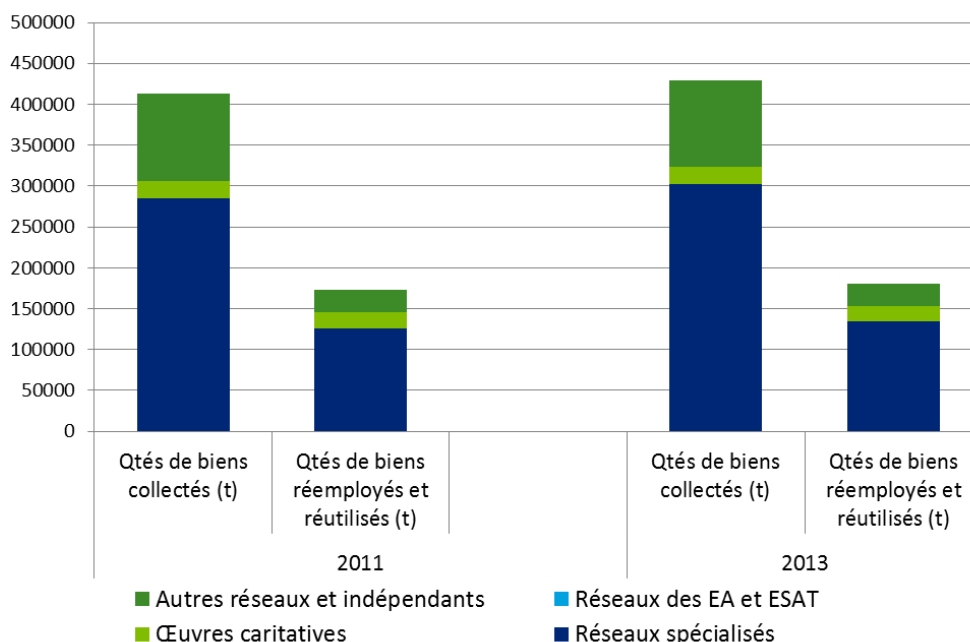
### IV.3.3.1 ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE



**Figure 39 - Bilan des quantités de biens collectés puis réemployés et réutilisés au sein du secteur de l'ESS en 2013**

En 2013, plus de **450 00 tonnes de biens ont été collectées** dans les structures de l'ESS. Environ **40% de ces biens ont ensuite été réemployés et réutilisés**, soit près de **190 000 tonnes**.

Reflétant le phénomène de concentration au sein du secteur de l'ESS, les réseaux spécialisés représentent un poids croissant et ont porté **l'augmentation de 7% des flux collectés** ainsi que **celle de 5% des biens réemployés et réutilisés**. Les membres des réseaux d'EA et d'ESAT représentent un poids négligeable au sein du secteur et se réorientent vers les activités de recyclage.



**Figure 40 - Evolution des quantités de biens collectés puis réemployés et réutilisés au sein du secteur de l'ESS entre 2011 et 2013, à périmètre constant**

Le taux de réemploi et de réutilisation total est de 41% mais représente des réalités différentes selon les structures. Leurs taux de réemploi sont influencés par différents facteurs, en particulier

l'importance du tri à l'entrée et l'association de la complexité de la réparation des biens et du manque de qualification des employés. Par ailleurs, la qualité des biens baisse en raison de la baisse du pouvoir d'achat poussant les donateurs à vendre leurs biens de bonne qualité sur les sites internet de mise en relation ou à des revendeurs et dépôts-vente.

Les spécificités se retrouvent dans le Tableau 9 ci-dessous dans lequel est détaillée la destination des biens non réemployés et réutilisés au sein des principaux réseaux spécialisés interrogés.

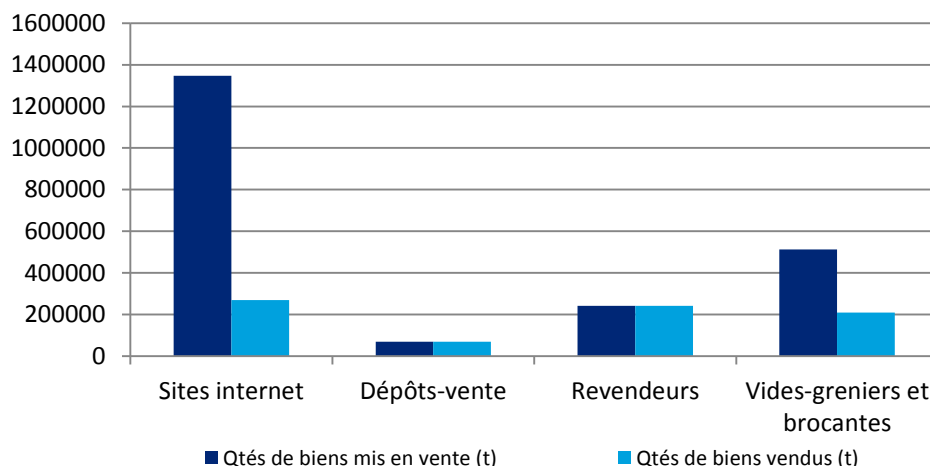
**Tableau 9 - Destination des biens non réemployés et réutilisés au sein des principaux réseaux spécialisés interrogés**

	Emmaüs	Envie	Réseau des Ressourceries	L'Heureux Cyclage	Tissons la solidarité
Quantités réemployées et réutilisées (%)	47%	16%	39%	90%	10%
Valorisation matière (%)	31%	84% (remis à Ecosystèmes et Valdélia)	~45%	ND (métal et aluminium)	90% (remis à des recycleurs)
Valorisation énergétique (%)	22%				
Enfouissement (%)			15%	ND (pneus)	0%
Spécificités	*Tri historiquement faible lors de la collecte mais croissant	* Pas de tri lors de la collecte * Biens complexes à réparer	* Peu de tri lors de la collecte car proposition d'un service complet (du réemploi à l'enfouissement)	* Tri important lors de la collecte * Biens peu complexes à réparer	* Aucun tri lors de la collecte * Revente de biens de qualité uniquement

**Les flux de biens des acteurs de l'ESS sont sujets aux deux limites suivantes :**

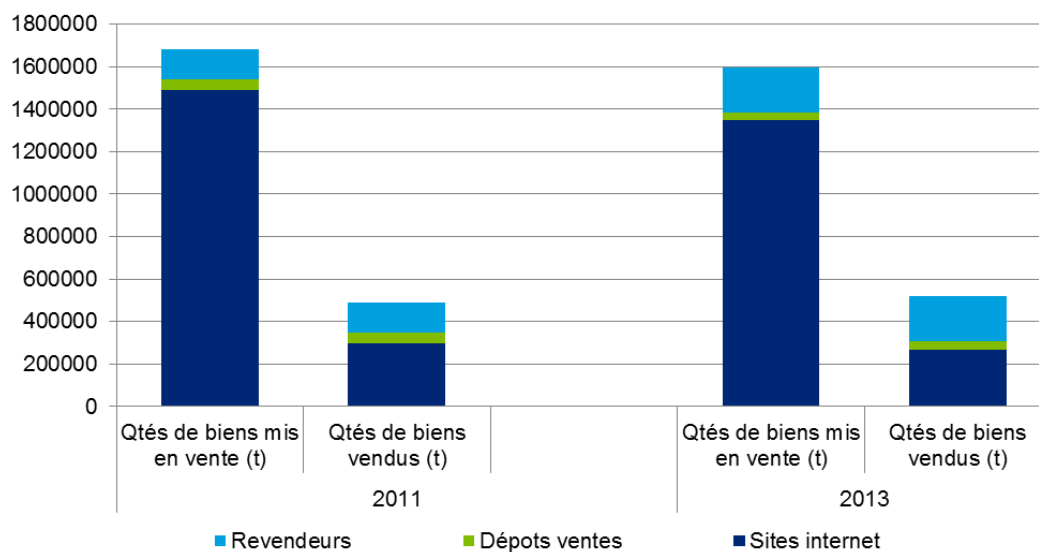
- Les chiffres pour les réseaux secondaires et indépendants sont basés sur un faible échantillon de répondants. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 19.
- Les données des principales œuvres caritatives n'ont pas pu être estimées à l'exception de celles de la Croix-Rouge sur la base des chiffres fournies lors du panorama 2012. Les quantités estimées représentent ainsi entre 24 % et 15 % du total.

### IV.3.3.2 OCCASION



**Figure 41 - Bilan des quantités de biens mis en vente puis vendus au sein du secteur de l'occasion en 2013**

En 2013, plus de **2 millions de tonnes de biens ont été mis en vente** dans les structures de l'occasion. Environ **35% de ces biens ont ensuite été vendus**, soit près de **750 000 tonnes**, ce qui correspond aux quantités de biens réemployés et réutilisés.



**Figure 42 - Evolution des quantités de biens collectées puis réemployés et réutilisés au sein du secteur de l'occasion entre 2011 et 2013, à périmètre constant**

Les sites internet représentent le poids le plus important au sein du secteur portés par les sites d'annonces même si la réorientation des places de marché vers le neuf provoque une décroissance de 40% de ses activités d'occasion semble compenser la croissance de leboncoin.fr. Les dépôts-vente voient leur part diminuer alors que les revendeurs voient leur poids augmenter et suivent de près les sites internet.

Les quantités de biens mis en vente et vendus ont été estimées sur la base de sources et de dires d'experts et selon des méthodologies détaillées ci-après :

- Sites internet de mise en relation
  - Sites d'annonces en ligne

PARAMETRES DU CALCUL	SOURCES	METHODOLOGIE	CALCUL
Nombre d'annonces/période de temps pour Leboncoin.fr sur 1 an	Leboncoin.fr (relevés sur le site du mois de mai)	* Moyenne du nombre d'annonces soumises pour deux mois, extrapolé à 1 an (fréquence de renouvellement : 2 mois) * Ajustement de la segmentation du site à celle de l'étude.	a
Répétition d'une même annonce sur différents sites	Leboncoin.fr (Virginie Colonnier-Poirel) - Comité de Pilotage Intermédiaire du panorama 2012.	Si différent de 1, dans quelles proportions ?	b
Taux moyen de succès, de transaction effective	eBay	Nombre moyen de transaction effective des biens d'occasions sans distinction de catégorie.	c
Poids équivalent moyen (kg)	Abaque	Moyenne des poids de référence des objets de l'abaque entrant dans une même catégorie de produits.	d
<b>Quantités de produits réemployés (Leboncoin)</b>			=a*(1/b)*c*d*0,00
Part de marché (PDM) de Leboncoin.fr	Etude Xerfi janvier 2013 sur le marché de l'occasion	Exprimée par le nombre d'annonces gratuites en ligne en janvier 2013 (cf ci-dessous)	e
<b>Quantités de produits réemployés en 2014 (Total)</b>			=a*(1/b)*c*d*(1/e)*0,001

Figure 43 - Sources et méthodologies de calcul pour les sites d'annonces en ligne

o Places de marché

Paramètres de calcul	Sources	Méthodologie	CALCUL
Nombre d'annonces/an	Relevé sur le site eBay	relevé statistique à un instant t (11/07/2012), extrapolation et hypothèse : 1 annonce = 1 bien	a
Répétition d'une même annonce sur différents sites	Expert au sein d'un site de mise en relation en ligne	Comité de Pilotage Intermédiaire du 12 juin 2012	b
Taux moyen de succès, de transaction effective	Expert au sein d'un site de mise en relation en ligne	Nombre moyen de transaction effective des biens d'occasions sans distinction de catégorie.	c
Poids équivalent moyen (kg)	Abaque	Moyenne des poids de référence des objets de l'abaque entrant dans une même catégorie de produits.	d
<b>Quantités de produits réemployés en 2014 (Ebay)</b>			=a*(1/b)*c*d*0,00
Part de marché (PDM) de eBay	Etude Xerfi janvier 2013 sur la distribution des biens de consommation et hypothèses BIO	Xerfi présente uniquement 2 acteurs dont l'audience est semblable : PriceMinister et eBay. Hypothèse : ces 2 acteurs se partagent le marché à part égale.	e
<b>Quantités de produits réemployés en 2014 (Total)</b>			=a*(1/b)*c*d*(1/e)*0,001

Figure 44- Sources et méthodologies de calcul pour les places de marché

• Revendeurs (principaux réseaux) :

PARAMETRES DU CALCUL	SOURCES	METHODOLOGIE	CALCUL
Nombre d'unités vendues par Cash Express en 2011	Cash express (Roger Beille)	Retraitement des données de Cash Express afin de les adapter aux catégories de l'étude	a
Chiffre d'affaires 2011 de Cash Express	Cash express (Roger Beille)		b
Chiffre d'affaires 2013 de Cash Express	Internet	Estimation à partir du chiffre d'affaires 2012 et de l'augmentation du nombre de structures entre 2012 et 2013	c
<b>Nombre d'unités vendues par Cash Express en 2013 dans le périmètre de l'étude (en unités)</b>			d=a*c/b
Chiffres d'affaires 2011 des autres principaux réseaux	* Internet * Etude : La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta	Choix du chiffre d'affaires 2010 si chiffre d'affaires 2011 non disponible	e, e', e'', e''' (4 autres réseaux)
Nombre d'unités vendues par les autres réseaux principaux en 2011 dans le périmètre de l'étude	Cash express (Roger Beille)	Retraitement des données de Cash Express afin de les adapter aux catégories de l'étude	f=d/b*e f'=d/b*e' ...
Chiffre d'affaires 2013 des autres principaux réseaux	* Internet * Etude : La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta	Chiffres d'affaires 2013 estimés en fonction du chiffre d'affaires/nombre de magasins annoncé sur les sites des structures ou de l'évolution du nombre de structures	g, g', g'', g'''
<b>Nombre d'unités vendues par les autres principaux réseaux en 2013 dans le périmètre de l'étude (en unités)</b>			h=g*f/e h' ...
Poids équivalent moyen (kg)	Abaque	Moyenne des poids de référence des objets de l'abaque entrant dans une même catégorie de produits.	i
<b>Quantités de produits réemployés en 2013 (en tonnes)</b>			=i*(d+h+h'+h''+h''')/1000

Figure 45 - Sources et méthodologies de calcul pour les revendeurs



• Dépôts-vente (principaux réseaux) :

PARAMETRES DU CALCUL	SOURCES	METHODOLOGIE	CALCUL
Nombre d'unités vendues par La cave de particuliers en 2011	La cave de particuliers (patrick Gasselain)	Estimations à partir des données d'1 mois de 2 magasins extrapolées à l'année puis à l'ensemble des magasins	a
Part d'objets dans le périmètre de l'étude	La cave de particuliers	Correspond à la part d'occasion	b
<b>Nombre d'unités vendues par La cave de particuliers en 2011 dans le périmètre de l'étude</b>			$c=a*b$
Chiffre d'affaires 2011 de La cave de particuliers	Internet		d
Chiffre d'affaires 2013 de La cave de particuliers	Internet	Estimé à partir du chiffre d'affaires 2011 et de l'évolution du nombre de magasins	e
<b>Nombre d'unités vendues par La cave de particuliers en 2013 dans le périmètre de l'étude (en unités)</b>			$f=c*e/d$
Chiffres d'affaires 2011 des autres principaux réseaux	* Internet * Etude : La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta	Choix du chiffre d'affaires 2010 si chiffre d'affaires 2011 non disponible	g, g', g'', g''' (4 autres réseaux)
Nombre d'unités vendues par les autres réseaux principaux en 2011 dans le périmètre de l'étude	Cash express (Roger Beille)	Retraitement des données de Cash Express afin de les adapter aux catégories de l'étude	$h=f/d*g$ $h'=-f/d*g$ ...
Chiffre d'affaires 2013 des autres principaux réseaux	* Internet * Etude : La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta	Chiffres d'affaires 2013 estimés en fonction du chiffre d'affaires/nombre de magasins annoncé sur les sites des structures ou de l'évolution du nombre de structures	i, i', i'', i'''
<b>Nombre d'unités vendues par les autres principaux réseaux en 2013 dans le périmètre de l'étude (en unités)</b>			$j=f/e*i$ $j'=-f/e*i$ ...
Poids équivalent moyen (kg)	Abaque	Moyenne des poids de référence des objets de l'abaque entrant dans une même catégorie de produits.	k
<b>Quantités de produits réemployés en 2013 (en tonnes)</b>			$=k*(f+j+j'+j''+j''')/1000$

Figure 46 - Sources et méthodologies de calcul pour les dépôts-vente

• Vides-greniers/brocantes :

- Estimation des flux des brocanteurs grâce au sondage réalisé
- Les flux associés aux manifestations physiques sont estimés selon les dires d'experts. 90% d'entre eux sont imputés aux particuliers.
- Les flux sont additionnés

Au regard des méthodologies, la fiabilité des quantités de biens mis en vente puis vendus a été évaluée :

	Niveau de fiabilité	Justification
Sites internet	Moyen	<p>Les flux de biens sont issus d'extrapolation sur la base de relevés statistiques.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les biens qui ne sont pas revendus sur les sites internet de mise en relation et dans les dépôts-vente sont « redonnés » à leurs propriétaires et circulent à nouveau sur le marché</li> <li>• De nombreuses structures de l'ESS et du secteur de l'occasion ont recours au Bon Coin pour vendre leurs produits. Faute d'être capable de les dissocier, ces flux sont comptabilisés à 2 reprises, dans le secteur de l'ESS et dans celui de l'occasion.</li> </ul> <p>Toutefois, Envie est le réseau de l'ESS le plus présent sur internet et estime à 2 M€ le chiffre d'affaires des structures réalisé par le biais du Bon Coin en 2013, soit 13% de son chiffre d'affaires cette année-là. Emmaüs a réalisé au niveau national un test de mise en ligne de plusieurs boutiques qui a principalement permis d'identifier</p>

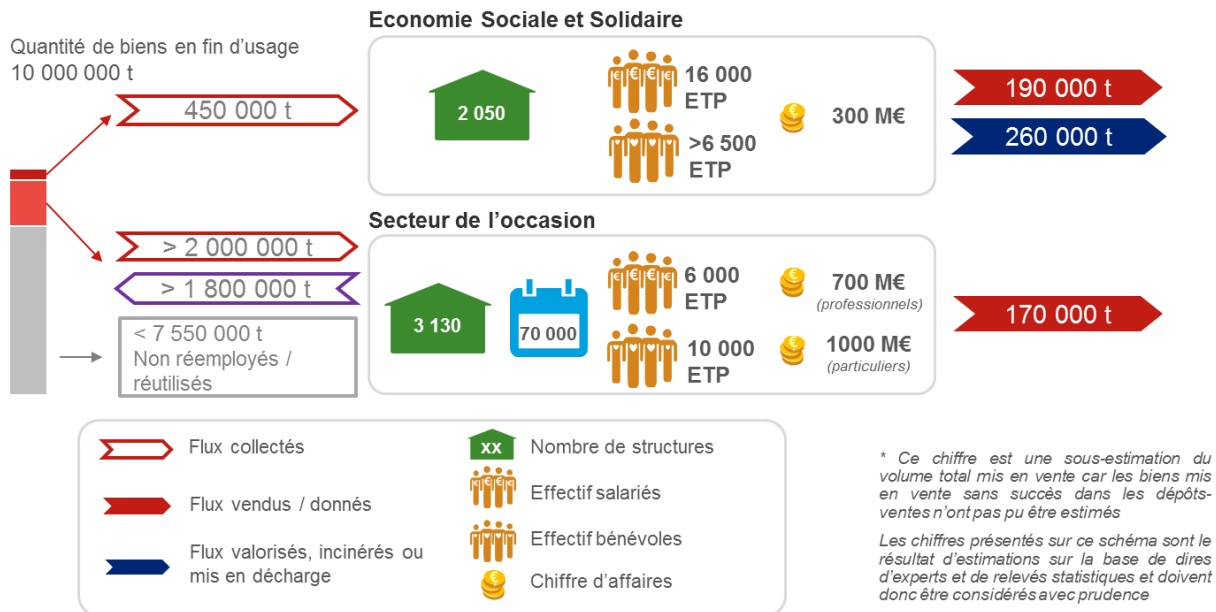
		les freins : les initiatives restent donc locales.
<b>Revendeurs</b>	<b>Moyen</b>	<p>Les flux de biens de principaux réseaux de revendeurs sont issus d'extrapolations sur la base des flux de biens d'un acteur principal en 2011.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de vente = 100% d'après les dires d'experts du secteur mais ce taux présente un risque de surestimation.</li> <li>• Les chiffres pour les réseaux secondaires et indépendants sont basés sur un faible échantillon de répondants. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 20.</li> </ul>
<b>Dépôts-vente</b>	<b>Faible</b>	<p>Les flux de biens des principaux réseaux de dépôts-vente sont issus d'extrapolations sur la base de quantités communiquées par un acteur principal en 2012 pour 2 magasins sur 1 mois.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les biens qui ne sont pas revendus sur les sites internet de mise en relation et dans les dépôts-vente sont redonnés à leurs propriétaires et circulent à nouveau sur le marché</li> <li>• Les chiffres pour les réseaux secondaires et indépendants sont basés sur un faible échantillon de répondants. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 21.</li> </ul>
<b>Vides-greniers et brocantes</b>	<b>Faible</b>	<p>Les flux de biens des vides-greniers/brocantes sont le fruit d'estimations sur la base de dires d'experts du secteur et d'un sondage réalisé auprès des vides-greniers et brocantes. Celles-ci doivent être prises avec une grande précision. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 22.</p>

#### IV.3.4. CONCLUSIONS

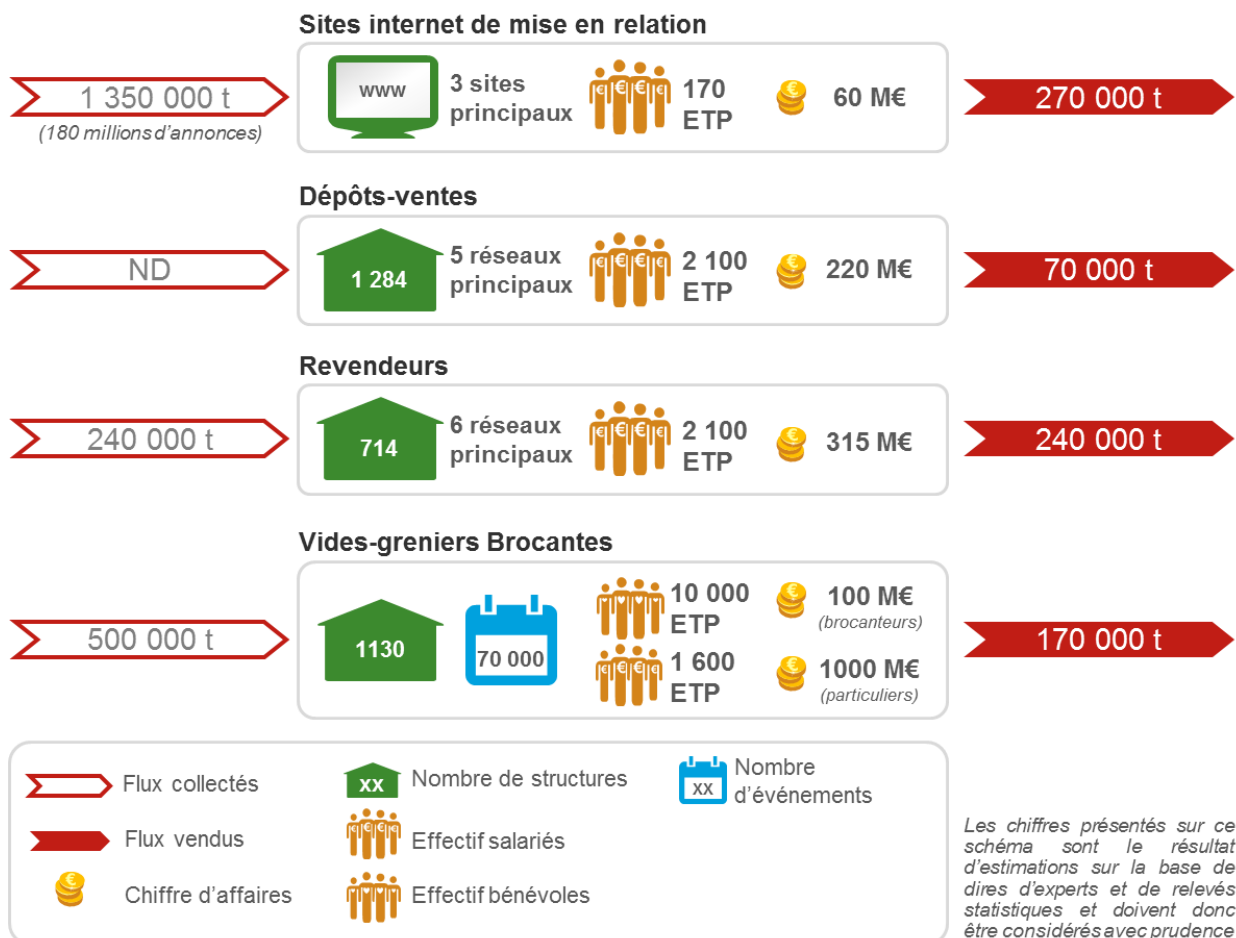
L'estimation des quantités réemployées et réutilisées est d'environ 940 000 tonnes par an (données 2013). **Ces quantités représentent environ 10% du gisement potentiel de produits en fin d'usage en 2012.**

La Figure 47, Figure 48 et Figure 49 récapitulent les informations quantitatives calculées et estimées qui permettent de mesurer aussi précisément que possible :

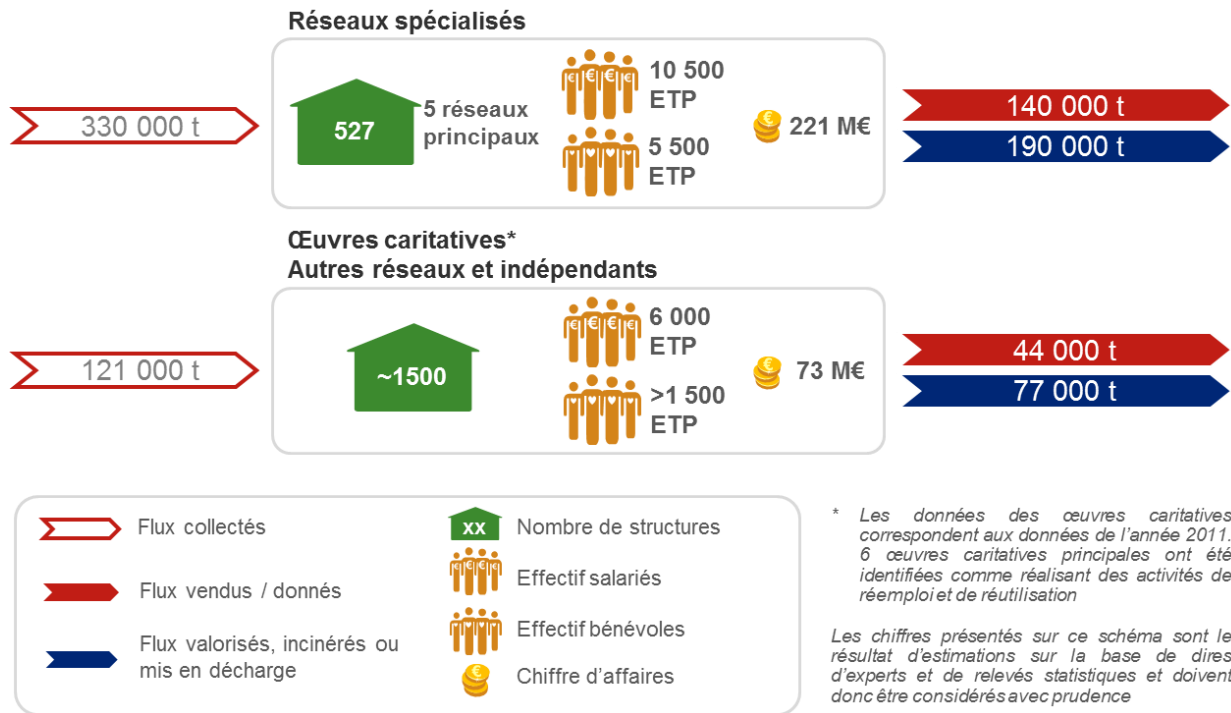
- le poids que représente le secteur du réemploi et de la réutilisation dans l'économie française en termes de chiffre d'affaires et d'emplois.
- l'impact du secteur sur la production de déchets, c'est-à-dire les quantités de déchets réemployables, collectés et effectivement réemployés.



**Figure 47 - Panorama chiffré des activités de réemploi et de réutilisation, secteur de l'ESS et de l'occasion confondus**



**Figure 48 - Panorama chiffré des activités de réemploi et de réutilisation du secteur de l'ESS**



**Figure 49 - Panorama chiffré des activités de réemploi du marché de l'occasion**

# V. BILAN, TENDANCES D'ÉVOLUTION ET RECOMMANDATIONS POUR LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS DE REEMPLOI ET RÉUTILISATION EN FRANCE

## V.1. BILAN DES ACTIONS MENEES DEPUIS 2012

Les paragraphes ci-dessous présentent les retours des acteurs de l'ESS et de l'occasion interrogés en 2014, concernant les trois recommandations transversales qui avaient été formulées dans l'étude sur le Panorama du réemploi et de la réutilisation réalisée en 2012. Les recommandations visaient à développer le réemploi et la réutilisation en France.

### V.1.1. ACTIONS TRANSVERSALES

Tableau 10 - évaluation des recommandations transversales par l'ensemble des acteurs

PISTES D' ACTIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES	LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<p><b>Relayer par des campagnes de communication locales les campagnes de promotion du réemploi et de la réutilisation</b> (guides locaux du réemploi)</p>	<p>Il existe un nombre croissant de guides locaux du réemploi, notamment dans le cadre des programmes locaux de prévention des déchets.</p> <p>Aucune campagne de communication n'a été identifiée et remontée par les acteurs interrogés.</p>	<p>Les guides locaux du réemploi ne suffisent pas car ce sont avant tout des outils. Il est donc nécessaire de mettre en place des campagnes de communication locales.</p> <p>Selon Tissons la solidarité, celles-ci auront un impact fort si elles respectent les deux points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• message : simple et axé en premier sur l'emploi local généré par les activités de réemploi et de réutilisation, puis sur la réduction des déchets</li> <li>• support : brochure recto-verso</li> </ul> <p>Envie souligne que pour les structures de l'ESS la collecte urbaine en centre-ville est un excellent moyen de communication sur les actions de réemploi/réutilisation auprès du grand public, bien que l'investissement soit lourd.</p>
<p><b>Mettre en place des indicateurs de suivi et assurer un suivi régulier des activités de réemploi et de réutilisation</b> (reporting annuel chiffré + entretiens qualitatifs tous les deux ans)</p>	<p>Seules certaines informations sont remontées par les acteurs dans le cadre des filières REP, les éco-organismes ayant mis en place des indicateurs.</p> <p>Les acteurs du secteur de l'occasion suivent encore peu leurs activités pour des questions de priorité et de ressources.</p>	<p>L'étude de l'ADEME sur la deuxième vie des produits est perçue positivement parce qu'elle permet d'avoir une vision de l'évolution des activités. Cependant sa fréquence est trop faible pour réaliser un réel suivi.</p> <p>Les acteurs ressentent le besoin de réaliser des reporting afin de mieux piloter leur activité. Il faut par ailleurs mettre en place des indicateurs de suivi pour les filières n'étant pas soumises à la REP.</p> <p>Le réseau Tissons la solidarité a mis en place un suivi de certains indicateurs qui lui a permis de détecter une baisse de la qualité et de prendre des mesures en conséquence.</p>

**Mener des projets de recherche dédiés à la thématique du réemploi et de la réutilisation**

L'ADEME finance le projet RECHANGE qui analyse les résistances des individus à échanger des objets dont ils n'ont plus l'utilité.<sup>27</sup>

L'ADEME a également financé le projet ODORR (Objets - Déchets - Objets : Recyclage et Réemploi) qui va s'achever fin 2014.<sup>28</sup>

Globalement, peu d'acteurs ont eu connaissance de projets de recherche excepté le réseau des Ressourceries qui est régulièrement contacté par des doctorants s'intéressant à l'aspect sociologique des Ressourceries.

Le Relais a réalisé un projet de recherche qui a débouché sur la création d'une gamme d'isolation thermique et acoustique pour le bâtiment : Métisse.

Le guide de l'Amorce « Gestion des déchets : partenariats entre les collectivités et les structures de l'économie sociale et solidaire » apporte un éclairage sur la nature des partenariats envisageables entre ces 2 types d'acteurs.

Leboncoin.fr est très sollicité par des chercheurs sur les sujets liés au marché de l'occasion et ressent une réelle dynamique.

Les acteurs de l'ESS déplorent le manque de projets de recherche adaptés à leur secteur et le manque de retour des chercheurs lors de la publication de leurs études.

L'ADEME pourrait ainsi lancer un appel à projet quant à la réalisation d'études sur le réemploi et la réutilisation adaptées au secteur de l'ESS. Des études du secteur de l'occasion pourraient être transposées. L'Heureux Cyclage insiste sur la nécessité de considérer les structures de moins de 10 salariés qui représentent un poids important.

Des sujets de recherches plus théoriques méritent d'être étudiés :

- l'achat de biens d'occasion qui n'auraient pas forcément été achetés neufs,
- les liens entre la croissance du marché de des biens d'occasion et la dévaluation des biens neufs.

## V.1.2. ACTIONS SPECIFIQUES AU SECTEUR DE L'ESS

Tableau 11 - Évaluation des recommandations spécifiques au secteur de l'ESS par les acteurs de ce secteur

PISTES D'ACTIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES	LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<b>Garantir une répartition plus équilibrée des aides publiques</b> (ajuster les aides au poste d'insertion, garantir une meilleure	L'aide au poste d'insertion a été augmentée en 2013 à 10 000 €/an par salarié en insertion en raison d'un fort lobbying du secteur de l'ESS. Par ailleurs,	Les acteurs s'accordent à dire que les aides publiques doivent être équilibrées entre les régions. L'état de la région devrait être pris en compte, les zones rurales demandant à être

<sup>27</sup> Valérie Guillard, maître de conférences à Dauphine, dirige ce projet. Plus d'informations à cette adresse : [http://drm.dauphine.fr/fr/ermes/projets/les-resistances-des-individus-a-echanger-des-dechets-\(ie-des-objets-dont-ils-nont-plus-lutilite\)-contrat-ademe](http://drm.dauphine.fr/fr/ermes/projets/les-resistances-des-individus-a-echanger-des-dechets-(ie-des-objets-dont-ils-nont-plus-lutilite)-contrat-ademe)

<sup>28</sup> Delphine CORTEEL, IDHES a dirigé ce projet.

<p>répartition des aides dans la durée, garantir un meilleur équilibre entre les régions)</p>	<p>la réforme de l'IAE en 2014 a permis la généralisation de l'aide au poste à l'ensemble des structures d'insertion.</p> <p>La fin de l'année 2012 a vu la création des emplois d'avenir, un dispositif favorisant l'insertion des jeunes sans diplôme ou peu diplômés.</p> <p>Globalement, une quantité importante de fonds est disponibles, avec toutefois des déséquilibres entre chaque région.</p>	<p>particulièrement soutenues en raison de la difficulté pour la population de s'insérer professionnellement.</p> <p>Envie juge qu'il existe un manque d'évaluation qualitative du niveau et de la qualité d'insertion réalisé par chaque entreprise. Les montants des aides au poste doivent dépendre de la qualité d'insertion du poste. La réforme de l'IAE va dans ce sens avec l'instauration d'une modulation de l'aide au poste selon des critères pondérés notamment « l'efforts d'insertion » et « les résultats ».</p>
<p><b>Encourager les partenariats entre collectivités locales, les structures de réemploi de l'ESS et les entreprises locales actives sur le secteur</b></p>	<p>Cette recommandation a été intégrée dans le Plan National de Prévention des Déchets 2014-2020 et constitue ainsi un axe de l'action « Soutenir le développement et la professionnalisation de réseaux de réemploi, réutilisation et réparation ».</p> <p>Le nombre de partenariats a considérablement augmenté depuis 2012 poussé par une forte implication des collectivités locales que ce soit en tant que porteur de projet ou facilitateur. Cette progression est également due à la présentation lors de colloques nationaux du panorama de la deuxième vie des produits en France.</p> <p>La Fédération Envie relève ainsi un nombre croissant de partenariats sur les Appels d'Offres avec des industriels seuls mais également avec des collectivités locales dans le cadre d'accord tripartites.</p> <p>Les accords avec les éco-organismes intègrent également de nombreux acteurs : Eco-mobilier et Valdelia ont ainsi signé des accords globaux intégrant Emmaüs, Envie et le Réseau des Ressourceries.</p>	<p>Certains acteurs déplorent que les partenariats ne soient pas initiés par les politiques publiques mais par les acteurs, parfois dans le cadre de la politique RSE des parties prenantes.</p> <p>Tissons la solidarité recommande de structurer les partenariats autour de l'emploi, ce qu'elle a fait en s'associant à Chanel et ce qui s'est soldé par une augmentation du taux de retour à l'emploi. Il faut pour cela s'adapter aux besoins des entreprises.</p>

## BILAN DE L'ÉVALUATION DES RECOMMANDATIONS PAR LE SECTEUR DE L'ESS

Tableau 12 - Bilan de l'évaluation des recommandations par les acteurs de l'ESS

PISTES D' ACTIONS 2012	Emmaüs	Envie	RR	L'Heureux Cyclage	Tissons la solidarité	Réseaux acteurs IAE	UNEA
Garantir une répartition plus équilibrée des aides publiques	✓	✓	✓	✓	✓	✓	!
Encourager les partenariats entre collectivités locales, les structures de réemploi et réutilisation de l'ESS et les entreprises locales actives sur le secteur	✓	✓	✓	!	✓	✓	✗
Relayer par des campagnes de communication locales les campagnes de promotion du réemploi et de la réutilisation	!	!	✗	✗	✗	!	!
Mettre en place des indicateurs de suivi et assurer un suivi régulier des activités de réemploi et de réutilisation	!	!	!	✗	!	!	!
Mener des projets de recherche dédiés à la thématique du réemploi et de la réutilisation	!	!	!	!	!	!	!



Retombées positives



Peu de retombées ou non mesurées



Retombées négatives

Les acteurs de l'ESS sont globalement satisfaits de l'évolution de la répartition des aides publiques depuis la réforme de l'IAE et les emplois d'avenir. Les efforts doivent toutefois être maintenus afin d'équilibrer la répartition des aides entre les régions. Les partenariats entre les collectivités locales, les structures de réemploi et de réutilisation de l'ESS et les entreprises locales actives sur le secteur sont ressentis comme de plus en plus nombreux. Les acteurs s'accordent à dire que trop peu de communication est réalisée sur le sujet et qu'un réel effort de sensibilisation doit être réalisé auprès des collectivités locales et du public. Le panorama des acteurs du réemploi et de la réutilisation et les indicateurs mis en place par les éco-organisme permettent un début de suivi des activités mais c'est insuffisant pour les acteurs interrogés. Le nombre de projets de recherche dédiés à la thématique est encore faible et les acteurs ne sentent pas de réelle dynamique.

### V.1.3. ACTION SPECIFIQUE AU SECTEUR DE L'OCCASION

Tableau 13 - Évaluation de la recommandation spécifique au secteur de l'occasion par les acteurs de ce secteur

PISTES D' ACTIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES	LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<b>Mener une campagne de sensibilisation des internautes aux bonnes pratiques d'achat en ligne</b>	<p>Aucune campagne de sensibilisation n'a été identifiée.</p> <p>Seul eBay a réalisé des efforts afin d'éduquer ses acheteurs en proposant dans un espace sécurisé des leçons sur les différents aspects de l'achat. Les autres sites internet de mise en relation se contentent de mettre en ligne les réglementations et une série de questions/réponses.</p> <p>La loi Hamon sur l'e-commerce est entrée en application en Juin 2014 et intègre un volet vente à distance protégeant le</p>	<p>Le public maîtrise de mieux en mieux les outils technologiques, internet y compris.</p> <p>Il y a tout de même un travail de sensibilisation à faire pour prévenir les risques d'excès (achat compulsif, vente à perte, prix excessifs) qui freinent le développement du marché de l'occasion de façon générale. Celui-ci ne concerne plus uniquement les particuliers mais également les structures associatives et les entreprises. Internet est en effet dorénavant utilisé par l'ensemble des acteurs du secteur de l'occasion mais aussi progressivement par ceux du secteur de</p>



	consommateur. Les évolutions majeures sont les suivantes : le délai de rétractation de l'acheteur passe de 7 à 14 jours, le délai de remboursement est ramené à 14 jours, les obligations d'information de l'internaute sont renforcées.	l'ESS.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------

## BILAN DE L'ÉVALUATION DES RECOMMANDATIONS PAR LE SECTEUR DE L'OCCASION

Tableau 14 - Bilan de l'évaluation des recommandations par les acteurs de l'ESS

PISTES D' ACTIONS 2012	Sites internet	Dépôts-vente	Revendeurs	Vides-greniers / Brocantes
Mener une campagne de sensibilisation des internautes aux bonnes pratiques d'achat en ligne				
Relayer par des campagnes de communication locales les campagnes de promotion du réemploi et de la réutilisation				
Mettre en place des indicateurs de suivi et assurer un suivi régulier des activités de réemploi et de réutilisation				
Mener des projets de recherche dédiés à la thématique du réemploi et de la réutilisation				



Retombées positives



Peu de retombées ou non mesurées



Retombées négatives

Globalement les acteurs de l'occasion qui ont pu être interrogés sentent une progression de la sensibilisation des internautes aux bonnes pratiques d'achat. Aucune campagne de sensibilisation n'a toutefois été observée.

Seuls les brocanteurs constatent des efforts de communication sur la thématique du réemploi et de la réutilisation.

Aucun indicateur de suivi commun n'a été mis en place.

Leboncoin.fr est régulièrement sollicité par des chercheurs sur les sujets de l'occasion.

### V.1.4. BILAN DES RECOMMANDATIONS 2012 : LES RECOMMANDATIONS A RECONDUIRE EN 2014 TOUS ACTEURS CONFONDUS

Bien qu'il existe un nombre croissant de guides locaux, les structures de l'ESS pointent encore l'insuffisance de la communication tant auprès des collectivités locales que du public. Cette recommandation est à donc conserver et sera développée dans les Recommandations 2014.

Les structures du secteur de l'ESS ont mis en place des indicateurs de suivi afin de compléter les indicateurs de suivi des éco-organismes et d'améliorer le pilotage de leur activité. Le secteur de l'occasion ne progresse aucunement dans le suivi de ses activités de réemploi et de réutilisation ce qui empêche leur analyse précise. Cette recommandation est à donc conserver et sera développée dans les Recommandations 2014.

Des projets de recherche existent et traitent de thématiques variées mais ceux-ci sont peu réalisés en partenariat avec les acteurs qui n'en utilisent pas les résultats. La réalisation de projets de recherche est toujours à encourager et sera précisée dans les Recommandations 2014.

Des avancées importantes ont été observées entre 2012 et 2014 en matière de répartition des aides publiques. Il y a cependant toujours un besoin de la part des acteurs de l'ESS en général. Cette recommandation peut donc se concentrer sur l'ESS et sera développée dans les Recommandations 2014.

Internet est un canal de distribution majeur de biens issus des activités de réemploi et de réutilisation et n'est plus uniquement utilisé par les acteurs du secteur de l'occasion mais également par les acteurs de l'ESS. La loi Hamon sur l'e-commerce, entrée en application en Juin 2014, a permis de renforcer les droits des internautes. L'achat et la vente d'occasion requiert toutefois une sensibilisation aux bonnes pratiques afin d'éviter différents excès : achat compulsif, vente à perte, prix excessifs, etc... Des efforts restent donc à fournir en matière de sensibilisation des internautes et seront développés dans les Recommandations 2014.

## V.2. TENDANCES D'EVOLUTION ET FREINS IDENTIFIES EN 2014

### V.2.1. TENDANCES D'EVOLUTION

#### V.2.1.1 SYNTHÈSE DES TENDANCES OBSERVEES

##### ► Démocratisation de l'achat d'occasion

Comme constaté en 2012, on note une évolution vers la déculpabilisation et la démocratisation de l'achat d'occasion. De nouveaux publics fréquentent les structures de réemploi et de réutilisation : une tranche d'âge de la population des 40-45 ans historiquement réticente, une partie de la classe moyenne ainsi que les étudiants. La baisse du pouvoir d'achat pousse une partie de la population à optimiser leurs dépenses mais c'est aussi un phénomène de mode comme le montre l'augmentation du nombre de vides-greniers et de brocantes, ainsi que le nombre croissant d'émissions sur le marché de l'occasion et la récupération.

##### ► De l'usage d'internet

L'audience des sites internet de mise en relation suit la tendance à la généralisation et à la démocratisation de l'usage d'internet dans les foyers français, renforcée par l'émergence d'une consommation plus collaborative.

##### ► Évolution des attentes des consommateurs

Les goûts des consommateurs évoluent vers des biens plus récents et du mobilier moins volumineux qu'avant.

Par ailleurs ceux-ci recherchent plus de contact relationnel dans la vente et dans le don ce dont bénéficient les dépôts-vente et revendeurs, mais également les sites internet de mise en relation tels que Leboncoin la transaction étant régulièrement faite physiquement.

Une partie du public ressent également un besoin de reconnaissance en réalisant des dons et ne comprend pas pourquoi ses biens sont parfois refusés, faute d'une réelle connaissance des activités de réemploi et de réutilisation. C'est pourquoi en contexte d'amélioration du tri à l'entrée des structures de l'ESS, des efforts croissants doivent être fait en matière de communication auprès du public afin d'encourager le don.

Tout comme en 2012, les consommateurs cherchent à réduire l'impact environnemental de leurs consommations bien que ce ne soit pas leur critère d'achat prioritaire.

##### ► Des interactions croissantes entre les acteurs

Le secteur du réemploi et de la réutilisation est toujours compartimenté en deux secteurs, celui de l'ESS et celui du secteur de l'occasion.

Toutefois, les acteurs des deux secteurs **interagissent de plus en plus** en utilisant par exemple les autres comme canaux de distribution, comme peuvent le faire les réseaux spécialisés de l'ESS réalisant une part croissante de leur chiffre d'affaires par le biais de vitrines ou de boutiques sur internet.

#### ► **La concurrence s'accroît également entre les différents acteurs**

Les sites internet d'annonces, dont Leboncoin.fr est le leader, captent une partie croissante des flux d'objets en entrée et en sortie. Cela pousse les acteurs des deux secteurs, des réseaux spécialisés aux revendeurs/dépôts-vente, à déployer des vitrines sur ces sites internet ou à développer leur propre site.

Certains acteurs du secteur de l'occasion, en particulier les brocanteurs, sont par ailleurs mis en difficulté par la concurrence avec les particuliers et les acteurs de l'ESS qui se professionnalisent, s'adaptent à l'évolution du comportement des consommateurs et bénéficient d'allègements de charges.

#### ► **Le réemploi et la réutilisation sont progressivement soutenus au niveau national**

Le Plan de Prévention des Déchets 2014-2020 inclut un axe stratégique concernant le réemploi, la réparation et la réutilisation. Celui-ci décline six actions dont 5 directement en faveur du réemploi et de la réutilisation :

- Poursuivre l'observation du secteur réparation, réemploi, réutilisation et suivre son évolution ;
- Soutenir le développement et la professionnalisation de réseaux de réemploi, réutilisation et réparation ;
- Donner confiance aux consommateurs dans les produits d'occasion en développant des systèmes de garantie pour ces produits ;
- Développer la collecte préservante des objets réutilisables ;
- Développer, lorsqu'il est pertinent, le système de l'emballage consigné en vue d'un réemploi.

### **V.2.1.2 SECTEUR DE L'ESS**

Les acteurs de l'ESS ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de 10%, à périmètre constant entre 2012 et 2014, portés par les réseaux spécialisés. **Le secteur est de plus en plus concentré** car le nombre de structures adhérentes à ces derniers ne cessent de croître. Les acteurs cherchent à se regrouper afin de peser auprès des collectivités locales et de remporter les appels d'offres des éco-organismes.

**Les œuvres caritatives se recentrent sur leur activité humanitaire** à l'exception de la Croix-Rouge et du Secours Populaire. Les acteurs de l'IAE non affiliés à des réseaux spécialisés ainsi que les réseaux d'EA et EAST se **réorientent progressivement vers les activités de tri et de recyclage**.

En raison des partenariats avec les éco-organismes et de leur rentabilité, les types de biens concernés par les activités de réemploi et de réutilisation des acteurs de l'ESS sont **majoritairement les biens des filières REP** comme le montre le Tableau 15 ci-dessous :

**Tableau 15 - Répartition des types de biens en tonnages en fonction des acteurs de l'ESS**

Catégories de biens	Emmaüs	Envie	RR	L'Heureux Cyclage	Tissons la solidarité	Œuvres Caritatives	Réseaux acteurs IAE	Réseaux d'EA et d'ESAT
EEE	X X X	X X X	X X				X	X
Textile	X X X		X X		X X	X X		
Mobilier	X X X	X	X X				X	X
Bibelots/Vaisselle/Décoration	X		X					
Livres, Cassettes...	X		X			X		
Vélos/Cycles	X		X	X				
Equipement de loisirs	X		X					
Outils	X		X					
Autres	X		X			X		

**La qualité des dons baisse** en raison de la baisse du pouvoir d'achat qui pousse une partie de la population à optimiser ses dépenses en revendant ses biens en fin de vie grâce aux structures du secteur de l'occasion. Les structures de l'ESS cherchent des solutions en améliorant le tri à l'entrée et en se tournant vers de nouveaux modes d'approvisionnement ce qui explique que **le taux de réemploi et de réutilisation est en légère augmentation.**

**Les réseaux spécialisés sont dans une dynamique de professionnalisation.** Ils cherchent à améliorer le suivi de leurs activités afin de mieux les piloter. Ils ont par ailleurs mis en place des formations en interne afin de répondre à des besoins en qualification, dans le cadre des activités des structures mais aussi dans l'optique d'améliorer le retour à l'emploi des salariés en insertion.

**Des partenariats de plus en plus nombreux sont mis en place à tous les niveaux,** à commencer par celui du retour à l'emploi. Cet enjeu nécessite la mise en place de partenariats entre les différentes structures d'insertion et les entreprises classiques. Le CNEI et Chantier Ecole réfléchissent donc actuellement à des parcours de formation permettant de créer des passerelles entre les différentes structures : des ACI aux EI, puis de ces dernières aux entreprises classiques. Tissons la solidarité a mis en place des partenariats de formation avec les entreprises du luxe débouchant certaines fois sur des embauches.

Les accords avec les éco-organismes intègrent également de nombreux acteurs : Eco-mobilier et Valdelia ont ainsi signé des accords globaux intégrant Emmaüs, Envie et le Réseau des Ressourceries.

**Les collectivités locales font preuve d'une forte implication** notamment dans le cadre des Plans et Programmes de Prévention des Déchets. Cette implication peut prendre différentes formes : une attitude bienveillante, un statut de donneur d'ordre ou le portage direct de certains projets. Ainsi certaines collectivités locales prennent en charge la construction des bâtiments ou leur réhabilitation avant de déléguer l'exploitation à des associations locales, créent des espaces de réemploi en déchèteries, participent à des formations, investissent des montants croissants dans le financement des projets et s'associent à des structures de l'ESS dans le cadre d'appels d'offres des industriels.

### V.2.1.3 SECTEUR DE L'OCCASION

Deux types d'acteurs remportent des parts de marché croissantes au sein du secteur de l'occasion : les sites internet d'annonces d'un côté et les revendeurs de l'autre. L'activité de vente d'objets d'occasion est en décroissance sur les places de marché. Comme en 2012, le secteur des dépôts-vente est en difficulté. Les brocanteurs sont mis à mal par la concurrence et sont sur le déclin bien que le nombre de vides-greniers et brocantes soit en augmentation, porté par un nombre croissant de participants parmi les particuliers.

Les types de biens concernés par les activités de réemploi et de réutilisation des acteurs de l'occasion sont plus variés que dans le secteur de l'ESS. Les biens soumis à une REP sont tout de même en majorité, comme le montre le Tableau 16 ci-après, pour des raisons de rentabilité financière. Les livres, cassettes, CD et DVD représentent également des volumes importants.

Tableau 16 - Répartition des types de biens en nombre d'unités en fonction des acteurs de l'occasion

Catégories de biens	Sites internet de mise en relation	Dépôts-vente	Revendeurs	Vides-greniers/brocantes
EEE	X X	X X	X XX	
Textile	X X X			X
Mobilier	X	X X X	X	X
Bibelots/Vaisselle/Décoration	X	X X	X	X
Livres, Cassettes...	X X X	X X	X X	X
Vélos/Cycles	X	X	X	X
Equipement de loisirs	X X	X	X	X
Outillage	X	X	X	X
Autres	X	X	X	X

On observe un **phénomène de concentration des sites internet** en raison des effets de réseaux croisés : l'utilité d'une plateforme pour les acheteurs croît lorsque le nombre de vendeurs croît et vice-versa. Leboncoin.fr remporte ainsi une part de marché de plus en plus importante, d'autant plus que les places de marché principales, que sont Ebay et Priceminister, se réorientent vers le neuf.

Le marché en ligne de l'occasion est également marqué par la **multiplication des sites d'occasion spécialisés par marché**, en particulier sur les segments de la mode haut de gamme et de luxe (Vestiairecollective.com, Videdressing.com, Instantluxe.com...), le marché de l'enfant (Alittlemaman.com, Bebes-avenue.com, Toyslegend.com...) et le sport (Troc-velo.com...). Ces sites intègrent généralement une dimension affective en créant des communautés.<sup>29</sup> Depuis quelques années, des sites de troc comme Troc.com se développent et semblent se spécialiser sur des types de biens.

Les sites internet de mise en relation français cherchent depuis quelques années à se développer à l'international.

**Les modèles des dépôts-vente et des revendeurs ont évolué vers un modèle hybride** de dépôt-vente et d'achat cash en proportion plus importante. Les réseaux historiques de revendeurs sont les grands gagnants de cette transformation tandis que parmi les réseaux historiques de dépôts-vente, seuls Troc.com et la Trocante ont conservé un nombre important de franchisés.

Ces acteurs devront progressivement faire face à la **concurrence d'enseignes traditionnelles lançant leur offre d'occasion** par l'organisation de foires, le développement d'une offre permanente de produits d'occasion ou encore la création de concepts entièrement dédiés à l'occasion. Ces enseignes bénéficient de marques fortes : Fnac, Intermarché, Ikéa, Habitat, Oxylane.<sup>30</sup>

**Les brocanteurs ne parviennent pas à s'adapter aux évolutions des attentes des consommateurs**, en premier lieu la demande d'objets plus récents. Certains d'entre eux développent des vitrines sur internet afin d'attirer le public qui ne prend plus le temps de se déplacer. Mais le secteur manque d'unité pour résister à la concurrence des autres acteurs du secteur de l'occasion et du secteur de l'ESS. Le métier de brocanteur devient progressivement l'apanage des passionnés qui ne parviennent pas à en vivre.

## V.2.2. FREINS A L'ACTIVITE

FREIN	TRANSVERSAL / SPECIFIQUE	DESCRIPTION
Le coût du foncier	Transversal	Le coût du foncier est un frein majeur à la création et au maintien des structures physiques du secteur de l'ESS bénéficiant de peu de moyens d'investissement ainsi que du secteur de l'occasion dont les surfaces sont volumineuses
L'évolution des attentes des consommateurs		Les attentes des consommateurs évoluent vers des biens plus récents et du mobilier moins volumineux qu'avant. Les acteurs, d'Emmaüs aux dépôts-vente, peinent donc à revendre leurs stocks de biens anciens et de mobilier volumineux.
Les difficultés du déploiement en ligne		Si les grands réseaux du secteur et de l'occasion peuvent se permettre de développer un site internet complexe et donnent la possibilité aux acheteurs et vendeurs de virtualiser leurs achats, les réseaux secondaires et les indépendants n'ont pas les

<sup>29</sup> La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta

<sup>30</sup> La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta

		compétences pour le faire.	
<b>La baisse de la qualité des approvisionnements</b>	<b>ESS</b>	<p>La baisse du pouvoir d'achat pousse une partie de la population à optimiser ses dépenses en revendant ses biens en fin de vie grâce aux structures du secteur de l'occasion. Les dons aux structures de l'ESS sont donc de moindre qualité. Certains types de biens sont également plus difficiles à collecter : les types de vêtements qui se vendent le mieux sont ainsi les plus difficiles à collecter pour Tissons la solidarité.</p> <p>Les structures cherchent à trouver de nouveaux modes d'approvisionnement et cherchent ainsi particulièrement à s'approvisionner auprès des déchèteries en créant par exemple des espaces de réemploi. Leur démarche est freinée car les fiches de postes des chargés de déchèterie n'incluent pas la nouvelle mission que cela peut représenter. Par ailleurs, certains biens disparaissent faute de contrôle.</p>	
<b>Le manque de connaissance/ compréhension des activités de réemploi et réutilisation par les parties prenantes</b>		<p>Les acteurs interrogés jugent qu'il existe un réel manque de communication auprès :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• des collectivités locales : une évolution de leur implication a été ressentie mais celle-ci reste inégale selon les régions et leur connaissance s'arrête souvent aux principaux réseaux</li> <li>• du public : la majorité du public connaît l'existence des principaux réseaux mais a encore des difficultés à comprendre le fonctionnement de celles-ci. Ainsi le refus des biens par les structures de l'ESS, pour des raisons de faible qualité, pousse certains consommateurs à ne plus donner. De la même façon, le fait que les dons soient ensuite revendus n'est pas toujours compris.</li> </ul>	
<b>La contrainte fiscale des structures de l'ESS</b>		<p>La contrainte fiscale des structures de l'ESS interdit de faire de la publicité en communiquant sur les prix. Le projet social des structures doit être mis en avant dans toutes les communications</p> <p>A noter : les campagnes de communication réalisées par Eco-systèmes permettent à ses partenaires de profiter d'une visibilité accrue.</p>	
<b>Le manque de protection des œuvres caritatives</b>		<p>Les activités de réemploi et de réutilisation des œuvres caritatives sont mises en difficulté par la concurrence des autres acteurs et le manque de financement alloué à leur secteur. C'est préoccupant parce qu'une partie de son public est composé de personnes auxquelles aucun autre structure de l'ESS ne s'adresse et qui ne peuvent pas se permettre d'acheter des biens.</p>	
<b>La réglementation ICPE</b>		<p>Les ateliers des structures ERG du réseau Envie sont soumis à la réglementation des ICPE en tant que structure de réutilisation d'appareils froids sur lesquels des opérations de récupération de</p>	

		fluides et/ou dégazage doivent être menées. Les ateliers sont par ailleurs soumis au régime déclaratif avec contrôle périodique en raison d'un durcissement de la réglementation. Cela représente un frein important pour Envie d'autant plus que les activités des SAV et des associations de réemploi n'y sont pas soumises car elles gèrent des EEE (produits).
<b>La baisse du pouvoir d'achat</b>	<b>Occasion</b>	La baisse du pouvoir d'achat a un impact néfaste pour les vendeurs de biens non essentiels comme les brocanteurs. Elle pousse aussi les vendeurs à préférer l'achat cash au dépôt-vente.  Ce frein est à nuancer par l'impact positif de la baisse du pouvoir d'achat sur l'activité des sites de petites annonces ainsi que sur celle des revendeurs.
<b>Une faible réglementation de la vente par les particuliers</b>		La vente de biens par des particuliers est peu réglementée. Une loi limite la vente de biens par des particuliers sur des vides-greniers/brocantes à 2 par an. Cependant, celle-ci n'est pas respectée ce qui représente un frein majeur au maintien du secteur des brocanteurs.
<b>Les réticences d'achat en ligne des consommateurs</b>		Le développement des sites internet et des autres acteurs du secteur de l'occasion est freiné par 2 facteurs liés aux réticences d'achat en ligne des consommateurs : <ul style="list-style-type: none"> <li>• la sécurité des transactions en ligne est une préoccupation majeure. Le défaut de paiement est toujours le principal frein au développement cité par les internautes.</li> <li>• le fait de ne pas avoir affaire à une personne physique peut représenter un frein. Le faible niveau de confiance des internautes envers le service après-vente des sites d'achat-vente est cité comme le frein principal à la confiance dans l'achat en CtoC (voir Définitions), suivi par l'existence de fraudes qui se multiplient et n'encouragent pas à la confiance.</li> </ul> Ce frein s'applique de manière croissante au secteur de l'ESS qui diversifie son offre de vente en utilisant internet comme vitrine ou comme boutique.
<b>La concurrence du secteur de l'ESS</b>		Certains acteurs du secteur de l'occasion, en particulier les brocanteurs, sont par ailleurs mis en difficulté par la concurrence avec les acteurs de l'ESS qui se professionnalisent, s'adaptent à l'évolution du comportement des consommateurs et bénéficient d'allègements de charges

## V.3. RECOMMANDATIONS 2014

### V.3.1. TRANSVERSES

#### V.3.1.1 FACILITER LE DEPLOIEMENT EN LIGNE DES STRUCTURES

**Objectif :** accompagner les structures n'ayant pas les moyens de déployer une vitrine sur internet ou de déployer un site internet.



**Pistes d'action :**

- **Réaliser un guide simple à destination des structures de l'ESS et de l'occasion détaillant :**
  - Les enjeux du déploiement en ligne (évolution des attentes des consommateurs, augmentation des ventes,...)
  - La méthodologie de réalisation de vitrines en ligne (en collaboration avec les sites de mise en relation)
  - La méthodologie de réalisation d'un site internet
  - Les bonnes pratiques
- **Favoriser la création de plateformes internet** réunissant des structures de petite taille afin d'accroître leur visibilité en particulier au sein du secteur des brocanteurs

### **V.3.1.2 ENGAGER UNE REFLEXION SUR LA COHABITATION DES STRUCTURES DE L'ESS ET DU SECTEUR DE L'OCCASION**

**Objectif :** étudier les interactions entre le secteur de l'ESS et de l'occasion afin de prendre en compte les 2 impératifs suivants :

- Soutenir l'activité des structures du secteur de l'ESS, qui emploient 70% des effectifs des activités de réemploi et de réutilisation et qui s'adressent à tous les publics, y compris des publics « défavorisés » exclus de fait de bon nombre d'activités marchandes.
- S'assurer que la concurrence n'est pas déloyale vis-à-vis des structures du secteur de l'occasion qui génèrent 70% du chiffre d'affaires lié au réemploi et à la réutilisation.

**Pistes d'action :**

- **Réaliser une étude ou organiser un groupe de travail**
- **Axes de travail :**
  - la préservation des œuvres caritatives qui s'adressent à un public particulier auquel ne s'adresse aucune autre structure ;
  - les risques de la concurrence des structures de l'ESS sur le secteur marchand privé.

### **V.3.1.3 AUGMENTER L'UTILISATION ET LA FIABILITE DE L'ANNUAIRE**

**Objectif :** optimiser la mise à jour de l'annuaire, augmenter l'intérêt de celui-ci pour les acteurs et les utilisateurs et garantir sa viabilité dans le temps.

**Pistes d'action :**

- **Collaborer avec les éco-organismes**
- **Collaborer avec les directions régionales de l'ADEME**
- **Optimiser l'interface SINOE pour l'utilisateur**
- **Réaliser une campagne de communication afin de promouvoir l'annuaire**
- **Favoriser la mise à jour automatisée par les acteurs clés :**
  - Responsables des grands réseaux de réemploi
  - animateurs de plans et programmes de prévention
  - Directions régionales ADEME

### V.3.1.4 SOUTENIR LE DEVELOPPEMENT DES SYSTEMES DE CONSIGNE DES EMBALLAGES EN VUE DU REEMPLOI LORSQU'IL EST PERTINENT

**Objectif :** Soutenir l'action inscrite en ce sens dans le Plan de Prévention des Déchets 2014-2020

**Pistes d'action :**

- **Identifier les bonnes pratiques** grâce au réseau régional de l'ADEME et à ses outils :
  - Types de produits concernés
  - Modalités de réalisation
  - Informations permettant d'établir le bilan environnemental
  - Facteurs clés de succès
- **Participer à l'animation d'un atelier** dans le cadre du GT Prévention en collaboration avec les porteurs de l'action et sous la direction d'ONG environnement et FNB
- **Réfléchir aux modèles économiques envisageables** et notamment aux aides et incitations financières associées

### V.3.1.5 APPROFONDIR LA COMPREHENSION DE CERTAINS MECANISMES DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION

**Objectif :** Etudier certaines problématiques du secteur en vue de favoriser l'augmentation du taux de réemploi

**Pistes d'action :**

- Etudier, dans le cadre des filières REP, les causes limitant les quantités de biens collectés en vue du réemploi et de la réutilisation et les solutions envisageables. Mesurer en particulier le détournement des gisements de biens réemployables et réutilisables vers les filières de recyclage en raison des objectifs inscrits dans les cahiers des charges des éco-organismes.
- Etudier la capacité des structures de l'ESS à stocker les gisements provenant du renouvellement des parcs de mobilier et de matériel informatique des grandes structures (état, collectivité, banque). Des mesures pourraient ainsi être prises en conséquence pour maîtriser ces afflux brutaux dont les plans de déséquipement et la vente anticipée.
- Etudier la portée de l'application au réemploi et à la réutilisation de l'axe stratégique « des administrations publiques exemplaires en matière de prévention des déchets » inscrit dans le Plan de Prévention des Déchets 2014-2020 :
  - par la vente des produits et équipements détenus par les administrations publiques ;
  - par la mise en place de programmes d'achat de biens d'occasion.

## V.3.2. SPECIFIQUES AU SECTEUR DE L'ESS

### V.3.2.1 AMELIORER ET GENERALISER LES INDICATEURS DE SUIVI

**Objectif :**

- Permettre aux structures de disposer des outils leur permettant de piloter leur activité.
- Soutenir la mise en place de l'action du Plan de Prévention des Déchets 2014-2020 « *Poursuivre l'observation du secteur réparation, réemploi-réutilisation et suivre son évolution* » et ainsi de :
  - Améliorer le suivi des activités de réemploi et de réutilisation afin de préciser leur impact en termes de chiffre d'affaires, d'emplois créés et de volume de déchets évités.

- Permettre d'avoir une vision exhaustive de l'état des activités de réemploi et réutilisation au niveau national afin de fixer des objectifs en matière de réemploi et réutilisation.

**Pistes d'action :**

- **Définir des indicateurs communs** en collaboration avec les acteurs de l'ESS et les éco-organisme afin d'être cohérent avec leurs indicateurs définis dans le cadre des REP. Les informations suivantes doivent à minima être remontées : chiffre d'affaires, emplois créés, quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés. Un référentiel de reporting regroupant l'ensemble des définitions pourrait être réalisé.
- **Financer l'activité de reporting des têtes de réseaux.** Différentes solutions peuvent être envisagées : directes c'est-à-dire par le biais de subventions ou d'aides au poste, indirectes par le biais d'un accompagnement des structures au reporting.
- **Favoriser l'émergence d'observatoires** en régions. Certains observatoires régionaux des déchets, tels que celui de la SCOMAD en Franche-Comté, pourraient inclure un volet réemploi et réutilisation. Les structures remonteraient directement les données directement aux ADEME en régions.
- **Mettre à disposition des acteurs un outil de reporting** tel qu'un ERP leur permettant de suivre et de piloter leur activités : résultats économiques, ressources humaines, flux de biens.
- **Articuler les reporting régionaux** avec la remontée d'informations dans le cadre du panorama de la deuxième vie des produits en France afin de ne solliciter les acteurs qu'une fois.

### **V.3.2.2 REALISER DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION LOCALES AUPRES DU PUBLIC ET DES COLLECTIVITES LOCALES**

**Objectif :** améliorer la connaissance et la compréhension de la filière du réemploi et de la réutilisation, dans la continuité de l'action « Soutenir le développement et la professionnalisation de réseaux de réemploi, réutilisation et réparation » inscrite dans le Plan National de Prévention des Déchets 2014-2020 :

- Par le grand public, pour mettre en valeur le don et l'achat de biens auprès de ces structures ;
- Par les collectivités locales, pour favoriser leur implication dans la filière.

**Pistes d'action :**

Le Panorama 2012 avait conclu sur l'importance de communiquer au niveau local, les campagnes nationales ayant peu d'impact sur l'activité locale des structures.

- **Poursuivre la réalisation de guides locaux du réemploi et de la réutilisation** afin de permettre l'identification des structures de réemploi et de réutilisation
- **Réaliser des campagnes de communication au niveau local :**
  - Choisir avec précision la cible, différente selon les structures.
  - Affiner le message qui doit être simple. Une bonne pratique est de l'axer sur l'emploi local généré par les activités de réemploi et de réutilisation, puis sur la réduction des déchets
  - Choisir le support suivant. Une bonne pratique est d'utiliser des brochures recto-verso.

### **V.3.2.3 GARANTIR UNE REPARTITION PLUS EQUILIBREE DES AIDES PUBLIQUES**

**Objectifs :** maintenir les efforts d'amélioration en matière d'allocation des aides publics.

**Pistes d'action :**

- **Equilibrer la répartition des aides entre les régions :** l'état de la région devrait être pris en compte, les zones rurales devant être particulièrement soutenues en raison de la difficulté pour la population de s'insérer professionnellement.

- **Evaluer la qualité de l'insertion réalisée par chaque entreprise d'insertion et indexer le montant des aides au poste sur cette évaluation.** La réforme de l'IAE va dans ce sens avec l'instauration d'une modulation de l'aide au poste selon des critères pondérés notamment « l'efforts d'insertion » et « les résultats ».
- **Harmoniser l'instruction fiscale entre les différentes régions.**

### V.3.2.4 MENER DES PROJETS DE RECHERCHE ADAPTES AUX STRUCTURES DE L'ESS

**Objectif :** approfondir les connaissances théoriques liées aux activités de réemploi et de réutilisation et les appliquer au secteur de l'ESS.

**Pistes d'action :**

- **Lancer un appel à projet quant à la réalisation d'études sur cette thématique en intégrant un volet d'application au secteur de l'ESS.** Des acteurs du secteur pourraient être intégrés. Plusieurs thématiques pourraient être traitées :
  - Le fonctionnement des structures de réemploi et de réutilisation de moins de 10 salariés
  - Le comportement des donateurs et des acheteurs
  - Les leviers juridiques du secteur, dans l'optique de lever certains freins.
  - Etc...
- **Adapter les projets existant au secteur de l'ESS :** plusieurs études s'intéressant aux aspects comportementaux et sociologiques des activités de réemploi et de réutilisation pourraient ainsi être transposées.
- **Améliorer la communication autour de ces projets de recherches :**
  - L'ADEME pourrait mettre à disposition les différentes études sur son site internet
  - Encourager les chercheurs à communiquer systématiquement les résultats des études aux acteurs de l'ESS

### V.3.3. SPECIFIQUES AU SECTEUR DE L'OCCASION

#### V.3.3.1 METTRE EN PLACE DES INDICATEURS DE SUIVI

**Objectif :** soutenir la mise en place de l'action du Plan de Prévention des Déchets 2014-2020 « *Poursuivre l'observation du secteur réparation, réemploi-réutilisation et suivre son évolution* » et ainsi affiner la compréhension de la contribution des acteurs de l'occasion aux activités de réemploi et de réutilisation.

**Pistes d'action :**

Très peu de suivi orienté est réalisé spécifiquement sur les activités de réemploi et de réutilisation au sein des acteurs de l'occasion pour des raisons de priorités. Le prochain Panorama de la deuxième vie des produits en France serait l'occasion de progresser en impliquant dans le Comité de Pilotage un ou plusieurs représentants de chaque sous-secteur afin de travailler sur les points suivants :

- **Définition d'indicateurs adaptés :** quantités de biens mis en vente, quantités de biens vendus, taux de vente au global et par catégories de produits.
- **Compréhension des flux entre les différents acteurs :** quelle est la destination flux non vendus sur leboncoin.fr ? Quelle est la part de biens vendus par des brocanteurs dans des vides-greniers/brocantes ?
- **Quantifier l'impact de la vente par les particuliers :** revenus générés, déchets évités (vides-greniers et sites internet).

- **Affiner le calcul des indicateurs de CA, ressources humaines et flux de biens pour les réseaux secondaires et indépendants** en menant une action de phoning de plus grande envergure

### **V.3.3.2 CAMPAGNE DE SENSIBILISATION DES INTERNAUTES AUX BONNES PRATIQUES DE VENTE ET D'ACHAT EN LIGNE**

**Objectif** : sensibiliser les internautes aux pratiques d'achat en ligne

**Piste d'action** : une campagne de sensibilisation pourrait être menée afin de prévenir les risques d'excès (achat compulsif, vente à perte, prix excessifs) qui freinent le développement du marché de l'occasion de façon générale. Cette campagne pourrait s'appuyer les pages de sensibilisation que développent les sites internet de mise en relation à destination de leurs internautes.

La campagne devra s'adresser aussi bien aux particuliers qu'aux structures associatives et aux entreprises qui ont désormais recours à internet pour vendre et acheter des biens sur internet.

## CONCLUSION

L'actualisation du « Panorama de la deuxième vie des produits en France » a permis de mettre en lumière les évolutions de l'activité de réemploi et de réutilisation en France depuis 2012.

Le secteur de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) est toujours dominé par les réseaux spécialisés, même si ceux-ci sont confrontés aux effets de la crise économique. Les œuvres caritatives et les acteurs de l'insertion connaissent quant à eux des fortunes diverses.

Le secteur de l'occasion est dominé par trois acteurs principaux (sites internet de mise en relation, revendeurs et vide-greniers), qui sont complémentaires dans leur offre et le public qu'ils visent. Les deux acteurs en crise, dépôts-ventes et brocanteurs, semblent voués à se rapprocher des modèles existants, ou à disparaître.

Cette étude a aussi permis d'identifier les freins qui subsistent en 2014 au développement de cette activité. Ces travaux ont permis de dessiner onze pistes d'actions majeures afin de lever ces freins :

- Cinq actions transversales
  - Faciliter le déploiement en ligne des structures
  - Engager une réflexion sur la cohabitation des structures de l'ESS et du secteur marchand privé de l'occasion
  - Augmenter l'utilisation et la fiabilité de l'annuaire qui référence les structures;
  - Soutenir le développement des systèmes de consigne d'emballage en vue du réemploi lorsqu'il est pertinent
  - Approfondir la compréhension de certains mécanismes du réemploi et de la réutilisation
- Quatre actions spécifiques au secteur de l'ESS
  - Améliorer et généraliser les indicateurs de suivi
  - Réaliser des campagnes de communication locales auprès du public et des collectivités locales en prenant en compte la règle des 4P
  - Garantir une répartition plus équilibrée des aides publiques
  - Mener des projets de recherche adaptés aux structures de l'ESS
- Deux actions spécifiques au secteur de l'occasion
  - Mettre en place des indicateurs de suivi de l'activité de réemploi et de réutilisation
  - Réaliser une campagne de sensibilisation des internautes aux bonnes pratiques de vente et d'achat en ligne

# ANNEXES

<b>ANNEXE I</b>	<b>METHODOLOGIE DE RECENSEMENT.....</b>	<b>120</b>
ANNEXE I.1	LES TACHES SYSTEMATIQUES .....	120
ANNEXE I.2	NATURE DES SOURCES D'INFORMATION.....	120
ANNEXE I.3	ANALYSE DES SOURCES D'INFORMATION PAR TYPE D'ACTEUR.....	121
<b>ANNEXE II</b>	<b>SONDAGE REALISE AUPRES DES RESEAUX SECONDAIRES ET INDEPENDANTS.....</b>	<b>123</b>
ANNEXE II.1	COLLECTE DES REPONSES.....	123
ANNEXE II.2	EXTRAPOLATION DES REPONSES.....	124
<b>ANNEXE III</b>	<b>FICHES DETAILLEES DES ACTEURS DU SECTEUR DE L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE .</b>	<b>128</b>
ANNEXE III.1	EMMAÜS .....	129
ANNEXE III.2	ENVIE.....	149
ANNEXE III.3	RESEAU DES RESSOURCERIES.....	164
ANNEXE III.4	L'HEUREUX CYCLAGE .....	185
ANNEXE III.5	TISSONS LA SOLIDARITE .....	195
ANNEXE III.6	LES ŒUVRES CARITATIVES .....	206
ANNEXE III.7	RESEAUX D'ACTEURS DE L'IAE (INSERTION PAR L'ACTIVITE ECONOMIQUE).....	219
ANNEXE III.8	RESEAUX D'EA ET D'ESAT .....	231
<b>ANNEXE IV</b>	<b>FICHES DETAILLEES DES ACTEURS DU SECTEUR DE L'OCCASION.....</b>	<b>240</b>
ANNEXE IV.1	LES SITES INTERNET DE MISE EN RELATION.....	240
ANNEXE IV.2	LES REVENDEURS.....	259
ANNEXE IV.3	LES DEPOTS-VENTE .....	278
ANNEXE IV.4	LES VIDES-GRENIERS/BROCANTES .....	296
<b>ANNEXE V</b>	<b>REPRESENTATIONS SCHEMATIQUES.....</b>	<b>318</b>
ANNEXE V.1	L'ACTION DES PARTICULIERS AU CŒUR DES STRUCTURES DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION	318
ANNEXE V.2	LES ASPECTS ENVIRONNEMENTAUX DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION.....	319

## ANNEXE I Méthodologie de recensement

En 2012, 1 917 acteurs ont été identifiés au sein de l'ESS et 3 026 au sein du marché de l'occasion. Les coordonnées de ces structures ont été rassemblées dans la base de données géolocalisée mise à disposition du public sur le site internet Sinoe.org.

Il s'agissait donc d'actualiser l'annuaire réalisé en 2012, et de le compléter dans la mesure du possible.

### ANNEXE I.1 Les tâches systématiques

Pour les secteurs de l'Economie Sociale et Solidaire et de l'occasion, le même schéma directeur d'avancement a été appliqué. Celui-ci se décompose en sept tâches successives décrites ci-après.

- **Extraire** : la première étape a consisté à extraire l'annuaire publié à partir de la base de données SINOE. Des travaux ont été menés par SINOE entre 2012 et 2014 sur l'annuaire, il était donc nécessaire de repartir de la version la plus récente pour démarrer la mise à jour.
- **Formater** : l'extraction a été formatée de façon à faciliter l'intégration / la mise à jour des données par les acteurs. Ce fichier au format a servi de base pour transmettre aux acteurs les parties de l'annuaire les concernant. Ce format a également permis de constituer un fichier vide pour les nouveaux acteurs et les A3P. Inciter les acteurs à mettre à jour et/ou saisir les informations de leurs structures directement dans un fichier au bon format permet de gagner un temps précieux lors de la compilation de l'ensemble des informations reçues.
- **Collecter** : les informations détenues par les différentes sources identifiées pour le secteur ont été récupérées par mail. Les acteurs ont fournies leurs informations sous des formats plus ou moins faciles à intégrer à l'annuaire (fichier Excel proposé, fichier Excel propre à l'acteur, fichier en PDF ou lien vers un annuaire en ligne).
- **Intégrer** : les données recueillies dans leurs divers formats ont été mises au format de l'annuaire lorsque cela était nécessaire puis ont été intégrées.
- **Compléter** : Des recherches complémentaires ainsi qu'un travail manuel ont permis de compléter les informations fournies par les acteurs.
- **Consolider** : les doublons ont été supprimés et les données ont été harmonisées afin de faciliter l'analyse.
- **Analyser** : l'annuaire ainsi terminé, ses données ont pu être analysées.

### ANNEXE I.2 Nature des sources d'information

Les sources utilisées pour mettre à jour l'annuaire ont été les suivantes :

- les sources primaires (contacts directs avec les structures elles-mêmes ou les têtes de réseaux) ;
- les annuaires locaux fournis par les A3P ;
- le phoning
- les recherches complémentaires.
- Les sources primaires étant prioritaires sur les annuaires locaux des A3P lors de la suppression des doublons.
- Chaque source a été évaluée qualitativement selon les paramètres suivants :
- la couverture géographique (nationale, locale) ;
- le nombre de structures du réemploi et de la réutilisation répertoriées par la source (Economie Sociale et Solidaire et occasion confondues), avant la suppression des doublons en comparaison avec les autres sources ;



- l'exhaustivité sur son territoire ;
- et la récence de la source par rapport à 2014.
- Le système d'évaluation est présenté ci-dessous.



Très bon



Moyen





Mauvais

### ANNEXE I.3 Analyse des sources d'information par type d'acteur

#### ▶ Les sources primaires

Les acteurs eux-mêmes constituent la première source d'information grâce à une prise de contact directe en entretien téléphonique. Des entretiens ont eu lieu avec les principaux représentants de chaque sous-secteur. Ainsi, l'actualisation du panorama des réseaux spécialisés de l'ESS a permis de mettre à jour leur liste d'acteurs et d'enrichir l'annuaire des établissements pour lesquels ils n'assuraient pas un suivi en 2012. Les grands réseaux spécialisés dans le réemploi et la réutilisation interrogés en 2012 et 2014 sont : Emmaüs, Envie et le Réseau des Ressourceries. L'Heureux Cyclage et Tissons la Solidarité sont deux réseaux spécialisés nouvellement interrogés en 2014. Concernant les réseaux des acteurs de l'insertion l'Union Nationale des Entreprises Adaptées (UNEA) et le Comité Nationale des Entreprises d'Insertion (CNEI) nous ont fournies les informations concernant leurs structures.

La Croix-Rouge Française est le seul acteur des œuvres caritatives à avoir été interrogé. L'entretien a permis de dégager des informations qui ont permis de compléter les informations de ce réseau bien qu'aucun annuaire n'ait été fourni.

sources primaires		Les
Couverture		Nationale
Nombre de structures de l'ESS		2 215
Exhaustivité		
Récence		

Concernant les acteurs de l'occasion le Bon Coin et info brocantes ont été interrogés mais l'annuaire n'est pas pertinent pour ces acteurs puisqu'il ne s'agit pas de structures physiques. Les dépôts-vente et les revendeurs n'ont pas fait l'objet d'entretien.

#### ▶ Annares locaux fournis par les A3P

De plus, le réseau des animateurs de plans et programmes de prévention des déchets (A3P), mis en place par l'ADEME, a été sollicité. En effet, ces animateurs sont susceptibles d'avoir créé des annuaires de réemploi localement. Ce réseau a été interrogé par mail (538 contacts) ainsi que sur son propre forum à travers sa lettre d'information. Par ce biais, les différentes personnes en charge de la prévention au sein des Directions Régionales de l'ADEME ont également été contactées.

90 réponses (soit 17% des contacts) ont ainsi été obtenues parmi lesquelles 44 réponses positives :

- 21 annuaires au bon format soit 242 contacts intégrés
- 4 annuaires au format Excel soit 243 contacts intégrés
- 7 annuaires au format PDF soit 187 contacts qui n'ont pas pu être intégrés car le traitement était trop chronophage
- 8 annuaires en ligne qui n'ont pas pu être intégrés car le traitement était trop chronophage

- 4 transferts vers les directions régionales ADEME (ADEME Bourgogne)

Les annuaires et guides locaux	
Couverture	Locale
Nombre de structures	672
Exhaustivité	⚠
Récence	⚠

▶ Annuaires fournis par les directions régionales ADEME

Il s'agit de la première année où la mise à jour biennale intègre les données relatives à l'ensemble d'une région. Lors de la sollicitation des A3P, plusieurs animateurs de la région Bourgogne ont signalé qu'un travail avait été mené à l'échelle régionale par l'ADEME afin de réaliser un annuaire de la seconde vie des produits. Il a donc paru judicieux de travailler directement avec l'ADEME Bourgogne afin d'éviter une deuxième sollicitation des animateurs. La centralisation de ces informations a permis d'augmenter l'exhaustivité et la fiabilité de l'annuaire à l'échelle de la région Bourgogne. 206 structures ont donc été intégrées à l'annuaire. Les structures des grands réseaux ont préalablement été retirées pour éviter les doublons. De la même manière, les acteurs de la réparation et de la location ont été supprimés de l'annuaire fourni car non couvert par le champ de l'étude.

Les annuaires et guides locaux	
Couverture	Régionale
Nombre de structures	206
Exhaustivité	✓
Récence	✓

▶ Le phoning

500 appels ont été réalisés auprès des indépendants (de l'ESS et de l'occasion). Cette action de phoning a permis de modifier les informations de 140 structures dans l'annuaire au niveau des indépendants.

Les annuaires et guides locaux	
Couverture	nationale
Nombre de structures	140
Exhaustivité	✗
Récence	✓

▶ Les recherches complémentaires

Des recherches complémentaires sur les sites internet des grands réseaux de l'occasion ont permis de compléter les informations des structures référencées dans l'annuaire. Ceci notamment pour la partie portant sur les catégories de produits concernées par la structure.

## ANNEXE II Sondage réalisé auprès des réseaux secondaires et indépendants

### ANNEXE II.1 Collecte des réponses

- **Phase 1 : élaboration d'un questionnaire** à destination des acteurs adaptés aux catégories suivantes : ESS, dépôts-vente/revendeurs, brocanteurs
- Phase 2 : échantillonnage :
- **une extraction de l'annuaire a été réalisée** afin d'obtenir la liste des réseaux secondaires et indépendants au sein des catégories suivantes : ESS, dépôts-vente, revendeurs, brocanteurs ;
- **quatre échantillons ont ensuite été sélectionnés** : leur taille et l'identité des acteurs sélectionnés ont été choisis afin de garantir la diversité des structures représentées ainsi que des taux de réponse égaux entre les différentes catégories et suffisants pour extrapoler.
- **Phase 3 : phoning** : plus de 500 appels ont été réalisés auprès des différents acteurs répartis par catégorie selon le Tableau 17 ci-après.

Tableau 17 - Répartition des appels par catégories d'acteurs

	Total	ESS	Dépôts-vente	Revendeurs	Brocanteurs
<b>Nombre de réseaux secondaires et d'indépendants</b>	3 176	533	1 142	331	1 170
<b>Contactés</b>	535	44	226	47	214

- **Phase 4** : Une **sélection des réponses cohérentes a ensuite été réalisée** grâce à plusieurs tests de cohérences. Leur nombre final par catégorie est détaillé ci-dessous pour chaque information :

Tableau 18 - Nombre final de réponses

	Total	ESS	Dépôts-vente	Revendeurs	Brocanteurs
<b>Nombre de réseaux secondaires et d'indépendants</b>	3 176	533	1 142	331	1 170
<b>Nombre de réponses</b>	69 (2,2%)	8 (1,5%)	27 (2,4%)	7 (2,1%)	27 (2,3%)

## ANNEXE II.2 Extrapolation des réponses

Pour chaque type d'acteurs interrogés, différentes extrapolations ont été réalisées dont voici les résultats :

### SECTEUR DE L'ESS :

Une action de phoning similaire avait été réalisée en 2012 sur un échantillon d'acteurs du secteur de l'ESS

**Tableau 19 - Extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur de l'ESS**

	Méthodologie de calcul	Valeur obtenue	Poids par rapport au total secteur ESS	Analyse de la fiabilité
<b>CA (M€)</b>	* Comparaison des réponses 2014 et 2012 puis choix des réponses 2012, plus représentatives de la population  * Extrapolation selon le nombre de structure indépendantes (taux d'extrapolation ~3% excepté pour flux vendus ~1%)	<b>58</b>	20%	Non disponible : les données obtenues ne doivent donc pas être utilisées indépendamment de l'intégration dans le bilan global des activités de réemploi et de réutilisation.  Le poids de la donnée dans le total du secteur de l'ESS est de 20% d'où un impact limité.
<b>Emplois (ETP)</b>		<b>5 344</b>	33%	L'écart avec la valeur extrapolable des réponses 2014 est de 10%. La donnée est donc considérée comme relativement fiable.  Le CA moyen / ETP est d'environ 11 000 € ce qui est cohérent compte tenu de l'importance du financement public dans le secteur.
<b>Flux collectés (nombre d'unités)</b>		<b>106 546</b>	24%	Non disponible : les données obtenues ne doivent donc pas être utilisées indépendamment de l'intégration dans le bilan global des activités de réemploi et de réutilisation.  Les poids des données dans les totaux du secteur de l'ESS sont de 15% et 24% d'où un impact limité.
<b>Flux vendus (nombre d'unités)</b>		<b>27 702</b>	15%	

**REVENDEURS :**

**Tableau 20 - Extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur des revendeurs**

	Méthodologie de calcul	Valeur obtenue	Poids par rapport au total secteur Revendeurs	Analyse de la fiabilité
<b>CA (M€)</b>		<b>53</b>	17%	Il y a 90% de certitude que le CA soit compris entre 10 M€ et 100 M€
<b>Emplois (ETP)</b>	Extrapolation selon le nombre de structure indépendantes (taux d'extrapolation ~2%)	<b>432</b>	20%	Var (réponses) = 1 : les valeurs de l'échantillon sont peu dispersées donc cette valeur est estimée relativement fiable  Le CA moyen / ETP est d'environ 120 000 € ce qui est cohérent étant donné que le financement de l'activité repose uniquement sur les ventes et que le secteur se porte bien.
<b>Flux collectés (nombre d'objets)</b>	Multiplication par du chiffre d'affaires obtenu par des ratios établis selon les dires d'experts du secteur	<b>2 139 321</b>	12%	Non disponible : les données obtenues ne doivent donc pas être utilisées indépendamment de l'intégration dans le bilan global des activités de réemploi et de réutilisation.  Les poids des flux dans le total du secteur des revendeurs sont de 13% d'où un impact limité.
<b>Flux vendus (nombre d'objets)</b>		<b>2 139 321</b>	12%	

**DEPOTS-VENTE :**
**Tableau 21 - Extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur des Dépôts-vente**

	Méthodologie de calcul	Valeur obtenue	Poids par rapport au total secteur Dépôts-vente	Analyse de la fiabilité
<b>CA (M€)</b>		<b>95</b>	43%	Il y a 90% de certitude que le CA soit compris entre 30 M€ et 160 M€
<b>Emplois (ETP)</b>	Extrapolation selon le nombre de structure indépendantes (1,6% < taux d'extrapolation < 2,3%)	<b>1 656</b>	79%	Var (réponses) = 2,7 : les valeurs de l'échantillon sont peu dispersées donc cette valeur est estimée relativement fiable  Le CA moyen / ETP est d'environ 57 403 € ce qui est cohérent étant donné que le financement de l'activité repose uniquement sur les ventes et que le secteur est en décroissance.
<b>Flux collectés (nombre d'objets)</b>	Multiplication par ratio selon les dires d'experts du secteur	<b>2 129 387</b>	58%	Non disponible : les données obtenues ne doivent donc pas être utilisées indépendamment de l'intégration dans le bilan global des activités de réemploi et de réutilisation.  Les poids des flux dans le total du secteur des dépôts-vente sont de 45% d'où un impact important.
<b>Flux vendus (nombre d'objets)</b>		<b>2 129 387</b>	58%	

## BROCANTEURS


Tableau 22 - Extrapolations pour les réseaux secondaires et indépendants du secteur de l'ESS

	Méthodologie de calcul	Valeur obtenue	Poids par rapport au total secteur Occasion	Analyse de la fiabilité
<b>CA (M€)</b>		<b>96</b>	10%	Il y a 90% de certitude que le CA soit compris entre 45 M€ et 155 M€
<b>Emplois (ETP)</b>	Extrapolation selon le nombre de structure indépendantes (1,9% < taux d'extrapolation < 2,3%)	<b>1 568</b>	26%	Var (réponses) = 0,7 : les valeurs de l'échantillon sont peu dispersées donc cette valeur est estimée relativement fiable  Le CA moyen / ETP est d'environ 120 000 € ce qui est cohérent étant donné que le financement de l'activité repose uniquement sur les ventes et que le secteur se porte bien.
<b>Flux collectés (nombre d'objets)</b>	Multiplication par ratio selon les dires d'experts du secteur	<b>7 062 177</b>	2%	Non disponible : les données obtenues ne doivent donc pas être utilisées indépendamment de l'intégration dans le bilan global des activités de réemploi et de réutilisation.
<b>Flux vendus (nombre d'objets)</b>		<b>7 062 177</b>	1%	Les poids des flux dans le total du secteur de l'occasion sont de 2% et 6% d'où un impact très limité.

## ANNEXE III   Fiches détaillées des acteurs du secteur de l'Économie Sociale et Solidaire



## ANNEXE III.1 Emmaüs

 <a href="http://www.emmaus-france.org">www.emmaus-france.org</a>	
<b>Définition</b>	Structure d'accueil pour les personnes en difficulté et en marge de la société dont l'activité est basée sur la récupération de biens
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Proposer un travail aux plus démunis</li> <li>➤ Proposer des produits à des prix modiques pour les familles aux revenus modérés</li> <li>➤ Collecter, réparer des biens pour limiter l'impact de la consommation sur l'environnement</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2013)</b>	208 structures, dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Associations et communautés : 117 communautés et 42 comités d'amis</li> <li>- Entreprises et chantiers d'insertion : 49</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2012)</b>	16 325 soit 6 630 ETP, dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés permanents : 1258 (236 CDD et 1022 CDI) soit 1258 ETP</li> <li>- Salariés en insertion : 3 188 soit 1 594 ETP</li> <li>- Compagnons : 4 312 soit 2 156 ETP</li> <li>- Bénévoles : 8 528 soit 4 264 ETP</li> <li>- TIG et stagiaires : 2493 soit 751 ETP</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés en 2012 (T)</b>	266 000 tonnes de produits ont été collectés, dont 125 020 tonnes réemployées (soit 47 %). Principaux produits : Emmaüs collecte tout type de produit, en particuliers les produits textile, le mobilier, les livres/cassettes/CD/DVD et les EEE.
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2012 (€)</b>	185 M€
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Activité de réemploi / réutilisation et quantité de biens collectés en augmentation</li> <li>- Baisse des réticences liées au marché d'occasion</li> </ul>
<b>Principaux freins à l'activité de réemploi identifiés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baisse de la qualité des biens collectés à cause de la conjoncture économique</li> <li>- Augmentation de la concurrence des sites internet</li> <li>- Nouvelles exigences réglementaires liées au changement de statut juridique</li> </ul>

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

- Etudes portant sur le « Panorama de la Deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et 2012 ;
  - Entretien téléphonique le 05/05/14 avec Stéphanie Mabileau, responsable des filières environnement
2. Les données quantitatives sont issues :
- Pour les années 2008, 2009 et 2010 : des études portant sur le « Panorama de la Deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et 2012 ;
  - Pour l'année 2012 : de l'entretien téléphonique avec Stéphanie Mabileau.

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

### Modèle économique

Le réseau Emmaüs est avant tout une structure d'accueil pour les personnes éloignées et en marge de la société. Plusieurs types de groupes composent le réseau Emmaüs, parmi lesquels les communautés Emmaüs, composées de compagnons qui sont accueillis et y exercent une activité, principalement dans le domaine de la récupération, de la réparation et de la revente de biens. La principale spécificité de ce modèle réside dans le fait que le réseau ne propose pas de contrat de travail aux compagnons qui sont accueillis (logement et restauration).

Comme l'indique Christophe Deltombe, Président d'Emmaüs France, dans le Rapport d'activité 2008/2009 d'Emmaüs France (janvier 2010), « les communautés et par la suite les structures d'insertion se sont développées sur un modèle économique original, **fondé sur le don d'objets de récupération en tout genre**, avec le développement de filières spécialisées telles que les déchets électriques et électroniques, le textile, les téléphones portables, dans une logique de réemploi réutilisation ou de transformation ».

### Finalité

Les principales finalités du réseau Emmaüs sont les suivantes :

- **Offrir une situation décente aux plus démunis** en leur fournissant un travail (dans les communautés et les structures d'insertion) et un logement (dans les communautés et autres structures d'accueil d'Emmaüs) ;
- **Proposer des objets de seconde main à petits prix** à des milliers de familles<sup>31</sup>.

L'activité de récupération des biens menée par Emmaüs a également pour objectif second de rallonger la durée de vie des produits pour limiter la consommation de matières premières, réduire l'impact des biens sur l'environnement et apporter une aide fondamentale aux personnes à faibles revenus.

---

<sup>31</sup> Source : Emmaüs France, Rapport d'activité 2008/2009, janvier 2010

## Historique

Le Mouvement Emmaüs et la première communauté Emmaüs ont été créés en octobre 1949 par l'abbé Pierre à Neuilly-Plaisance (93). Les activités de collecte et de traitement des matières se développent dans les années 50, avec un savoir-faire spécifique, qui se transmet à l'intérieur des communautés, les compagnons les plus récents trient les papiers cartons, les plus anciens sont des professionnels du démantèlement et du classement des métaux.

Le mouvement se tourne ensuite progressivement vers la revente d'objets de seconde main pour financer la communauté. C'est réellement à partir des années 80 qu'Emmaüs investit massivement dans les activités de réemploi / réutilisation lorsque la valorisation matière devient moins rentable, puis pendant les années 90, lorsque les premières réglementations en matière de Responsabilité Élargie du Producteur se mettent en place.

Emmaüs devient une structure internationale en 1969 avec la création d'Emmaüs International. La branche française, Emmaüs France est créée en 1985, suivie par la création de la Fondation Abbé Pierre pour le logement des défavorisés en 1988.

L'activité de réemploi / réutilisation est pérennisée en 2006 dans le domaine des EEE lorsqu'Emmaüs devient un point de collecte adhérent au réseau de recyclage de l'éco-organisme Eco-Systèmes, agréé par les pouvoirs publics.

Emmaüs France et Le Relais initient la contribution financière versée par les producteurs de textile. La filière REP de récupération des textiles est officialisée en 2008 par un décret. Cette contribution représente un enjeu important pour Emmaüs : consolider les postes d'activités actuels autour du textile (plus de 2 000 à Emmaüs) et développer de nouveaux projets et de nouveaux emplois d'insertion, au travers de l'augmentation de la collecte et du tri, dans un souci de protection de l'environnement. Emmaüs France s'inscrit ainsi dans la filière à Responsabilité Élargie du Producteur relative au textile afin de faire reconnaître sa spécificité sur les activités de réemploi / réutilisation dans ce secteur.

Enfin, comme le précise Christophe Deltombe, président d'Emmaüs France, « 2009 a vu la consécration du modèle d'accueil communautaire inventé il y a 60 ans, par l'inscription dans la loi d'un nouveau statut juridique : les organismes d'accueil communautaire et d'activité solidaires ».

Plus récemment, Emmaüs signe un partenariat avec Eco-mobilier et Valdelia dans le cadre de la filière REP des DEA (Déchets d'Éléments d'Ameublement). Celui-ci résulte d'une concertation avec la Fédération Envie et le Réseau des Ressourceries.

## Fonctionnement du réseau et de ses structures

### ► Statut juridique et code d'activités

Le code NAF d'Emmaüs International est 9499Z<sup>32</sup>, « Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire ».

Le code APE d'Emmaüs France est 8899B.

Son statut juridique est « Association à but non lucratif »<sup>33</sup>.

---

<sup>32</sup> Source : INSEE, Avis de situation au répertoire SIRENE, <http://avis-situation-sirene.insee.fr>

<sup>33</sup> Source : Kompass, Emmaüs International – Informations Générales, [http://fr.kompass.com/profille\\_FR8384403\\_fr/emmaus-international-gi.html](http://fr.kompass.com/profille_FR8384403_fr/emmaus-international-gi.html)

Cependant, un nouveau statut juridique a été créé en 2009 pour reconnaître les spécificités des communautés Emmaüs : « Organismes d'accueil communautaire et d'activités solidaires ». Les personnes accueillies au sein de ces structures ont désormais un statut reconnu.

Ainsi, la demande d'agrément d'Emmaüs France pour sa branche communautaire, en tant qu'organisme d'accueil communautaire et d'activités solidaires a été acceptée le 22 janvier 2010<sup>34</sup>.

► Mode de fonctionnement

Le réseau Emmaüs fonctionne selon trois branches distinctes :

- La **branche communautaire**, comprenant les communautés de compagnons Emmaüs ;
- La **branche action sociale et logement**, composée de 67 structures telles que la Fondation Abbé Pierre et Emmaüs Habitat qui s'occupent de l'accueil d'urgence aux personnes sans-abri, de la réhabilitation et la construction de logement, de la lutte contre le mal-endettement ou encore les problèmes d'alphabétisation ;
- La **branche économie solidaire et insertion**, composées de structures d'insertion sociale et professionnelle fondées essentiellement sur des filières de récupération et de comités d'amis sur des activités de réemploi / réutilisation.

D'après Emmaüs France, les revenus du réseau proviennent essentiellement des magasins de vente des produits de seconde main (90 % environ) et plus modérément de la vente des matières secondaires (DEEE, ferraille, cartons).

## Analyse quantitative

### Chiffre d'affaires et résultats économiques

Le tableau ci-dessous présente le chiffre d'affaires et les produits vendus par le réseau EMMAUS sur la période 2009 – 2012.

**Tableau 23 - Chiffre d'affaires et produits vendus par Emmaüs sur la période 2009 - 2012**

Année	Chiffre d'affaires	Produits vendus
2009	141 M €	104 000 T
2010	153 M €	119 991 T
2012	185 M €	125 020 T

Le chiffre d'affaires est en augmentation, il a augmenté de 21 % entre 2010 et 2012. Sur la même période les quantités de produits vendus ont augmentées de 4 %. Le chiffre d'affaire a donc beaucoup plus augmenté en valeur qu'en volume.

<sup>34</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Arrêté du 22 janvier 2010 portant agrément d'organismes d'accueil communautaire et d'activités solidaires, janvier 2010

## Structure du réseau

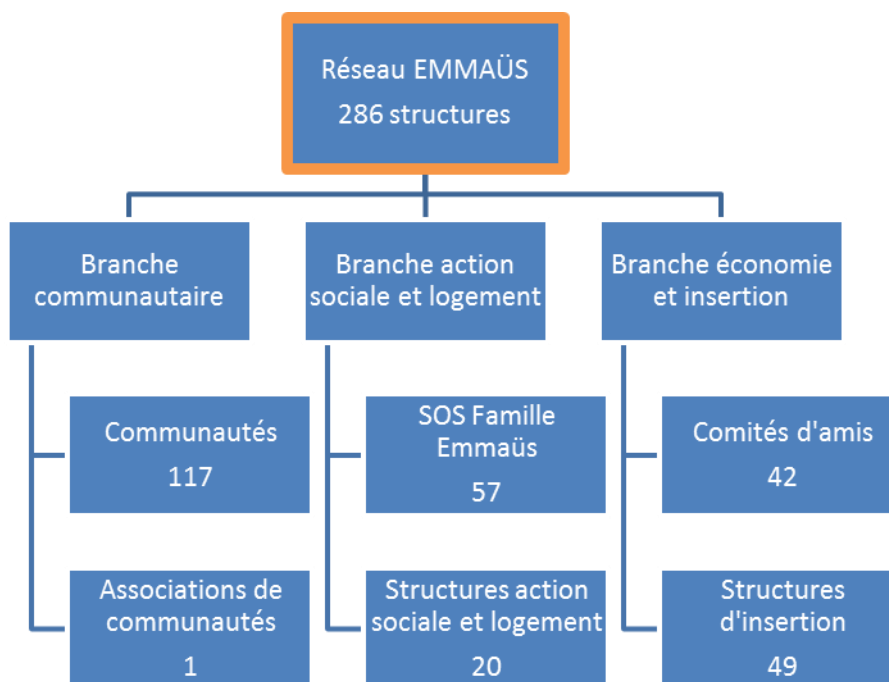


Figure 50 - Structure du réseau Emmaüs

Tableau 24 - Nombre de structures présentes dans les différentes branches d'Emmaüs France en 2008, 2010 et 2013

Branche d'Emmaüs France	Nombre de structures 2008	Nombre de structures 2010	Nombre de structures 2013
<b>Branche communautaire</b>	116 communautés	116 communautés	117 communautés
<b>Branche action sociale et logement</b>	66 structures	73 structures	77 structures
<b>Branche économie solidaire et insertion</b>	77 structures	87 structures	91 structures
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>276</b>	<b>286</b>

Les structures principalement concernées par la deuxième vie des produits sont les structures de la branche communautaire et de la branche économie solidaire et insertion. La branche action sociale et logement ne génère aucune activité dans le domaine du réemploi et de la réutilisation, ses actions ne sont donc pas détaillées dans cette étude.

Emmaüs France compte, en 2012, **208 structures de réemploi et de réutilisation en France**, réparties comme suit :

- Pour la branche communautaire, la totalité des **117 structures** sont actives dans le réemploi et la réutilisation.
- La branche économie solidaire et insertion comporte :
  - 42 comités d'amis, composés essentiellement de bénévoles qui réalisent les mêmes activités que les communautés ;

- 49 structures d'insertion, composées d'ateliers et chantiers d'insertion proposant des Contrats Accompagnement vers l'Emploi ou Contrats d'Avenir à des personnes très éloignées de l'emploi et des entreprises d'insertion, intermédiaires entre les entreprises et les ateliers et chantiers d'insertion.

Le nombre de communautés est en stagnation en comparaison au nombre de structures dans la branche Economie Solidaire et Insertion. En réalité, les communautés s'étendent et certaines antennes sont créées. Mais ouvrir une nouvelle communauté est devenu lourd économiquement et juridiquement.

Emmaüs dispose d'une logistique de collecte qui permet de capter des gisements dispersés, dans les milieux urbains comme ruraux.

La carte suivante présente la répartition géographique de ces établissements en 2013.

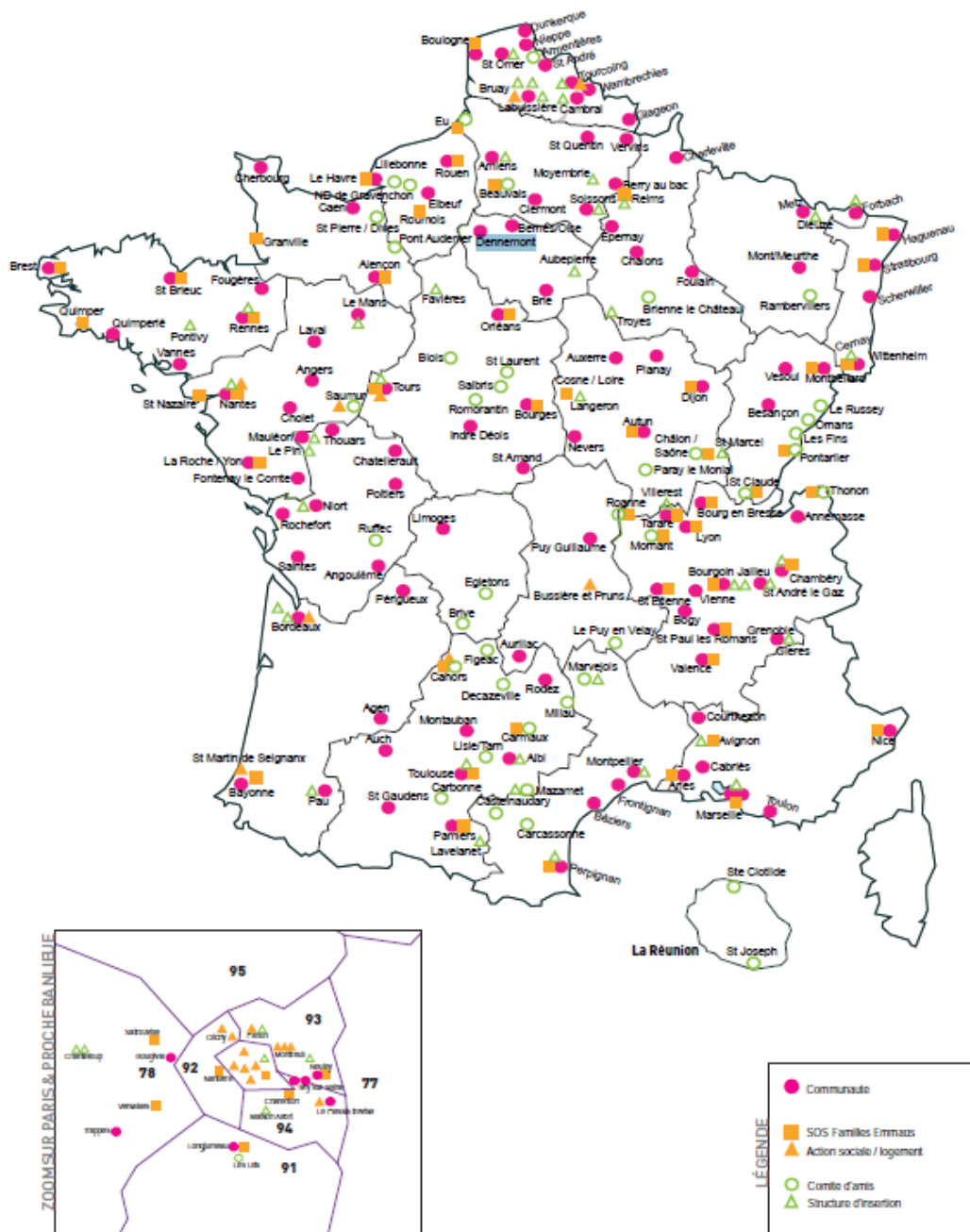


Figure 51 - Répartition géographique des structures Emmaüs en 2014

Bien que le réseau Emmaüs se soit généralement développé de façon anarchique selon les bonnes volontés des porteurs de projets, la répartition géographique du réseau est influencée par plusieurs facteurs :

- La demande sociale : cette demande concerne à la fois la vente de biens à faible coût et le l'emploi de personnes en situation sociale et professionnelle précaire. Emmaüs, de par sa finalité première, tend à se développer dans des zones où la demande sociale est forte.
- L'entraide sociale : certaines régions françaises ont une tradition d'entraide sociale ce qui favorise l'implantation de structures Emmaüs.
- Le coût du foncier : certaines communautés sont situées à 10 km du centre en raison d'un coût trop élevé.

Le nombre élevé de structures dans le Nord de la France peut ainsi s'expliquer par une demande sociale forte mais aussi par une culture de l'entraide et du fonctionnement en réseau.

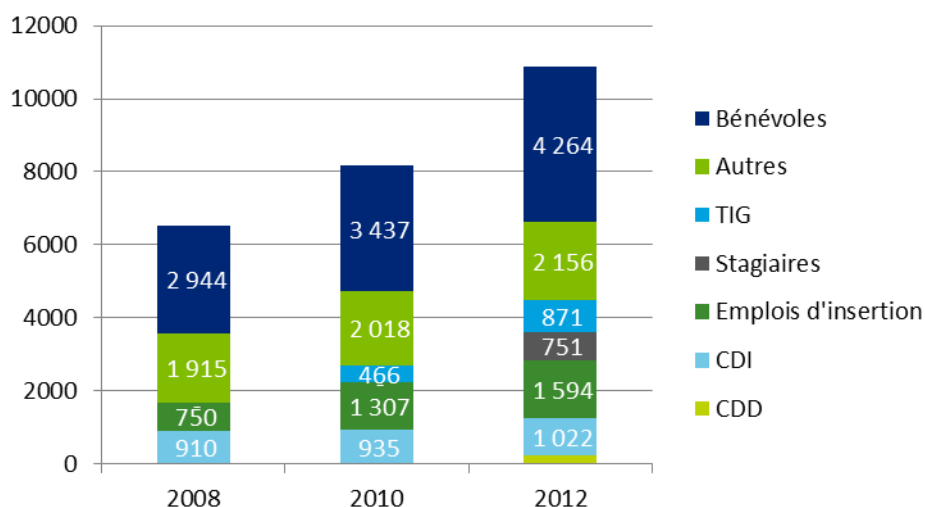
L'implantation des différentes plateformes textiles a été déterminée en fonction de la proximité avec les structures de récupération d'Emmaüs.

Emmaüs est implanté sur la quasi-totalité des départements et développe de nouveaux points de collecte et de vente en fonction des besoins du territoire et des personnes. Des études de faisabilité peuvent être réalisées.

### Ressources humaines

#### ► Effectifs

Le schéma ci-dessous illustre l'évolution et la répartition dans le temps de l'effectif en ETP du réseau EMMAÛS. Les proportions des catégories d'emplois sont conservées au cours du temps même si il est possible d'observer une diversification des statuts au fil des années.



**Figure 52 - Répartition et évolution de l'effectif en ETP au sein du réseau EMMAÛS sur la période 2008 - 2012**

L'effectif d'Emmaüs augmente avec le temps puisque l'effectif total en 2012 est de 10 894 ETP en 2012 contre 8 163 ETP en 2010 et 6 519 ETP en 2008. Cela représente une augmentation de 33 % de l'effectif entre 2010 et 2012.

L'activité de réemploi et de réutilisation concerne les branches communautaires et Economie sociale et solidaire, qui sont décrites ci-après.

- Branche communautaire : les communautés

Les personnes accueillies par Emmaüs et travaillant dans les communautés, appelées les compagnons, ne sont pas des employés d'Emmaüs car ils ne signent pas de contrat de travail. Les communautés comprennent également des salariés (encadrants, responsables et secrétaires) et des bénévoles.

L'accueil des personnes est inconditionnel, c'est-à-dire qu'il n'y a aucune condition à respecter pour rentrer dans les communautés. Il n'y a également aucune limite dans le temps et aucune condition ni distinction de nationalité, âge, opinion ni confession. Un compagnon quitte la communauté lorsqu'il le désire, ou sur demande du responsable s'il ne respecte pas les règles de la communauté<sup>35</sup>.

- Branche action sociale et logement

Étant donné que cette branche ne concerne pas le réemploi et la réutilisation, ses caractéristiques ne sont pas présentées.

- Branche économie solidaire et insertion

La branche économie solidaire et insertion comporte essentiellement des bénévoles ainsi que des salariés qui possèdent soit un emploi classique (CDI ou CDD) soit un emploi d'insertion.

#### ► Besoins en personnel et manques de qualification

L'objet même de l'activité d'Emmaüs est l'accueil des personnes sans qualification et leur réinsertion. Ainsi le manque de qualification est inhérent à l'activité d'Emmaüs. Celui-ci pose des dilemmes aux structures, dont voici 2 exemples :

- Les conducteurs de camions doivent posséder un permis et des formations sont ainsi dispensées aux compagnons. Une grande partie d'entre eux reste pendant de courtes durées ce qui rend compliqué l'obtention du permis et de garder les camionneurs formés. Certaines structures compte donc des salariés conducteurs de poids lourds.
- La réparation nécessite des compétences techniques que les compagnons n'ont pas forcément en arrivant. Des formations internes (Emmaüs France est reconnu en tant qu'organisme de formation) sont proposées sur la réparation d'électroménager, la transformation de meubles,...). Le choix d'un éventuel recrutement d'une personne est pris au niveau des structures et non au niveau de la tête de réseau qui n'a pas cette compétence.

### 3. Analyse de la chaîne de valeur

#### Les activités exercées

Chacun des groupes Emmaüs en charge de la seconde vie des biens (communauté ou groupe de la branche économie solidaire et insertion) pratique généralement l'ensemble des activités suivantes :

- Collecte ;
- Tri ;
- Réparation (EEE/ Menuiserie) ;
- Vente.

---

<sup>35</sup> Source : Emmaüs France, Rapport d'activité 2008/2009, janvier 2010



A chaque point de collecte est ainsi associé un point de vente des produits récupérés. Si le groupe ne possède pas les compétences pour réparer le produit, il peut être envoyé vers un autre groupe Emmaüs.

Les activités de réparation comportent des tests des équipements, de menues réparations et éventuellement des démontages partiels pour les EEE (machine à laver par exemple). Les activités de réparation nécessitant des agréments, tels que le démontage des réfrigérateurs - qui contiennent des fluides frigorigènes – ne sont pas effectuées par les groupes.

Les groupes possèdent leur propre stock de pièces détachées et se procurent des pièces manquantes si nécessaire pour réparer les biens collectés.

## L'approvisionnement

### *Spécificités de l'approvisionnement*

Emmaüs s'approvisionne principalement par des dons de particuliers mais aussi auprès d'entreprises et de distributeurs d'EEE. Les produits doivent pouvoir être utilisés.

### *Types de biens*

Les principaux types de biens collectés gratuitement par EMMAÜS sont les suivants :

- Produits textiles ;
- Mobilier ;
- Equipements électriques et électroniques.

Cependant les groupes collectent tous les biens susceptibles d'être réemployés ou réutilisés, dont ceux indiqués ci-dessous :

- Décoration, luminaires, vaisselle ;
- Jouets ;
- Livres ;
- Vélos ;
- Puériculture ;
- Jardinage.

### *Modes d'approvisionnement*

Les groupes Emmaüs utilisent différents modes d'approvisionnement, qui sont présentés ci-dessous par ordre d'importance :

- Approvisionnement **auprès des particuliers** : c'est le mode d'approvisionnement majoritaire. Il se fait par ramassage à domicile (sur rendez-vous) ou par apport volontaire. Les ramassages à domicile concernent des objets de tonnage élevé ou de grand volume (gros électroménagers, meubles, etc.), alors que les apports volontaires concernent plus les petits objets (bibelots, petits EEE, etc.). Ainsi, Emmaüs estime que les apports volontaires ne représentent que 20 à 30 % des tonnages collectés.
- Approvisionnement **auprès des déchèteries** : ce mode d'approvisionnement se développe depuis quelques années et s'intègre parfaitement dans les modes de collecte d'Emmaüs. Une benne est installée en déchetterie et est vidée régulièrement lors des tournées de ramassage à domicile des camions Emmaüs.
- Approvisionnement par **conteneur textile** : ce mode de collecte est complémentaire de la collecte en porte à porte du textile. Ces conteneurs sont gérés par Le Relais.
- Approvisionnement **auprès des entreprises** : ce mode est marginal par rapport à l'approvisionnement auprès des particuliers même s'il existe quelques partenariats avec des entreprises.

- Approvisionnement **auprès des distributeurs** : quelques groupes Emmaüs vont également collecter ponctuellement des EEE chez les distributeurs dans le cadre de l'accord avec Eco-systèmes, lorsqu'il y a un manque de matériel. Quelques collectes de produits invendus sont aussi organisées avec certains distributeurs. Flux d'approvisionnement

Les flux d'approvisionnement se déclinent comme suit selon les principales catégories de l'activité de réemploi et de réutilisation d'Emmaüs France en 2008, 2010 et 2012.

**Tableau 25 - Evolution de la répartition des tonnages collectés entre 2008, 2010 et 2012**

	UNITE	2008	2010	2012
<b>FLUX TOTAL</b>	Tonnes	204 000	255 300	266 000
<b>TEXTILE</b>	Tonnes	85 000	105 354	120 000
<b>MEUBLES</b>	Tonnes	65 000	68 000	65 000
<b>EEE</b>	Tonnes	20 000	25 000	26 000
<b>AUTRES</b>	Tonnes	34 000	56 947	55 000

L'approvisionnement a augmenté de 4 % entre 2010 et 2012. La hausse se concentre sur la catégorie textile qui enregistre à elle seule une hausse de 14 %.

En 2010, via son partenariat avec Le Relais, Emmaüs était le premier acteur de la filière textile avec près de 75% des tonnages collectés en France. En 2012, Eco TLC a collecté 150 000 T de produits textiles, 80 % de ce flux provient du réseau EMMAÜS.<sup>36</sup>

Concernant la part de chaque approvisionnement, 128 000 T de produits sont collectés par les communautés (soit 48 % de l'approvisionnement) et 138 000 T par les chantiers et structures d'insertion soit 52 % de l'approvisionnement dont une forte proportion correspond à des produits textiles.

Emmaüs est un acteur du réemploi et de la réutilisation généraliste et ne vise pas à se spécialiser dans un domaine en particulier. Le réseau essaie au contraire de diversifier les types de bien collectés, bien que certains groupes soient spécialisés, comme le Relais, spécialisé dans le textile.

### **Les attentes des donateurs**

Les principales attentes identifiées en 2010 perdurent toujours aujourd'hui. Les donateurs se plaignent régulièrement du **décal de collecte** relativement long pour l'enlèvement à domicile (pouvant aller jusqu'à 3 semaines), notamment dans les grandes agglomérations.

Certains donateurs souhaiteraient également que les groupes Emmaüs réalisent également la **collecte des déchets** lorsqu'ils viennent à domicile. En effet, lorsque Emmaüs sélectionne les objets chez les particuliers, un certain nombre de biens ne sont pas collectés car ils ne peuvent pas être réemployés (matelas tachés, DEEE, etc.) et le particulier doit s'en débarrasser lui-même

<sup>36</sup> Eco TLC Rapport d'activité 2012

(encombrants). Selon Emmaüs France, cette attente semble difficile à satisfaire étant donné qu'ils ne peuvent pas se substituer aux services de gestion des déchets mis en place par les municipalités.

L'augmentation du nombre de points de collecte par apport volontaire permettrait également de répondre aux attentes des donateurs. Emmaüs développe depuis 2010 l'installation de conteneurs réemploi et de réutilisation dans les déchèteries. Ce mouvement s'inscrit dans le cadre des plans de prévention des collectivités locales.

## L'offre de vente

### *Spécificités de l'offre*

Il n'y a pas de transformation des biens collectés, mais uniquement une réparation si nécessaire. Ainsi, Emmaüs propose les mêmes types de biens que ceux collectés, à savoir :

- Produits textiles ;
- Mobilier ;
- Equipements électriques et électroniques ;
- Décoration, luminaires, vaisselle ;
- Jouets ;
- Puériculture ;
- Outillage ;
- Livres.

Pour chaque type de biens, l'offre d'Emmaüs peut contenir quelques produits neufs, donnés par les entreprises par exemple (fin de séries essentiellement).

Au sein d'Emmaüs, il n'y a pas de systèmes de management ou de contrôle qualité. Le but premier est d'accueillir les personnes démunies et de leur proposer un travail. Les préoccupations concernant la qualité des biens vendus n'arrivent que dans un second temps. De plus, une telle démarche nécessiterait du personnel formé au contrôle qualité, ce qui serait très contraignant étant donné la situation des personnes accueillies.

La qualité des biens vendus dépend donc essentiellement du tri effectué lors de la collecte et de la réparation éventuellement effectuée dans les communautés et structures de la branche économie solidaire et insertion.

En ce qui concerne le mobilier, il est difficile d'écouler les flux collectés. Emmaüs est concurrencé en cela par des grandes enseignes de distribution spécialisée (Ikea, etc.) qui proposent des produits neufs et « à la mode ». Les marchandises collectées par Emmaüs sont souvent « dépassées », et ne correspondent pas aux attentes des acheteurs potentiels. Emmaüs essaie néanmoins de développer la filière réemploi et réutilisation des meubles afin qu'elle soit plus valorisante et valorisée. Cela passe par le développement de nouvelles activités telles que les pièces détachées (récupération des pièces de type serrures, gonds, etc.), ou la transformation des meubles.

La création d'une filière REP meubles est perçue comme très positive, elle devrait aider à stabiliser cette activité dans les délégations Emmaüs. Elle requiert cependant qu'Emmaüs monte en compétence sur la traçabilité du mobilier entrant et sortant.

### *Flux vendus*

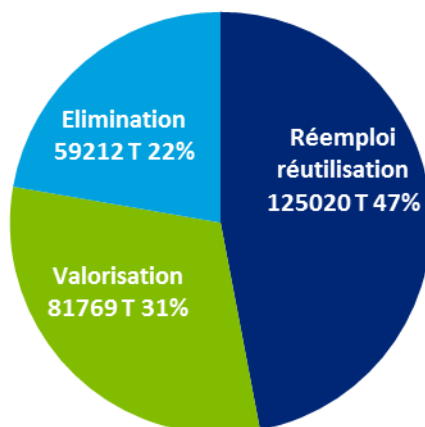
Les flux vendus pour l'année 2010 et 2012 se déclinent de la façon suivante :

**Tableau 26 - Répartition des flux vendus par catégories de produits en 2012**

TYPE DE PRODUITS	2010 (EN €)	2012 (EN €)	PART (2012)
LIVRES, CASSETTES, CD, DVD	7 837 924	9 700 000	5 %
EEE	9 972 192	8 400 000	4.5 %
MOBILIER	25 013 339	22 700 000	12 %
AUTRES, DIVERS	34 101 985	38 600 000	21 %
TEXTILES	76 016 687	105 600 000	57 %
<b>TOTAL</b>	<b>152 942 126</b>	<b>185 000 000</b>	<b>100 %</b>

Les tonnages vendus n'ont pas été suivis par EMMAÛS en 2012. En faisant l'hypothèse que le taux de réemploi et de réutilisation est constant entre 2010 et 2012, soit 47 %, il est possible d'estimer les tonnages vendus en 2012 à partir du montant des ventes. Ceux-ci s'élèveraient à 125 020 T soit une augmentation de 4% par rapport à 2010.

Le schéma ci-dessous illustre la répartition des flux collectés au sein du réseau EMMAÛS pour l'année 2012. Le taux de réemploi et de réutilisation n'est pas à analyser puisqu'il relève d'une hypothèse.



**Figure 53 – Répartition des flux collectés au sein du réseau EMMAÛS pour l'année 2012**

Dans le tableau ci-dessous est présentée la répartition des flux collectés au sein du réseau EMMAÛS pour les années 2008, 2010 et 2012.

**Tableau 27 - Répartition et évolution des flux collectés au sein du réseau EMMAÛS sur la période 2008 – 2012**

	2008 (Tonnes)	2008 (Taux)	2010 (Tonnes)	2010 (Taux)	2012 (Tonnes)	2012 (Taux)
Collectées	204 000 T	100 %	255 300 T	100 %	266 020 T	100 %
Réemploi Réutilisation					125 020 T*	47 %*
Valorisation					81 769 T	31 %
Réemploi / Réutilisation et valorisation	176 000 T	86 %	204 098 T	80 %	206 789 T*	78 %*
Élimination	28 000 T	14 %	51 202 T	20 %	59 231 T	22%

\* Données estimées

Afin de permettre l'estimation des tonnages, le taux de réemploi est supposé constant entre 2010 et 2012. Toutefois, le taux de réemploi, réutilisation et valorisation baisse au cours du temps. À l'inverse les quantités collectées augmentent. La conjoncture économique (voir partie sur les tendances) est sans doute à l'origine de la baisse de la qualité du gisement.

### Stratégie d'offre

#### ► Règle des 4 P

La majorité des groupes Emmaüs étant des structures à but non lucratif, elles ne sont pas soumises aux impôts commerciaux (impôt sur les sociétés, TVA, taxe professionnelle), mais en contrepartie, elles doivent remplir des conditions spécifiques permettant de différencier leurs activités d'une entreprise du secteur lucratif. Le caractère non lucratif d'un organisme est déterminé pour chaque activité de l'organisme selon les étapes suivantes :

- Examen du caractère intéressé ou non de la gestion de l'organisme ;
- Examen de la situation de l'organisme au regard de la concurrence ;
- Examen des conditions d'exercice des activités. Pour cela, les quatre critères suivants sont examinés (règle des « 4 P ») dans l'ordre décroissant d'importance, pour apprécier si l'organisme exerce ou non ces activités dans des conditions similaires à celles d'une entreprise<sup>37</sup> :
  - Le « Produit » proposé par l'organisme : l'activité (prestation, vente) tend-elle à satisfaire des besoins déjà pris en compte par le marché ou pas ?
  - Le « Public » visé par l'organisme : l'activité est-elle réalisée au profit de catégories de personnes en situation difficile sur le plan moral, physique ou financier ?

<sup>37</sup> Source : Direction Générale des Impôts, Instruction 4 H-5-06 du 18 décembre 2006 - IS. TP. TVA. Dispositions diverses. Collectivités autres que les sociétés. Organismes sans but lucratif.

- Le « Prix » pratiqué : les tarifs pratiqués sont-ils nettement inférieurs à ceux des organismes lucratifs ?
- Les opérations de communication réalisées (« Publicité ») : l'organisme a-t-il recours aux mêmes méthodes et procédés commerciaux que les entreprises pour se créer une clientèle ?

La stratégie d'offre d'Emmaüs doit donc suivre cette règle pour ne pas concurrencer le secteur des entreprises à but lucratif.

▶ Produits vendus et services associés

Les produits vendus sont uniquement ceux collectés grâce aux dons des différentes parties (particuliers principalement, entreprises occasionnellement).

Étant donné que les groupes Emmaüs sont soumis aux 4P, ils ne peuvent pas développer de services parallèles à la vente de biens de récupération. Les groupes ne proposent pas de service après-vente et n'ont pas tous choisi de proposer de garantie sur les biens. Des échanges ou des remboursements sont néanmoins possibles au cas par cas et selon les groupes.

Tous les groupes proposent également des services de livraison à domicile des biens achetés, gratuitement ou payant selon les cas (selon le groupe et le type de bien).

▶ Lieux de vente et clientèle visée

Les biens Emmaüs sont vendus **au sein des communautés** (branche communautaire) et **au sein des groupes de la branche Économie solidaire et insertion** dont l'activité est liée au secteur de la seconde vie (comités d'amis, structures d'insertion telles que les Ateliers du Bocage, Friperie Solidaire et les 16 Relais).

À chaque point de collecte correspond un point de vente (Communautés, groupes de la branche Économie Solidaire et Insertion). Seules les bornes Emmaüs implantées dans les déchèteries ne comportent pas de point de vente associé. L'implantation des points de vente sur le territoire français est donc quasiment identique à celle des points de collecte.

Lorsqu'ils sont situés en milieu rural ou en périphérie urbaine, les points de vente sont généralement des espaces d'une surface importante, permettant d'entreposer l'ensemble des marchandises. Le point de vente de la communauté de Nantes comporte par exemple 1 600 m<sup>2</sup> (voir Figure 54 ci-après)<sup>38</sup>.

Emmaüs cherche actuellement à ouvrir plus de boutiques en centre-ville pour toucher une clientèle différente. La surface de ces points de ventes est plus réduite.

---

<sup>38</sup> Source : Communauté Emmaüs de Nantes, <http://www.emmaus44.fr/Nantes/>



**Figure 54 - Salle de vente de la communauté Emmaüs de Nantes**

Certains groupes comme les Ateliers du Bocage proposent de la **vente par internet** (principalement de téléphones portables et de matériel informatique). Les équipements sont reconditionnés puis vendus d'occasion. Ils ont été testés, et parfois réparés par les professionnels d'Emmaüs<sup>39</sup>.

Le Relais a également récemment choisi de développer son activité sur internet en proposant notamment une boutique sur eBay.

Emmaüs a réalisé au niveau national un test de mise en ligne de plusieurs boutiques qui a principalement permis d'identifier les freins principaux que sont une organisation carrée et des contraintes juridiques. Les initiatives sont principalement locales. Certaines communautés se sont ainsi regroupées pour lancer leur propre site internet.

#### ► Prix pratiqués

La règle des 4P précise qu'« il convient d'évaluer si les efforts faits par l'organisme pour faciliter l'accès du public se distinguent de ceux accomplis par les entreprises du secteur lucratif, notamment par un prix nettement inférieur pour des services de nature similaire. Cette condition peut éventuellement être remplie lorsque l'organisme pratique des tarifs modulés en fonction de la situation des clients. »<sup>40</sup>. Pour certains secteurs d'activités, des règles fines ont été élaborées par l'administration fiscale<sup>41</sup>. La notion de « prix nettement inférieur » y est généralement définie par un différentiel de prix d'au moins un tiers avec le secteur concurrentiel.

La politique de prix au sein d'Emmaüs est de proposer aux familles à revenus modérés des biens à des prix faibles. Ainsi, le prix de vente est en général inférieur **au tiers du prix de vente d'un appareil neuf équivalent** sur le marché. Emmaüs travaille également avec les services sociaux pour proposer des biens **gratuitement** à des familles qui n'ont pas les moyens d'acheter. Une fois les

<sup>39</sup> Source : Ateliers du Bocage, <http://www.la-bootique.com>

<sup>40</sup> Source : Direction Générale des Impôts, Instruction 4 H-5-06 du 18 décembre 2006 - IS. TP. TVA. Dispositions diverses. Collectivités autres que les sociétés. Organismes sans but lucratif.

<sup>41</sup> Ces fiches sectorielles, rédigées sous forme de « rescrits », permettent pour un secteur d'activité donné, d'avoir une analyse fine des conditions de concurrence examinées par l'administration. Ces fiches sont disponibles sur le portail fiscal sous le lien suivant : <http://doc2.impots.gouv.fr/aida/Apw.fcgi?FILE=Index.html><sup>14</sup>

familles identifiées, les groupes Emmaüs sont sollicités par les services sociaux pour envisager des **actions de solidarité en nature** auprès de ces personnes. Emmaüs propose aussi une solidarité financière au niveau local, national et international. Au niveau local cela peut par exemple prendre la forme d'une distribution d'aide pour aider à payer les factures et éviter une expulsion.

▶ Promotion et actions marketing mises en place

Étant donné que les groupes Emmaüs sont soumis à la règle des 4P, ils ne peuvent pas mener d'action de marketing mais uniquement des actions de sensibilisation.

Les groupes organisent régulièrement des ventes exceptionnelles ainsi que des campagnes de sensibilisation du public sur le don de biens.

Depuis 2010, Emmaüs a développé sa présence dans des salons régionaux (bien ancré). Il s'agit d'événements ponctuels, qui ont pour objectif de toucher un nouveau public, Emmaüs a par exemple organisé des défilés de mode avec du textile récupéré, ou des expositions d'art moderne utilisant des matériaux issus du réemploi et de la réutilisation.

Emmaüs France a créé sa page Facebook afin de cibler un autre public que celui-habituel.

### **Les attentes et spécificités des acheteurs**

La clientèle visée est essentiellement les **familles aux revenus modérés**. Les points de vente sont néanmoins ouverts à tous et de nombreux **chineurs** font partis de la clientèle d'Emmaüs. C'est également un moyen économique de s'équiper pour les **étudiants**.

Selon Emmaüs, les acheteurs ont fait remonter en 2010 leurs souhaits de voir un plus grand **nombre de points de vente** se développer. Cette demande existe toujours actuellement.

Les biens les plus demandés sont les **EEE, le textile et les petits mobiliers**. Depuis 2010, pour répondre à une demande des acheteurs, Emmaüs a développé la transformation de mobiliers. Il s'agit d'adapter les mobiliers collectés qui sont souvent anciens et massifs, pour qu'ils soient plus facilement réutilisables par les acheteurs, en adaptant leurs dimensions (vente d'un mobilier comportant une partie haute et une partie basse en deux lots par exemple).

## **4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2012**

Globalement, l'activité d'Emmaüs n'a pas connu de changements majeurs et est toujours sujette aux mêmes tendances, freins et voies d'amélioration qu'en 2010 et 2012. Emmaüs a mis en place des réponses aux attentes des donateurs et des acheteurs.

### **Les tendances d'évolutions liées à l'environnement extérieur**

#### ***Le regard des acheteurs sur les biens d'occasion change progressivement***

La crise et la sensibilisation au développement durable aident à surmonter les réticences liées à l'achat d'occasion. Les acheteurs étaient bien souvent réticents à acquérir un bien issu de la récupération car ils se méfiaient de la qualité du produit. Le contexte actuel de crise et de sensibilisation au développement durable a permis de développer la prise en compte de l'impact positif du réemploi et de la réutilisation sur l'environnement. Il faut également souligner que l'intégration des démarches de réemploi et de réutilisation aux plans départementaux de prévention des déchets a aussi eu un impact positif sur le regard que portent les clients sur les biens d'occasion.

#### ***Une concurrence accrue***

Cependant, Emmaüs n'est pas le seul acteur à bénéficier de ces changements. La prise de conscience liée à l'occasion bénéficie à l'ensemble des acteurs de l'occasion. Ainsi les sites internet de mise en relation de produits d'occasion, dont Leboncoin.fr, sont des concurrents majeurs à l'activité de réemploi et de réutilisation d'Emmaüs. Cette concurrence s'exerce principalement au niveau de la captation des produits, les sites internet captant les produits de meilleure qualité.

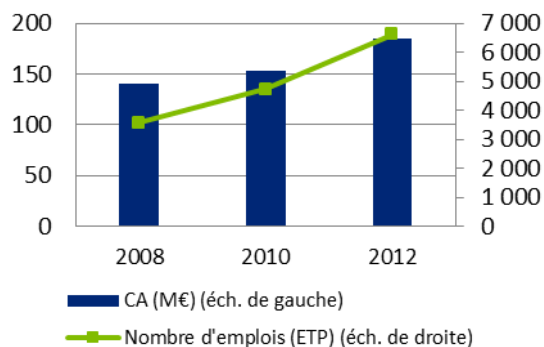
#### ***La création d'une filière REP meubles est perçue positivement***

Les meubles comptent pour 12 % des flux collectés par Emmaüs en 2012. Ils sont difficiles à écouler à cause des changements de goût du public, et de la concurrence de grandes enseignes spécialisées.

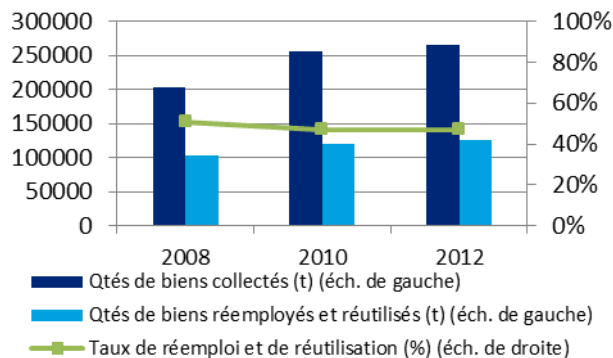


La création d'une filière REP meubles est perçue comme très positive, elle devrait aider à stabiliser cette activité dans les délégations Emmaüs. Elle requiert cependant qu'Emmaüs monte en compétence sur la traçabilité du mobilier entrant et sortant.

### Les tendances d'évolutions internes



**Figure 55 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein d'Emmaüs entre 2008 et 2012**



**Figure 56- Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Emmaüs entre 2008 et 2012**

**L'activité de réemploi et de réutilisation d'Emmaüs est en hausse**, son chiffre d'affaires ayant augmenté de 30 % entre 2008 et 2012 tandis que le nombre d'emplois a quasiment doublé.

**La quantité des biens collectés a également augmenté** de 30 % mais on observe un **ralentissement de cette croissance illustrant notamment une augmentation du tri à l'entrée**.

**La qualité des dons a baissé et le taux de réemploi / réutilisation a donc diminué de 5 %** entre 2008 et 2012.

### Les axes d'amélioration

Emmaüs a identifié cinq axes d'amélioration concernant son activité de réemploi / réutilisation.

- ▶ Assurer un approvisionnement suffisant et de qualité reste un enjeu majeur

Pour assurer des flux entrants stables, la principale voie d'amélioration est d'augmenter la capacité de collecte. Cela passe notamment par une augmentation du nombre de points de collecte. Ceci s'est confirmé depuis 2010. De nouveaux conteneurs réemploi / réutilisation ont été mis en place dans les déchèteries, et il est prévu que cela continue.

- ▶ S'adapter aux besoins des clients

Pour certains produits comme les meubles, les évolutions sociologiques ont un impact important sur les ventes. Un des enjeux pour Emmaüs est donc de proposer des biens transformés et redimensionnés (des meubles plus compacts par exemple) qui soient mieux adaptés aux besoins des clients. Des actions ont été menées en ce sens depuis 2010, et ont été approfondies. Ces initiatives restent majoritairement locales.

- ▶ Poursuivre l'amélioration de la présentation des biens en magasins

Un des axes majeurs d'amélioration, est d'améliorer la mise en vente des biens et des magasins. L'effort fait par Emmaüs pour réaménager de manière plus attractive les lieux de vente a pu changer la vision des clients sur les biens d'occasion. Ce point était déjà important en 2010, et s'est confirmé depuis. Il y a déjà eu des résultats intéressants : Emmaüs note que les quantités de livres collectées peuvent très bien s'écouler s'ils sont bien présentés en magasin.

▶ Développer la formation






Il est difficile pour les compagnons de suivre les nouvelles technologies qui demandent des compétences de plus en plus pointues pour réemployer correctement certains biens d'occasion comme les EEE. Un des axes d'amélioration est donc de développer la formation du personnel pour mieux réparer les produits.

▶ Traçabilité

L'intégration dans la filière REP mobilier (DEA) impose à Emmaüs de mettre en place un système de suivi des quantités entrantes et réemployées.

**Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012**

Tableau 28 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

RECOMMANDATIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES		LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<b>GARANTIR UNE REPARTITION PLUS EQUILIBREE DES AIDES PUBLIQUES (AJUSTER LES AIDES AU POSTE D'INSERTION, GARANTIR UNE MEILLEURE REPARTITION DES AIDES DANS LA DUREE, GARANTIR UN MEILLEUR EQUILIBRE ENTRE LES REGIONS)</b>		L'aide au poste d'insertion a été augmentée en 2013 à 10 000 €/an par salarié en insertion en raison d'un fort lobbying du secteur de l'ESS.	RAS
<b>ENCOURAGER LES PARTENARIATS ENTRE COLLECTIVITES LOCALES, LES STRUCTURES DE REEMPLOI / REUTILISATION DE L'ESS ET LES ENTREPRISES LOCALES ACTIVES SUR LE SECTEUR</b>		Emmaüs a fait en sorte d'être plus présent au niveau local dans les projets locaux. Les accords avec les éco-organismes intègrent également de nombreux acteurs : Eco-mobilier et Valdelia ont ainsi signé des accords globaux intégrant Emmaüs ainsi qu'Envie et le Réseau des Ressourceries.	RAS
<b>RELAYER PAR DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION LOCALES LES CAMPAGNES DE PROMOTION DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION (GUIDES LOCAUX)</b>		Emmaüs essaye de participer à l'effort de communication. Le réseau s'appuie sur la semaine Développement durable et celle de prévention des déchets.	RAS
<b>METTRE EN PLACE DES INDICATEURS DE SUIVI ET ASSURER UN SUIVI REGULIER DES ACTIVITES DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION (REPORTING ANNUEL CHIFFRE + ENTRETIENS QUALITATIFS TOUS LES DEUX ANS)</b>		Emmaüs considère la mise en place d'un suivi comme un axe prioritaire de développement.  La mise en place de la filière DEA est associée à celle d'indicateurs de suivi.	RAS
<b>MENER DES PROJETS DE RECHERCHE DEDIES A LA THEMATIQUE DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION</b>		RAS	RAS

## Les freins à l'activité en 2012

### ► Frein économique : la crise a un impact négatif sur les dons

Si la crise a un effet positif sur le nombre d'acheteurs, en revanche ses effets se ressentent négativement sur la qualité des dons. Les particuliers préfèrent opter si possible pour des solutions plus intéressantes économiquement telles que les marchés de l'occasion (vide-greniers, sites de mise en relation, etc.).

La conjoncture économique depuis 2008 pousse les particuliers à se défaire de leurs biens en échange d'une rémunération, plutôt que d'en faire don à Emmaüs. Cela a également un impact sur la qualité des biens collectés.

En ce qui concerne les retombées de la crise sur les achats, les clients semblent privilégier les achats utiles de petite taille (vaisselle, EEE) au dépend des achats moins nécessaires (décoration, jouet).

### ► Frein concurrentiel

Il y a une concurrence accrue sur le secteur du réemploi et de la réutilisation. La prise de conscience liée à l'occasion bénéficie à l'ensemble des acteurs de l'occasion, comme les sites internet de mise en relation qui sont des concurrents majeurs à l'activité de réemploi et de réutilisation d'Emmaüs. Cette concurrence se manifeste particulièrement au niveau de la captation des produits, les sites internet captant les produits de meilleure qualité.

### ► Frein réglementaire : un cadre juridique contraignant pour les structures d'insertion


Le nouveau statut juridique apparu en 2009 (« organisme d'accueil communautaire et d'activités solidaires ») permet aux communautés d'avoir un modèle reconnu, mais impose certaines règles supplémentaires, en particulier le caractère à but non lucratif de l'organisme<sup>42</sup>. La règle des 4P peut ainsi représenter un frein juridique puisque les groupes ne peuvent pas faire de publicité pour attirer une clientèle nouvelle, telle une entreprise à but lucratif. En cas de besoin, le mouvement est prêt à développer de nouveaux modèles socio-économiques, notamment des entreprises d'insertion fiscalisées. A noter que ce statut ne s'applique pas aux communautés.

Ce nouveau statut impose aussi des objectifs chiffrés en termes de réinsertion professionnelle des personnes. Il y a à ce niveau une différence importante entre la terminologie administrative, et celle employée par Emmaüs. Les objectifs fixés par l'administration s'intéressent exclusivement au projet professionnel, à l'entrée dans l'emploi. Mais pour Emmaüs, aider à se réinsérer implique d'aider à résoudre une problématique personnelle, c'est un projet social, qui peut être complexe et varié. Il y a donc deux manières bien distinctes d'aborder le problème.

---

<sup>42</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Décret n° 2009-863 du 14 juillet 2009 relatif à l'agrément des organismes d'accueil communautaire et d'activités solidaires, juillet 2009

## ANNEXE III.2 ENVIE

 <b>envie</b> <a href="http://www.envie.org">www.envie.org</a>	
<b>Définition</b>	Réseau d'entreprises d'insertion visant la requalification professionnelle de personnes en difficultés sociales et professionnelles via le réemploi, la réutilisation ou le recyclage d'appareils électroménagers hors d'usage.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Permettre aux personnes en difficultés sociales et économiques d'avoir accès à une formation et d'être en capacité d'intégrer un emploi stable,</li> <li>➔ Permettre la création d'emplois de proximité et la création d'un gisement de compétences,</li> <li>➔ Permettre aux clients de s'équiper d'appareils électroménagers d'occasion renouvelés, garantis un an minimum et vendu à petit prix,</li> <li>➔ Contribuer à la protection de l'environnement via la collecte et la valorisation des DEEE dans le respect de la réglementation</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et la réutilisation (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entreprises d'insertion : 24 structures Envie ERG (réemploi et réutilisation)</li> <li>- 30 ateliers et 45 magasins</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	761 ETP pour Envie ERG, dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés en insertion : 543 ETP</li> <li>- Salariés permanents : 218 ETP</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réemployés en 2013 (t)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 23 500 tonnes collectées dont 3800 réemployées et réutilisées (soit plus de 16%)</li> <li>- Principaux produits : EEE, DEEE, EA et DEA.</li> </ul>
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2013 (€)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 15 M€</li> </ul>
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché du</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement des structures par l'ouverture d'autres lieux de vente et ateliers au sein des structures existantes</li> <li>- Diversification de l'offre de vente vers le petit électroménager (PEM)</li> </ul>

<b>réemploi et de la réutilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement de vitrines sur internet</li> <li>- Développement de la formation, et mise en place d'une démarche d'amélioration continue</li> </ul>
<b>Principaux freins à l'activité de réemploi/réutilisation identifiés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impossibilité de démarcher de nouveaux clients via la publicité (règle des 4P)</li> <li>- La réglementation des ICPE</li> <li>- Variabilité des flux d'approvisionnement (en volume et en qualité)</li> </ul>

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

Cette fiche a été réalisée sur la base des sources d'information suivantes :

- études sur le « Panorama de la Deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et 2012 par BIO Intelligence Service pour le compte de l'ADEME ;
- entretien téléphonique le 30/04/14 avec Suzanne Laborde de la Fédération Envie et du rapport social 2013 de la Fédération Envie ;
- Les données quantitatives sont issues :
  - pour l'année 2008 et 2010 : des études portant sur le « Panorama de la Deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et 2012 ;
  - pour l'année 2013 : de l'entretien téléphonique le 30/04/14 avec Suzanne Laborde de la Fédération Envie et du rapport social 2013 de la Fédération Envie ;
  - et du site internet de la Fédération Envie (<http://www.envie.org>).

### Guide de lecture

La Fédération Envie comporte 2 « secteurs d'activité » qui sont des entreprises d'insertion :

- Envie ERG, qui rénove de l'électroménager hors d'usage et le revend ;
- Envie 2E, qui collecte, prépare au recyclage et traite des DEEE.

Les chiffres et les informations qualitatives présentées dans cette fiche font principalement référence à Envie ERG puisque c'est la branche en charge de l'activité de réemploi et de réutilisation. Certaines informations relatives à la branche Envie 2E sont toutefois fournies afin de comprendre son poids dans le réseau ENVIE et ses relations avec la branche ERG.

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

Le réseau ENVIE (Entreprise Nouvelle Vers l'Insertion par l'Economique), qui existe depuis 30 ans, est un réseau de structures d'insertion visant à requalifier professionnellement et socialement des personnes en situation d'exclusion par une activité économique de collecte d'appareils électroménagers qui sont soit réemployés et réutilisés via leur rénovation et leur vente à bas prix avec une garantie d'un an minimum, soit recyclés.

### Modèle économique

#### Finalité

La principale finalité des structures du réseau Envie est l'Insertion par l'Activité Economique (IAE). Il s'agit d'apporter aux personnes en difficultés sociales et professionnelles un emploi d'insertion offrant un parcours de requalification adapté leur permettant d'accéder à un emploi durable.

Une autre finalité est de permettre aux personnes n'ayant pas les moyens de s'équiper en matériel neuf d'accéder à prix réduits à des appareils électroménagers rénovés, de grandes marques, garantis un an minimum pièces et main d'œuvre.

Contribuer à la protection de l'environnement et à la préservation des ressources par la collecte et la valorisation des Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques (DEEE) est également un des buts recherchés.

### **Historique du réseau**

La première structure Envie d'Électroménager Rénové Garanti (Envie ERG) est créée en 1984 à Strasbourg par des travailleurs sociaux dans la mouvance d'Emmaüs. Le site s'approvisionne chez certains distributeurs en produits d'occasion hors d'usage (provenant du service de récupération de ces appareils lors de la vente de produits neufs ou des retours de Service Après-Vente), qu'il réemploie/réutilise via leur réparation et leur vente.

En 1989 est créée la structure nationale Envie Développement en appui au réseau Envie, qui deviendra en 2002 la Fédération Envie.

Son activité historique de réemploi/réutilisation des Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques (DEEE) a amené le réseau Envie à se poser la question de l'élimination et de la valorisation des DEEE non réemployables. La première entreprise Envie Emploi et Environnement (Envie 2E) est ainsi créée en 1994 pour développer l'activité de collecte et de recyclage des DEEE auprès des collectivités gestionnaires des déchèteries et des distributeurs.

En 2001, les entreprises d'insertion européennes, dont le réseau Envie, se fédèrent en un réseau européen baptisé Recycling and Reuse European Union Social Entreprises (RREUSE), afin de défendre le réemploi/réutilisation des produits auprès de la Commission Européenne dans le cadre de la directive 2002/96/CE.

Le 13 juillet 2005, cette Directive Européenne sur les DEEE entre en vigueur et rend obligatoire leur recyclage. Le réseau Envie, spécialiste des activités liées au réemploi/réutilisation (collecte, réparation et vente) et au recyclage des DEEE non réemployables/réutilisables se lance sur la filière DEEE. En janvier 2006, un accord national est signé avec Eco-systèmes concernant l'activité de réutilisation, garantissant notamment les modalités d'approvisionnement des structures Envie ERG en appareils.

### **Fonctionnement du réseau et de ses structures**

#### **▶ Statut juridique et code d'activité**

Les structures Envie ERG exerçant une activité en marge du marché concurrentiel, elles ont gardé leur statut d'Association Loi 1901. Le code NAF principal adopté par ces structures est : 9522Z (Réparation d'appareils électroménagers et d'équipements pour la maison et le jardin).

#### **▶ Mode de financement**

Les structures Envie sont toutes des entreprises d'insertion et sont donc rémunérées au titre de leur prestation sociale via des aides au poste accordées par les Directions Départementales du Travail (à hauteur de 10 000 € par an et par salarié en insertion, visant à compenser la moindre productivité et financer l'accompagnement social des personnes en insertion). Ces aides au poste sont parfois complétées de façon marginale dans le cadre de programmes spécifiques de formation par les conseils généraux ou régionaux concernés.

Les structures Envie ERG ont pour objectif l'équilibre financier. Les équipements lourds étant généralement amortis depuis un certain temps, les besoins en investissements sont variables d'une unité à l'autre. L'excédent dégagé est réinvesti dans du matériel, dans l'amélioration des postes et des conditions de travail, ou dans des opérations de formation.

Pour être rentable, une structure Envie doit dégager suffisamment de marge pour amortir ses charges fixes qui sont incompressibles. Cela nécessite un volume de production conséquent, qui est plus difficile à atteindre pour les plus petites structures. Ceci dépend de facteurs multiples : implantation dans un tissu industriel local dynamique, facilité et variété de l'approvisionnement, présence de la concurrence, etc. Les structures situées dans des zones excentrées ont par exemple souvent plus de mal à développer leur chiffre d'affaire.

Les recettes proviennent principalement de la vente des appareils réemployés/réutilisés. De plus, l'éco-organisme Eco-systèmes soutient les activités de réparation et de vente de matériel et compense ainsi les coûts de collecte des appareils hors d'usage. Cette source de financement représente moins de 10% des ressources des structures ERG.

## Analyse quantitative

### Chiffre d'affaires et résultats économiques

Tableau 29 - Chiffre d'affaire d'Envie ERG au titre du réemploi/réutilisation depuis 2008

Année	CA (M€)	Produits vendus
2008	15	65 000
2010	13,5	70 791
2013	15	84 780

Les structures Envie ERG réalisent leur chiffre d'affaires principalement sur la vente des appareils réemployés et réutilisés, soit environ 85 000 produits en 2013. En 2008, la chiffre d'affaire de 15 M€ comprenait des services externes qui ne sont plus comptabilisés comme tels aujourd'hui.

Les chiffres d'affaires des structures ERG varient entre 0,3 et 1,4 M€ par structure. Les ventes par structure ERG varient quant à elles entre 1 350 et 7 200 appareils par structure et par an. Ces disparités ont augmenté depuis 2010, les structures les plus importantes ayant doublé leurs volumes.

### Structure du réseau

Le réseau se développe sous forme de contrats de licence de marque, imposant aux licenciés des règles sur l'insertion et sur l'activité (par exemple des règles de tri, de garantie, de taux de Service SAV, etc.).

Depuis la mise en place de la REP, le marché des DEEE s'est concentré au niveau national. L'intérêt pour les structures Envie d'appartenir à cette fédération est de représenter leurs intérêts auprès des décideurs nationaux (éco-organismes), notamment pour l'approvisionnement.

Le nombre de structures ERG est passé de 23 en 2010 à 24 en 2013, soit un total de 30 ateliers. Les appareils ménagers réparés dans ces ateliers sont revendus dans 45 magasins (entre 1 et 5 magasins par structure).

En moyenne, le réseau Envie ERG ouvre une structure tous les deux ans. Le nombre de structures reste tout de même stable depuis 2 ans.





Figure 57 - Répartition géographique des structures Envie sur le territoire en 2011

La répartition géographique du réseau est influencée par 4 facteurs :

- **la volonté politique de la ville** qui impacte le coût du foncier, élément crucial lors de la réalisation du business plan d'une structure ;
- **la présence de gisements de DEEE** dans la zone géographique d'implantation, évaluée par Eco-systèmes ;
- **La présence d'activité concurrentielle** sur le secteur du réemploi/réutilisation d'appareils électroménagers hors d'usage.
- **la motivation des porteurs de projets.**

Les structures Envie ERG s'implantent en général dans des agglomérations de taille importante. Sinon, l'approvisionnement provenant des distributeurs locaux peut être insuffisant au regard de la taille critique d'une structure.

## Ressources humaines

Tableau 30 - Effectifs d'Envie ERG au titre du réemploi/réutilisation depuis 2008

Année	2008	2010	2013
<b>Effectif total (ETP)</b>	571	594	761
<b>dont salariés permanents (ETP)</b>	171	148	218
<b>dont contrats d'insertion (ETP)</b>	400	401	543
<b>Autres (ETP)</b>	ND	45 (Contrats d'accompagnement dans l'emploi)	ND

Le taux de sortie positive, c'est-à-dire la part de personnes en insertion accédant à un emploi ou une formation, s'élève à 50%.

Les structures Envie ERG rencontrent des difficultés à embaucher du personnel qualifié pour encadrer les équipes de techniciens. Des compétences techniques et managériales sont simultanément requises et font parfois défaut. Des programmes de formation sont donc mis en place afin de permettre aux techniciens d'acquérir des compétences managériales. Il y a très peu de turnover dans les équipes de permanent d'Envie.

### 3. Analyse de la chaîne de valeur

#### Les activités exercées

L'activité de réemploi/réutilisation de DEEE exercée par les structures Envie ERG comprend les étapes suivantes :

- la collecte quotidienne des DEEE (prestation logistique) ;
- le déchargement puis la pesée des DEEE et l'identification du point de collecte pour chacun (pour garantir la traçabilité) ;
- le tri des DEEE qui seront soit réemployés, soit envoyés vers la filière de recyclage. Ce tri, réalisé par le chef d'atelier, dépend de nombreux facteurs :
  - l'état des DEEE approvisionnés et la possibilité de leur réutilisation via un diagnostic visuel ;
  - les compétences spécifiques de l'équipe de réparation ;
  - la disponibilité, le coût et la technicité des pièces détachées adéquates (cartes électroniques, etc.) ;
  - les besoins nécessaires au niveau du magasin ;
  - la surface de l'atelier : le tri quotidien des DEEE collectés impose aux ateliers de disposer d'une grande surface pour le déchargement et le tri des appareils réemployés/réutilisés ou envoyés vers la filière de recyclage.
- la réparation à la marque : les DEEE d'une marque sont réparés avec des pièces détachées provenant de la même marque, conformément à la demande des fabricants de ne pas dénaturer leurs produits lors du réemploi/réutilisation. Pour ce faire, les ateliers se constituent un stock de pièces détachées, soit neuves, soit d'occasion à partir des DEEE collectés et non réutilisés. Les quantités de pièces détachées stockées ne sont pas suivies. Le processus de réparation d'un appareil dure environ 8 heures en incluant les étapes préliminaires de diagnostic, ainsi que le nettoyage/dégraissage et les

tests finaux. L'objectif en 2012 est de faire baisser le nombre d'heures passées par appareil, et d'augmenter l'objectif de production. Ainsi, l'objectif de production se situait entre 0,8 et 1,2 appareil réparé par jour et par salarié en 2010, Il est de 1 à 1,2 respectivement aujourd'hui.

- et la vente des appareils réemployés/réutilisés en magasin.

## L'approvisionnement

### *Types de bien*

Les structures Envie ERG sont spécialisées dans le Gros Électroménager (GEM) froid et le GEM hors froid (cuisson, lavage).

Le réseau se diversifie depuis 2010 vers les Petits Appareils en Mélange (PAM) et notamment vers la catégorie du Petit Électroménager (PEM) face à une forte demande.

De la même façon le réseau s'approvisionnement également en mobilier auprès de professionnels.

### *Modes et spécificités d'approvisionnement*

Bien que les structures Envie ERG collectent également les DEEE apportés par les particuliers au niveau de leurs magasins, leur approvisionnement se fait en majorité par l'intermédiaire de ses partenariats et contrats d'approvisionnement.

Avant la mise en place de la REP sur les DEEE, Envie avait recours à des conventions signées de gré-à-gré avec les enseignes de la distribution d'électroménager pour l'approvisionnement en DEEE récupérés. Depuis la mise en place de la filière REP DEEE, un accord national concernant l'activité de réutilisation des DEEE a été signé avec Eco-systèmes, un des trois éco-organismes généralistes agréés par les pouvoirs publics pour organiser la collecte et le traitement des DEEE et leur financement. Cet accord est régulièrement reconduit depuis de manière tacite, et peut être considéré comme pérenne. Les entreprises du réseau Envie s'approvisionnent principalement en DEEE **auprès des distributeurs** via l'accord avec Eco-systèmes (1 pour 1 et retours SAV).

Par cet accord, Eco-systèmes et Envie définissent ensemble les modalités d'approvisionnement, les indicateurs de suivi, les objectifs à atteindre sur ces indicateurs, ainsi que le financement de l'activité de réutilisation.

Ces indicateurs, utilisés par Eco-systèmes pour assurer un suivi, sont aussi utilisés par Envie pour piloter l'activité ERG. Par exemple, si une structure n'atteint pas le taux de réemploi et réutilisation souhaité, la Fédération va ensuite chercher à en identifier la cause (approvisionnement défaillant, équipe à former, etc.).

Les structures Envie ERG s'approvisionnement ainsi au niveau de 220 points de collecte dédiés à la réutilisation. Il s'agit de plateformes de distributeurs centralisant les DEEE rapportés par les clients au titre du un pour un, ou provenant des retours de services après-vente. L'approvisionnement se fait pour une majeure partie des volumes au niveau de 40 plateformes Darty (partenaire historique du réseau Envie), mais également auprès des plateformes de toutes les autres grandes marques de la distribution d'électroménager (Carrefour, Cora, Boulanger, Auchan, Expert, etc.). Depuis 2010, le nombre de points d'approvisionnement est inchangé, mais la localisation des plateformes évolue au gré des changements d'enseignes.

Depuis 2010, la Fédération ENVIE a passé un accord d'approvisionnement en mobilier professionnel avec Valdelia, l'éco-organisme agréé pour la gestion des déchets d'éléments d'ameublement (DEA) professionnels. Une quinzaine de structures ont signé l'accord mais seules 4 opérations de réutilisation ont abouti en 2013.

### *Les autres sources d'approvisionnement*

Les structures Envie ERG utilisent un autre flux d'approvisionnement, celui des lots de **produits récents déclassés** vendus par les producteurs et distributeurs (produits déclassés en amont du magasin pour des problèmes de conditionnement, d'éléments défectueux, etc.). Il permet de s'approvisionner, de réparer facilement puis de revendre des produits récents signalés dans les magasins en tant qu'« occasions premier choix » (OPC). La part d'achat de ces produits dépend de la structure. Certaines privilégient la collecte de DEEE à réparer afin de faire monter en compétence leurs employés, d'autres donnent une part plus importante aux OPC afin de proposer une gamme de

produit plus récents en magasin. . Ce flux d'approvisionnement représente environ 3% des flux collectés.

Un projet de réutilisation des écrans plats est par ailleurs mené avec la Fnac sur le site d'Envie Orléans.

Les **dons des particuliers** par apport volontaire en magasin représentent moins de 5 % des biens approvisionnés. En 2013, la vente des produits « occasions premier choix » (OPC) représente 14% des ventes. **Ainsi 81% des activités des structures Envie ERG sont qualifiées d'activités de réutilisation contre 19% d'activités de réemploi.**

### Flux d'approvisionnement

Tableau 31 - Répartition des flux d'approvisionnement par source en tonnes depuis 2009

Type de biens	Source	2009	2011	2013
DEEE	Partenariat avec Eco-systèmes	19 000	19 100	21 600
EEE	Dons de particuliers	1 000	1 000	1 100
	Produits neufs déclassés	ND	ND	730
DEA	Partenariat avec Valdelia	0	0	60

Les ateliers de réemploi/réutilisation doivent prendre en charge en moyenne une soixantaine d'appareils par jour, pour réemploi/réutilisation ou redirection vers la filière de recyclage (Envie 2E ou autre prestataire selon l'attribution du marché sur le territoire).

4 structures ERG prennent en charge des meubles, via un accord conclu avec Valdelia, mais le tonnage reste encore faible car la filière DEA est à son commencement. Les opérations de réutilisation/réemploi des DEA se développent peu à peu.

### L'offre de vente

Le taux moyen de réemploi/réutilisation des DEEE collectés par les structures Envie ERG est de plus de 16% soit une légère augmentation d'1% depuis 2010. Un certain nombre d'équipements sont écartés dès l'arrivée car ils ne sont pas aptes au réemploi/réutilisation, et il faut en général environ 4 appareils hors d'usage d'un même modèle pour obtenir un produit réemployé fonctionnant correctement.

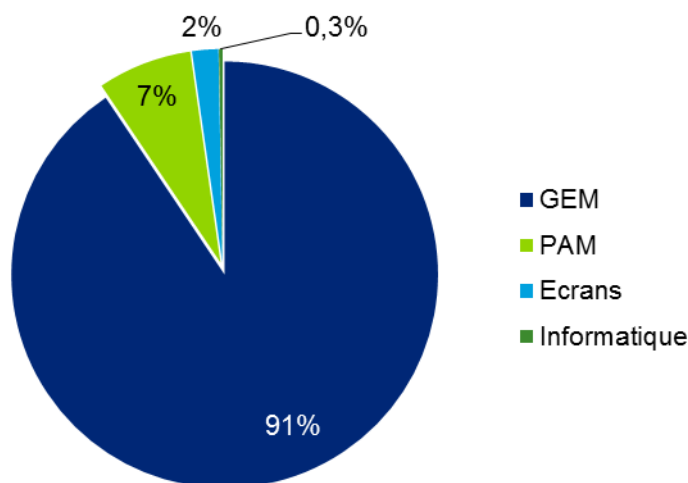
### Flux vendus

Les ventes des structures Envie ERG ont augmenté entre 2011 et 2013.

Tableau 32 - Evolution des ventes de EEE et DEEE entre 2011 et 2013 au global, par structure et par magasin

	2011	2013
Ventes (t)	3 000	3800
Ventes (unités)	70 791	84 077
Ventes par structure (unités)	2 400	3500
Ventes par magasin (en unités)	1 140	1868

En 2013, 3 800 tonnes ont été vendues, soit 84 077 produits répartis comme indiqué sur la figure ci-dessous :



**Figure 58 - Répartition des produits vendus par ENVIE en 2013 en nombre d'unités**

Le GEM représente une part croissante des flux de vente depuis 2010 bien que le réseau cherche à diversifier son offre de vente en se tournant vers le PAM, en particulier le PEM. Envie avance comme explication des difficultés d'approvisionnement en PEM mais aussi la nécessité de se doter de compétences particulières, la réparation d'un PEM étant très différente de celle d'un GEM.

Les tonnages vendus sont déclarés mensuellement à Eco-systèmes, afin qu'ils puissent suivre l'activité et consolider les tonnages de réemploi/réutilisation atteints. Par ailleurs, 536 tonnes de produits d'occasion premier choix, c'est-à-dire issus de l'achat de produits récents déclassés, ont été vendus parmi le GEM.

Le marché des DEEE est jugé mature mais porteur : **les ventes ont augmentés de 20 % en nombre d'unités**. Les deux raisons avancées par le collaborateur interrogé sont une augmentation de la demande mais aussi une dynamisation des ventes notamment par la vente de produits en ligne. On peut citer comme exemple de cette réussite les sites d'Orléans et de Toulon. L'approvisionnement n'est en principe pas limité. Eco-systèmes pourrait en effet mettre à disposition d'Envie ERG une quantité plus importante de DEEE si tant est que les besoins en approvisionnement des structures du réseau Envie soient avérés (ouverture de nouveaux magasins, essaimage d'ateliers, etc.). La limite principale au développement est donc théoriquement la vente des produits réemployés. Les ventes ayant augmenté, les flux d'approvisionnement ont donc suivi avec une progression sensiblement inférieure en raison d'un taux de réemploi/réutilisation en croissance. Cependant en pratique, l'approvisionnement n'est pas présent en quantité et en qualité nécessaire dans toutes les régions. De plus, l'approvisionnement n'est pas ajustable selon les catégories de DEEE. Certaines structures d'Envie peinent ainsi à s'approvisionner.

### **Stratégie d'offre**

Les structures Envie ERG sont des structures à but non lucratif et sont soumises à la règle des 4P (Produit, Public visé, Prix, Publicité) pour exercer leur activité de vente sans être soumises aux impôts commerciaux (impôt sur les sociétés, TVA, taxe professionnelle).

### **► Produits vendus et services associés**

Les produits vendus sont principalement du GEM (froid et hors froid), répartis en 18 catégories (par exemple pour le GEM froid : froid simple, froid deux portes, cave à vin, climatisation, congélateur armoire, congélateur coffre). Les PEM représentent une part marginale des ventes.

Tous les produits collectés, y compris le « récent déclassé », sont d'abord pris en charge en atelier avant d'être vendus.

Les produits sont soumis à un contrôle qualité strict avant d'être mis en vente et sont garantis un an minimum pièces et main d'œuvre. Depuis 2012, Envie propose de nouveaux produits garantis 3 ans dans le but d'avoir une offre différente du marché du « neuf ».

La livraison et l'installation à domicile par un technicien qualifié sont proposées à titre payant.

### ▶ **Lieux de vente et clientèle visée**

Les structures Envie ERG disposent d'un ou plusieurs magasins. On recensait en 2013, 45 magasins pour 30 ateliers. Les magasins se situent plutôt dans des zones commerciales.

Bien que les magasins accueillent le public sans distinction, la vente d'appareils à prix réduits vise une clientèle peu aisée, qui ne peut s'équiper en électroménager neuf de grande marque.

### ▶ **Prix**

La politique tarifaire du réseau pour les différents types de produits est diffusée auprès des structures via un « guide commerce ». Bien que ce guide ne soit pas communiqué au public, l'ordre de grandeur du prix pratiqué pour un produit réemployé est de 30 à 50 % du prix d'un appareil neuf équivalent. Le prix moyen de vente par appareil est de 190 € contre 175 € en 2010, avec des écarts selon le type de biens : un appareil de GEM froid est vendu en moyenne 200 € quand un PEM est vendu en moyenne 54 € contre 40 € en 2010. La catégorie des appareils de GEM hors froid contient des biens hétéroclites, avec un écart-type important entre les différents prix.

### ▶ **Promotion et actions marketing mises en place**

Un travail est réalisé dans les magasins sur l'ambiance, les espaces, les gammes, etc. Une prestation de conseil est également fournie afin de déterminer avec le client le produit qui lui correspond. Pour cela, les vendeurs sont formés via un partenariat avec le centre de formation d'apprentis (CFA) Ducretet, spécialisé dans la vente d'électroménager.

Par ailleurs, chaque client Envie est enregistré dans un fichier clients (avec suivi des ventes, etc.). Cela permet des actions commerciales de proximité de type mailing afin de proposer aux personnes déjà clientes des réductions, des invitations à des événements locaux, etc. Les structures réalisent par exemple des journées « Portes ouvertes », « Fête des mères », etc. Des encarts dans la presse gratuite peuvent informer le public de ces manifestations, cependant l'action sociale d'Envie doit toujours être mise en avant et l'interdiction de recourir à la publicité empêche de communiquer sur les prix.

Depuis 2010, la vente sur internet s'est développée. Ainsi, 23 magasins possèdent une boutique sur Leboncoin et 15 structures Envie ERG ont leur propre site internet. Ces plateformes permettent une mise en relation avec les acheteurs puis les achats sont réalisés en magasin. Par ailleurs, 20 magasins ont développé une page Facebook afin d'améliorer leur communication.

## **Les attentes des donateurs**

Pour l'activité de réemploi/réutilisation, l'approvisionnement provient des enseignes de distribution d'électroménager, via l'accord national signé avec Eco-systèmes, l'achat d'OPC et les dons de particuliers.

## **Les attentes des acheteurs**

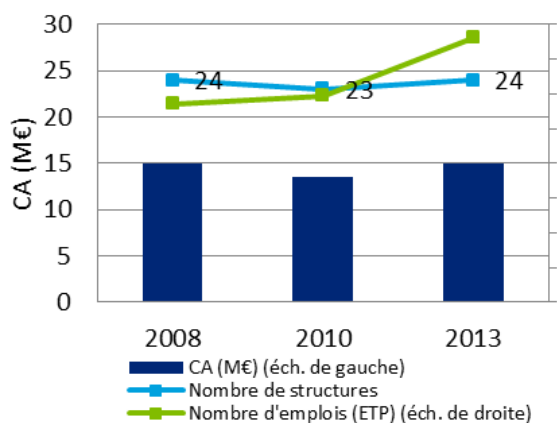
L'activité du réseau Envie vise en priorité une clientèle constituée de populations défavorisées cherchant à s'équiper en électroménager à bas prix. Elle représente toujours la majeure partie de la clientèle effective, orientée vers les magasins Envie ERG par les prescripteurs sociaux.

De plus, avec la mise en place d'une filière REP sur les DEEE, la fédération Envie bénéficie d'un accroissement de notoriété, via la sensibilisation réalisée par Eco-systèmes, les relais de presse, etc. Cela a pour effet d'augmenter l'autre partie de la clientèle, c'est-à-dire des personnes non défavorisées, cherchant par exemple à équiper leur maison secondaire à bas prix, réaliser un achat citoyen ou éco-citoyen, des populations étudiantes, etc. On note cependant depuis 2010 un plus

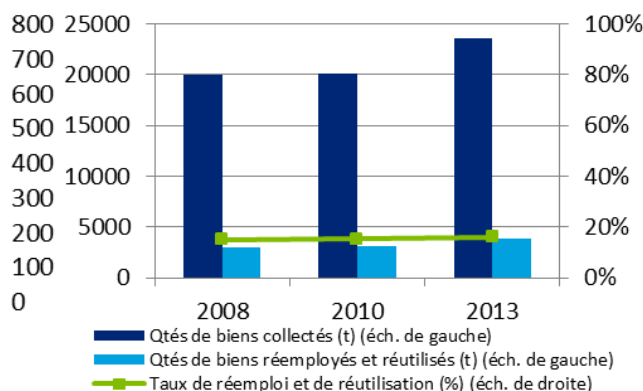
grand nombre d'étudiants parmi la clientèle. La prise de conscience autour des enjeux du développement durable attire aussi un nouveau public même si ceci est variable et difficilement quantifiable. En particulier quand un reportage sur le réseau Envie est diffusé, la fréquentation des magasins et surtout du site internet augmente de manière importante. Cela avait été le cas le 3 Avril 2011, quand un reportage sur M6 dans l'émission Capital portant sur le SAV électroménager avait mis en avant le travail réalisé par Envie. Le 15 Novembre 2013, un reportage sur le magasin de Trappes, diffusé sur France 2, a provoqué une dizaine d'appels le lendemain et une forte affluence le week-end qui a suivi.

La Fédération Envie indique qu'une forte demande des acheteurs est ressentie pour des achats de PEM, ce qui motive la diversification des activités de réemploi/réutilisation vers cette catégorie de DEEE. Cette tendance s'est confirmée depuis 2010 : il reste toujours très important pour le réseau Envie de s'approvisionner en PEM afin d'attirer la clientèle. Par ailleurs, un intérêt croissant des clients pour les questions de consommation énergétique des appareils est constaté. Pour permettre aux vendeurs de mieux répondre à ces questions, outre la promotion des appareils réemployés appartenant à la catégorie A++, un affichage de consommation énergétique spécifique aux appareils réemployés est développé avec l'ADEME et EDF. Baptisé ENERGIEVIE, ce projet vise à établir une étiquette de consommation énergétique à partir d'un banc de test. Ceci a été initié en 2010 et reste toujours d'actualité.

#### 4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2010



**Figure 59 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein d'Envie entre 2008 et 2013**



**Figure 60 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Envie entre 2008 et 2013**

Après avoir subi une légère baisse entre 2008 et 2010, l'activité d'Envie est en hausse depuis 2010 puisque **le chiffre d'affaires des structures a augmenté de 10%** tandis que **les effectifs en ETP ont augmenté de 30%**. Après une relative stabilité entre 2008 et 2010, **les flux collectés puis réutilisés et réemployés ont fait un bon d'environ 25% entre 2010 et 2013**.

##### ► Développement des structures

La priorité est au développement par l'ouverture d'autres lieux de vente et ateliers au sein des structures existantes. Le nombre de structures de la Fédération est donc stable depuis 2008 mais le nombre de magasins et d'ateliers est en augmentation. Toutefois, le réseau Envie ouvre en moyenne un magasin tous les deux ans. L'année 2012 a vu l'ouverture de la structure de Trappes et l'année 2013 celle de Tarbes.

##### ► La diversification de l'offre de vente

Depuis 2010, Envie essaye de diversifier son offre vers le PEM et les produits accessoires, bénéficiant d'une forte demande, afin également d'attirer de nouveaux clients. Cette tendance est toujours d'actualité mais est freinée par des difficultés d'approvisionnement sur ce type de produits.

Pour ces mêmes raisons, les magasins Envie essayent au maximum de coller aux attentes des acheteurs et de proposer les produits les plus demandés : tablettes, mixeurs, etc.

Certains magasins Envie proposent aussi des meubles depuis 2010, mais qui sont en vente principalement sur les sites internet des magasins. Les DEEE restent le cœur de métier du réseau ENVIE.

### ▶ **Le développement de vitrines sur internet**

Pour attirer de nouveaux clients dans les magasins, le réseau Envie se développe sur internet. Cela concerne en premier lieu les sites de mise en relation comme Leboncoin. Plus de la moitié des structures ont ainsi une vitrine sur Leboncoin en plus d'avoir leur propre site internet pour la plupart. Envie estime à 2 M€ le chiffre d'affaires des structures réalisé par le biais de leboncoin, soit environ 11 000 biens.

La démarche de vente est toujours accompagnée d'une explication sur la démarche du réseau, et son activité de réinsertion.

Nombreuses sont aussi les structures qui utilisent les réseaux sociaux, Facebook en tête, mais aussi Twitter dans un souci de communication. Le site d'Angers s'en est par exemple servi pour diffuser une offre d'emploi.

### ▶ **Développement de la formation, et mise en place d'une démarche d'amélioration continue**

Un des enjeux lié à la diversification est le développement des compétences de réparation nécessaire au réemploi/réutilisation. En effet, les produits électroniques sont de plus en plus basés sur des technologies récentes en constante évolution et donc plus difficiles à réemployer. Cela passe donc par la formation des chefs d'équipes, et le développement d'une démarche d'amélioration continue. Cela permet d'adapter le tri à la demande en magasin, et assurer autant que possible l'approvisionnement en matériaux qui soient réellement demandés par le public en magasins.

La formation des salariés en insertion est une des priorités du réseau Envie. L'effort a été initié dès 2010 et s'est amplifié depuis. Il concerne tous les salariés et emplois d'insertion des différentes structures membres de la fédération Envie.

Des formations en partenariat avec l'Association nationale pour la Formation Professionnelle des Adultes (AFPA) sont dispensées aux personnes travaillant en atelier de production. Elles apportent aux salariés en insertion une qualification de Technicien de Maintenance en Appareils Électroménagers (TMAE), via des modules de formation dédiés. L'intervention sur le GEM froid nécessite notamment des compétences techniques particulières et des agréments.






Les opérateurs et encadrants techniques ont bénéficié quant à eux de formations dispensées par l'Apave, concernant l'habilitation électrique.

Enfin, les vendeurs salariés travaillant dans les magasins Envie se voient aussi proposer de formations qualifiantes aux techniques de ventes dans des centres de formation d'apprentis (CFA).



## Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

Tableau 33 - L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

RECOMMANDATIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES		LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<b>GARANTIR UNE REPARTITION PLUS EQUILIBREE DES AIDES PUBLIQUES (AJUSTER LES AIDES AU POSTE D'INSERTION, GARANTIR UNE MEILLEURE REPARTITION DES AIDES DANS LA DUREE, GARANTIR UN MEILLEUR EQUILIBRE ENTRE LES REGIONS)</b>		L'aide au poste d'insertion a été augmentée en 2013 à 10 000 €/an par salarié en insertion en raison d'un fort lobbying du secteur de l'ESS.	Il existe un manque d'évaluation qualitative du niveau et de la qualité d'insertion réalisé par chaque entreprise. Les montants des aides au poste doivent en dépendre de la qualité d'insertion du poste. La réforme de l'IAE va dans ce sens avec l'instauration d'une modulation de l'aide au poste selon des critères pondérés notamment « l'efforts d'insertion » et « les résultats ».
<b>ENCOURAGER LES PARTENARIATS ENTRE COLLECTIVITES LOCALES, LES STRUCTURES DE REEMPLOI/REUTILISATION DE L'ESS ET LES ENTREPRISES LOCALES ACTIVES SUR LE SECTEUR</b>		Plusieurs projets d'ouverture de nouveaux sites Envie ont vu le jour en lien avec les collectivités locales. La Fédération Envie relève un nombre croissant de partenariats sur les Appels d'Offres avec des industriels seuls mais également avec des collectivités locales dans le cadre d'accord tripartites.	Les partenariats sont initiés dans le cadre de la politique RSE des parties prenantes et non par le biais des recommandations de l'ADEME.
<b>RELAYER PAR DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION LOCALES LES CAMPAGNES DE PROMOTION DU REEMPLOI/REUTILISATION (GUIDES LOCAUX DU REEMPLOI)</b>		Aucune campagne d'information nationale constatée.	La collecte urbaine en centre-ville est un investissement lourd opérationnellement et financièrement mais c'est le meilleur moyen de communication sur les actions de réemploi/réutilisation auprès du grand public.
<b>METTRE EN PLACE DES INDICATEURS DE SUIVI ET ASSURER UN SUIVI REGULIER DES ACTIVITES DE REEMPLOI/REUTILISATION (REPORTING ANNUEL CHIFFRE + ENTRETIENS QUALITATIFS TOUS LES DEUX ANS)</b>		Envie remonte les données à Eco Systèmes qui complète le registre ADEME.	Envie n'a pas de vision sur les indicateurs annuels mis en place. L'étude de l'ADEME sur la deuxième vie des produits est perçue comme une bonne chose parce qu'elle permet d'avoir une vision de l'évolution des activités.
<b>MENER DES PROJETS DE RECHERCHE DEDIES A LA THEMATIQUE DU REEMPLOI/REUTILISATION</b>		Aucun projet de recherche constaté.	ENVIE souhaiterait travailler avec l'ADEME sur des projets de recherche : l'ADEME devrait lancer un appel à projet auprès des partenaires.

## Les freins à l'activité en 2014

### ► Frein réglementaire : la règle des 4P :

La limite principale au développement se situe au niveau de la vente des produits réemployés. Le fait de ne pas pouvoir faire de la publicité (règle des 4P) est cité comme un frein, bien que les structures se soient maintenant adaptées.

A noter : les campagnes de communication réalisées par Eco-systèmes permettent à ses partenaires de profiter d'une visibilité accrue.

### ► Frein réglementaire : la réglementation des ICPE :

La réglementation ICPE relative aux DEEE est en constante évolution depuis dix-huit mois et impacte par conséquent les activités d'Envie notamment sur le périmètre de la réutilisation (ERG). La réglementation ICPE a introduit une nouvelle rubrique incontournable pour les opérations de récupération de fluides et/ou dégazage sur les appareils froids : la rubrique 2790 « traitement de déchets dangereux ». Cette rubrique est sous le régime systématique d'autorisation, sans aucun seuil déclenchant. Elle concerne potentiellement tous les ateliers des structures ERG, soit 30 ateliers.

L'activité ERG est par ailleurs également sous régime déclaratif en rubrique 2711 pour le reste de ses activités de réutilisation. La réglementation a également évolué, passant d'un simple régime déclaratif à un régime déclaratif avec contrôle périodique, pour un seuil compris entre 100 et 1000m<sup>3</sup> de DEEE entreposés sur un site. Notons enfin que le seuil déclaratif a été abaissé également passant de 200 à 100m<sup>3</sup>.

Ce durcissement très net de la réglementation n'est pas sans occasionner des impacts lourds de conséquence.

- Les obligations administratives découlant de la rubrique 2790 :

Mécaniquement et sans aucun discernement, toutes les prescriptions réglementaires concernant le régime d'autorisation en général ou le cas plus spécifique de la rubrique 2790 s'appliquent aux sites Envie, pourtant de taille modeste. Citons notamment :

- DDAE et arrêté préfectoral d'autorisation,
- L'acquiescement de la TGAP,
- La déclaration annuelle en ligne des émissions polluantes sur le site du GERP,
- Le calcul statuant ou non sur l'obligation de constituer des garanties financières (seuil à 75k€),
- Le positionnement par rapport aux nouvelles rubriques 3000 (directive européenne IED),
- Et hypothétiquement le positionnement par rapport aux rubriques ICPE 4000 (directive européenne SEVESO III) à horizon 2015

- La procédure d'autorisation :

La rubrique 2790 impose un régime systématique d'autorisation. La procédure de constitution d'un dossier est par conséquent devenue obligatoire pour les nouveaux projets de développement de notre activité.

Constituer un Dossier de Demande d'Autorisation d'Exploiter est une procédure longue et coûteuse (évaluée entre 10 000 et 15 000 € selon les sites) qui requiert le recours à un cabinet spécialisé et plusieurs mois de travail pour le finaliser. Seulement ensuite commence l'instruction du dossier en préfecture : le délai légal pour le traitement administratif d'un tel dossier est compris entre 8 et 12 mois ; il est de notoriété publique que ce délai est souvent allongé du fait d'un manque de disponibilité ou d'effectifs dans les administrations pour donner suite dans le délai imparti.

Cette procédure inclut également une enquête publique.

La Fédération Envie déplore que dans des secteurs d'activité comparables, certains acteurs n'y soient pas soumis : les SAV et les associations de réemploi qui gèrent des EEE.

Des demandes d'antériorité ont été faites pour les sites sous déclaration et les réponses varient selon les régions. Plusieurs pistes sont donc envisagées, sans aboutissement pour l'heure : proposer la création de rubriques ICPE spécifiques à l'activité de réutilisation, négocier pour obtenir le même statut que les distributeurs, permettre la sortie de statut de déchet dès la phase de sélection des appareils entrant à l'atelier.

### ► **Frein économique : la variabilité des flux d'approvisionnement**

L'approvisionnement est variable selon les structures Envie. Ainsi, les enseignes de distribution possèdent quelques grandes plateformes régionales de livraison ou de SAV, réparties sur le territoire. Les structures Envie proches de ces plateformes vont donc bénéficier d'un approvisionnement plus important en volume et en qualité, contrairement aux structures situées dans une ville où l'approvisionnement provient uniquement des magasins au titre du un pour un, pour lesquelles le volume de l'approvisionnement sera inférieur, en fonction de la taille des magasins. En fonction de la localisation des magasins, la qualité de l'approvisionnement en un pour un peut également varier.


Si les DEEE rapportés par les consommateurs sont de manière générale plus anciens que ceux provenant des retours SAV, la qualité en milieu urbain est supérieure à celle en milieu rural, car les consommateurs ont davantage tendance à se faire livrer leur nouveau produit, le DEEE échangé étant alors repris au moment de la livraison et son état préservé. De même, les enseignes de distribution ne collectent pas les DEEE de la même manière au niveau des points d'apport, ce qui peut influencer sur la préservation de leur état.

Par ailleurs, l'approvisionnement est sujet à variations selon les types de biens. Si la qualité des produits baisse trop, elle devra être compensée par des achats de produits récents déclassés afin de trouver les pièces de rechange nécessaires à la réparation. Ces produits récents coûtent plus cher que les flux de DEEE obtenus grâce aux filières REP, ce qui pourrait devenir un frein important à l'activité.

A titre d'exemple les DEEE de type PAM sont souvent absents du circuit REP DEEE classique. Ils sont disponibles par lots dans des circuits parallèles comme les services d'« échange contre un produit neuf » mis en place par certaines enseignes (Carrefour, La Fnac<sup>43</sup> par exemple).

Pour pallier le manque de qualité de certains gisements, certains sont transportés d'une structure à une autre ce qui représentent des coûts de transports importants.

### ANNEXE III.3 Réseau des Ressourceries

 <a href="http://www.ressourceries.fr">www.ressourceries.fr</a>	
<b>Définition</b>	Réseau d'acteurs du réemploi et de la réutilisation locaux dédiés à la réduction et à la prévention des déchets en lien avec les collectivités.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prévention / valorisation des déchets par réemploi et réutilisation ainsi que sensibilisation des citoyens à la protection de l'environnement</li> <li>➤ Développement d'une économie de proximité</li> <li>➤ Intégration dans la vie économique de personnes en difficultés</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2013)</b>	<p>117 adhérents, 97 en activité, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ateliers Chantiers d'Insertion (ACI): 65</li> <li>- Autres structures associatives : 24</li> <li>- Entreprises d'insertion (EI) : 5</li> <li>- ACI+EI : 1</li> <li>- Structures adaptées : 1 ESAT</li> <li>- CHRS : 1</li> <li>- Structures en cours d'accompagnement : 18</li> <li>- Structures partenaires : 2 (non comptabilisées dans les structures en activité)</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	<p>1 878 ETP, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés en insertion : 1 274 ETP</li> <li>- Salariés permanents : 584 ETP (dont 464 CDI et 120 CDD)</li> <li>- Emplois adaptés : 20 ETP</li> </ul> <p>Les chiffres sont issus d'une extrapolation à partir de 87 structures sur 97 effectivement en activité</p>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés en 2013 (t)</b>	<p>30 310 tonnes collectées au titre du réemploi et de la réutilisation, pour un taux de réemploi et de réutilisation de 39 %, soit 11 821 tonnes.</p> <p>Les chiffres sont issus d'une extrapolation à partir de 87 structures sur 97 effectivement en activité</p> <p>Principaux produits : Tous types de produit, en particuliers EEE, Meubles.</p>
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2013 (€)</b>	<p>10,2 M €</p> <p>Les chiffres sont issus d'une extrapolation à partir de 87 structures sur 97 effectivement en activité.</p>
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un développement important impulsé par les collectivités territoriales notamment dans le cadre des plans et programmes de prévention des déchets.</li> </ul>

<b>et de la réutilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'augmentation de la fréquentation des Ressourceries</li> <li>- Une plus grande professionnalisation au sein du réseau, une démarche de suivi et d'amélioration continue</li> </ul>
<b>Principaux freins à l'activité de réemploi et réutilisation identifiés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le manque de sensibilisation des citoyens aux pratiques de dons / dépôts d'objets en vue de leur réemploi ou réutilisation</li> <li>- Le coût du foncier</li> </ul>

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

- les rapports « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisés en 2010 et 2012 ;
- Un entretien téléphonique le 12/05/14 avec Nathalie Mayoux, Secrétaire générale du Réseau des Ressourceries ;

Les données quantitatives sont issues :

- pour les années 2008 et 2010, des rapports « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisés en 2008 et 2010 ;
- pour l'année 2013, des données de « l'Observatoire des Ressourceries 2013 » portant sur 87 des 97 structures effectivement en activité durant l'année 2013.

### Guide de lecture

Différents acronymes sont utilisés dans cette fiche, voici leur signification<sup>44</sup> :

- ACI : Atelier et Chantier d'Insertion. Ce sont des dispositifs relevant de l'insertion par l'activité économique, conventionnés par l'État. L'ACI bénéficie, de différentes aides, dont une aide spécifique à l'accompagnement. L'appellation « ateliers et chantiers d'insertion » recouvre un dispositif unique. Aucune distinction n'est opérée entre ateliers et chantiers ;
- EI : Entreprise d'Insertion. Ce sont des entreprises « classiques » qui portent un projet social visant l'insertion sociale et professionnelle des salariés qu'elles emploient ;
- ESAT : Etablissement Spécialisé d'Aide par le Travail. Anciennement appelés Centres d'Aides par le Travail (CAT) ;
- Structures d'emplois pérennes : ce sont des structures qui n'ont pas pour objectif premier l'insertion socio-professionnelle mais qui visent avant tout la prévention des déchets tout en respectant la charte du Réseau des Ressourceries.

<sup>44</sup> Source : Ministère du Travail, de l'Emploi, de la Formation Professionnelle et du Dialogue Social (<http://www.travail-emploi-sante.gouv.fr/informations-pratiques.89/fiches-pratiques.91/embauche.108/les-ateliers-et-chantiers-d.3098.html>)

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

### Modèle économique

#### *Finalité*

Une Ressourcerie est une structure fournissant un service de proximité aux citoyens dans le domaine de la réduction et la prévention des déchets via le réemploi, la réutilisation, la préparation en vue de la réutilisation (tri, nettoyage, réparation ou démantèlement) et la préparation au recyclage, en lien avec la collectivité en charge de la gestion des déchets sur le territoire concerné. Plus précisément, l'activité est centrée sur le réemploi et la réutilisation des encombrants ménagers, des déchets provenant des filières à REP et des DAE (Déchets d'Activités Economiques). Ces structures adhèrent à la charte du Réseau des Ressourceries (agir pour l'environnement, développer une économie solidaire et coopérer dans la transparence) et s'engagent dans une démarche de progrès pour obtenir l'agrément ou le label de Ressourcerie.

L'action des Ressourceries se situe au cœur de la problématique du développement local et durable des territoires en ayant comme finalités :

- Au niveau environnemental :
  - le changement des comportements individuels et collectifs ;
  - l'augmentation du taux de valorisation des déchets ;
  - la minimisation des déchets enfouis ou incinérés ;
  - la préservation des milieux et ressources naturelles ;
- Au niveau économique :
  - la transformation des déchets en ressources ;
  - la création d'emplois durables ;
  - la redistribution des richesses produites ;
  - le développement d'une économie de proximité ;
- Au niveau social :
  - la valorisation et la qualification de métiers de l'environnement ;
  - l'intégration de personnes éprouvant des difficultés à s'insérer dans la vie économique ;
  - le tissage de partenariats multiples et la participation à la vie locale ;
  - la participation des citoyens au dispositif.

La clé d'entrée de l'activité de Ressourcerie est environnementale (concept des 3R « Réduire les déchets – Réemployer/Réutiliser – Recycler », sensibilisation aux gestes éco-citoyens et au développement durable, etc.).

#### *Historique du Réseau<sup>45</sup>*

Le réseau trouve son origine dans la rencontre de deux démarches :

---

<sup>45</sup> Techniques Sciences Méthodes, L'émergence du Réseau des Ressourceries, par J. FORTIN, 2009, <http://www.paris-dechets.com/2010/res/ResumeTSM.pdf>

- La mise en place d'une formation pour créer de nouvelles recycleries en Région Picardie ;
- L'étude sur l'application du concept québécois de Ressourcerie en Région Nord-Pas-de-Calais.

Le 26 septembre 2000, le regroupement d'acteurs de terrain (7 recycleries et Ressourceries engagées dans ces deux démarches) et le dépôt des statuts de l'association marquent la naissance du Réseau Bi régional (NPDC ET Picardie des Ressourceries).

Le Réseau s'étend progressivement à l'ensemble du territoire français, grâce à l'adhésion de structures exerçant une activité de réemploi et de réutilisation multi-produits en partenariat avec les collectivités locales.

Récemment, les Ressourceries ont été différenciées des recycleries au niveau administratif, les premières étant nécessairement affiliées au Réseau des Ressourceries et par conséquent tenues de respecter leurs engagements de qualité tandis que le terme « recyclerie » est retombé dans le domaine public, et est utilisé pour décrire toute structure de réemploi et de réutilisation (affiliée ou non à un réseau).

### **Fonctionnement du réseau et de ses structures**

#### ▶ Statut juridique et code d'activité

Le code NAF de l'association Réseau des Ressourceries est 9499Z (Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire)<sup>46</sup>, en outre les codes NAF des structures adhérentes au réseau sont assez hétérogènes:

- 9499Z - Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire ;
- 8810C - Aide par le travail ;
- 8899B - Action sociale sans hébergement n.c.a ;
- 4779Z - Commerce de détail de biens d'occasion en magasin ;
- 8411Z - Administration publique générale.

Le Réseau des Ressourceries n'interdit aucun statut (association, collectivité, SCOP, SCIC, etc.), si tant est que la preuve soit apportée du respect des valeurs de l'économie sociale et solidaire<sup>47</sup>. En 2013, sur 117 structures adhérentes, 109 étaient des associations Loi 1901 et 8 étaient des collectivités territoriales.

#### ▶ Mode de financement

Les Ressourceries étant des structures à but non lucratif, « les excédents éventuels restent au service du projet et ne peuvent être redistribués à des actionnaires uniquement associés par le capital.<sup>4</sup> ».

Les ressources financières des Ressourceries sont de différents types :

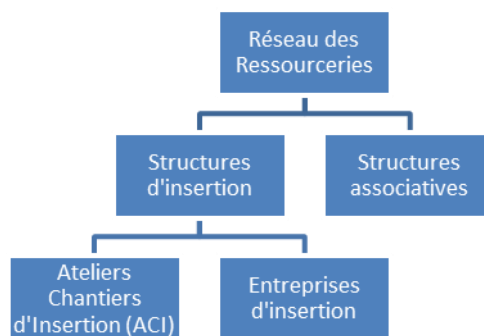
- Autofinancement
  - ventes d'encombrants ou de déchets provenant des filières à Responsabilité élargie des producteurs et de DAE réemployés et réutilisés ;
  - ventes de matières (ferraille, bois, carton, papier, etc.) ;

<sup>46</sup> Source : INSEE, Avis de situation au répertoire SIRENE, <http://avis-situation-sirene.insee.fr>

<sup>47</sup> Source : Réseau des Ressourceries, Règlement intérieur du Réseau des Ressourceries, 2010

- prestations de collecte et de regroupement/tri des déchets, de sensibilisation à l'environnement ;
- autres : produits financiers, produits exceptionnels, etc. ;
- Apports extérieurs
  - subventions d'organismes publics tels que collectivités territoriales, services déconcentrés de l'État, établissements publics, institutions européennes, etc. ;
  - aides à l'emploi dans le cadre de contrats aidés (aide au poste, aide pour un poste d'encadrant, etc.).

On peut distinguer parmi les structures adhérentes au Réseau des Ressourceries les structures d'insertion (Ateliers Chantiers d'Insertion (ACI) ou Entreprises d'Insertion (EI)) des structures associatives (structures d'emplois pérennes).



**Figure 61 - Répartition des structures au sein du Réseau des Ressourceries**

Les ressources en autofinancement représentaient 40 % pour les structures d'insertion et 75 % pour les structures associatives en 2013. Ces taux moyens cachent une grande variabilité des taux d'autofinancement au sein des Ressourceries.

Cette variabilité découle de la différence de statut social :

- Les ACI ont un plafonnement réglementaire de ce taux à 30% afin d'éviter toute concurrence déloyale avec les entreprises, une dérogation sur décision du préfet étant possible en cas de dépassement dans la limite de 50% et si les activités développées ne sont pas déjà assurées et satisfaites par les entreprises locales.<sup>48</sup>
- Les EI n'ont pas de plafonnement.
- Les structures d'emplois pérennes n'ont pas de plafonnement et voient généralement leur taux augmenter avec l'ancienneté, en lien avec l'augmentation de leurs activités (ventes, prestations de collecte, actions de sensibilisation, ...).

<sup>48</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Article D. 5132-34 du Code du Travail, <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000018526766>



## ► Gouvernance

Le Réseau était accompagné à sa création par un comité de pilotage institutionnel bi-régional (Délégations Régionales de l'ADEME et Conseils Régionaux du Nord-Pas-de-Calais et de Picardie, et Conseil Général du Nord)<sup>49</sup>. Le pilotage du Réseau est réalisé au niveau national par son Conseil d'Administration et au niveau régional par des associations régionales de Ressourceries (si leur nombre est suffisant). Les fonds nécessaires au fonctionnement du Réseau des Ressourceries et au développement de la filière réutilisation proviennent pour 19 % de subventions (ADEME Nationale, ADEME Picardie, Conseil Régional Picardie et Conseil général de l'Aisne, pour 14 % d'une cotisation annuelle des structures et pour 68 % de la rémunération de **prestations de services faites par le Réseau**.

## Analyse quantitative

### Chiffre d'affaires et résultats économiques

Les chiffres sur les structures adhérentes sont consolidés à l'échelle du Réseau dans L'Observatoire des Ressourceries. L'édition 2013 a été mise à jour avec les chiffres de l'année complète. Elle fournit des statistiques sur 87 structures en activité pour l'année 2013, y compris pour le chiffre d'affaires. Ainsi, le chiffre d'affaires de ces 87 structures pour l'année 2013 s'élève à 17,4 M€, dont 10,2 M€ résultent des ventes associées au réemploi et à la réutilisation. Le chiffre d'affaires lié au réemploi et à la réutilisation a donc plus que doublé entre 2010 et 2013. Une estimation à partir de ces 87 structures interrogées permet d'obtenir le chiffre d'affaire au titre du réemploi et de la réutilisation sur l'ensemble du réseau.

**Tableau 34 - Evolution du chiffre d'affaires des membres du Réseau des Ressourceries**

Année	CA (au titre du réemploi et de la réutilisation)	Produits vendus
2008	3 M€	2 507 T
2010	4 M€	3 324 T
2013	9,2 M€ (10,2 M€ estimés sur l'ensemble du réseau)	10 602 T (11 821 T estimées sur l'ensemble du réseau)

Concernant les ventes liées au réemploi et à la réutilisation, les chiffres d'affaires se répartissent pour l'année 2013 entre 1527 et 329 000 € par structure. Cette variabilité vient du fait que certaines structures sont en démarrage d'activité alors que d'autres Ressourceries sont relativement anciennes, bien implantées au niveau local et disposent de plusieurs magasins. Le chiffre d'affaires moyen d'une structure s'élève à 105 000 € en 2013 contre 62 000 € en 2010 soit une hausse de 70 %.

<sup>49</sup> Source : Avise (Agence de Valorisation des Initiatives Socio-Économiques), Annuaire 2007 DEEE : Choisir les entreprises de l'économie sociale et solidaire

## Structures du Réseau

En 2013, le Réseau des Ressourceries est constitué de 117 structures adhérentes, contre 82 en 2011. On distingue :

- 97 structures en activité contre 63 en 2010 ;
- 18 structures « en projet » : structures en cours de développement.

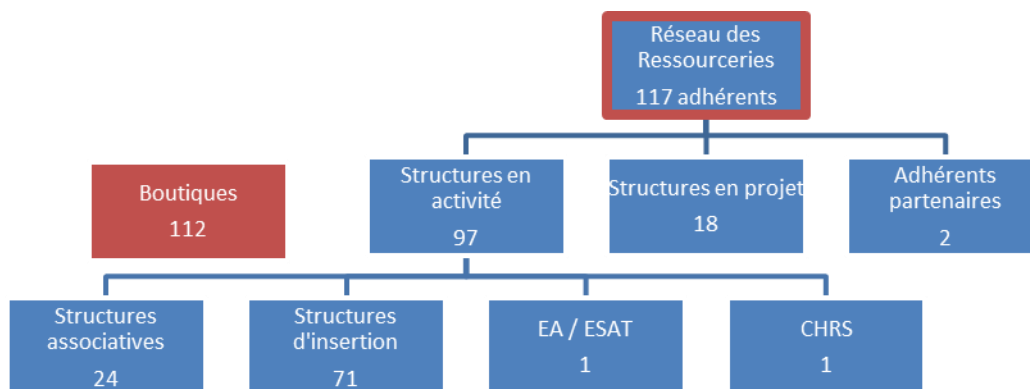
Une structure en activité possède une boutique ou plus, c'est pour cette raison que 127 boutiques sont associées aux 97 structures en activité.

Au sein des structures en activité il est possible de distinguer : (voir Figure 62)

- Les structures associatives
- Les structures d'insertion (EI et ACI)
- Les EA (Entreprises Adaptées) / ESAT
- Le CHRS
- Les adhérents partenaires : adhésion croisée car le Réseau des Ressourceries adhère aussi chez eux

AMORCE, l'association des collectivités territoriales et des professionnels pour la gestion des déchets, des réseaux de chaleur et de froid, de l'énergie et de l'environnement, fédère plus de 500 collectivités territoriales et plus de 250 professionnels, dans le but de défendre les positions des collectivités et de leurs partenaires en matière de déchets et d'énergie.

Et le Cercle National du Recyclage (CNR), regroupe des collectivités territoriales, la Fédération de la Récupération, du Recyclage et de la Valorisation (FEDEREC), ainsi que des associations de consommateurs, de protection de l'environnement et d'insertion professionnelle, dans le but de promouvoir le recyclage et la valorisation des déchets.



**Figure 62 - Répartition du nombre de structures au sein du Réseau des Ressourceries**

A l'origine le Réseau était implanté en régions Picardie et Nord-Pas-de-Calais. Il a ensuite pris une dimension nationale via la signature d'un accord-cadre avec l'ADEME et l'adhésion croisée avec les réseaux des collectivités AMORCE et CNR.

La répartition géographique du réseau est influencée par des facteurs internes et externes :

- Facteur interne :

Depuis quelques années, des programmes régionaux se développent au sein du réseau. Lorsque plusieurs Ressourceries en font la demande et sont jugées assez développées pour y participer, celles-ci se regroupent pour mettre en place un programme d'actions communes. Celui-ci comprend un système d'accompagnement de porteurs de projets par les Ressourceries, subventionné par l'ADEME régionale, le conseil régional et la DREAL à certaines occasions. Ce programme donne lieu

à un réel partage d'expériences et permet de développer le réseau sur la région. Les régions Rhône-Alpes et PACA sont passées respectivement de 3 à 19 et de 3 à 15 structures grâce à ces programmes. Des associations régionales se sont alors créées afin de représenter l'intérêt des structures auprès des collectivités locales.

- Facteurs externes :

Le dynamisme des collectivités territoriales en matière de prévention des déchets impacte directement la création des Ressourceries en facilitant les démarches administratives et en réduisant les coûts. Les populations sont aussi plus sensibles aux sujets de réemploi et de réutilisation, et les structures sont donc plus pérennes.

Les programmes locaux de prévention (PLP) des déchets qui fixe des objectifs de réduction des déchets et donc favorisent les installations de réemploi et de réutilisation.



**Figure 63 : Répartition géographique des Ressourceries (sièges sociaux) sur le territoire en 2012**

Depuis 2010, le Réseau des Ressourceries mesure plus précisément le territoire couvert par ses établissements, c'est-à-dire l'ensemble des communes où le Réseau assure ses activités de collecte et de sensibilisation à l'environnement.

En 2013, 4 372 communes sont couvertes par les activités d'une Ressourcerie soit 10 968 086 habitants et 17 % de la population française.

La diversité des territoires d'intervention est grande, certaines Ressourceries exercent leur activité en milieu rural alors que d'autres couvrent un territoire plus urbanisé. Le schéma ci-dessous illustre cette diversité.

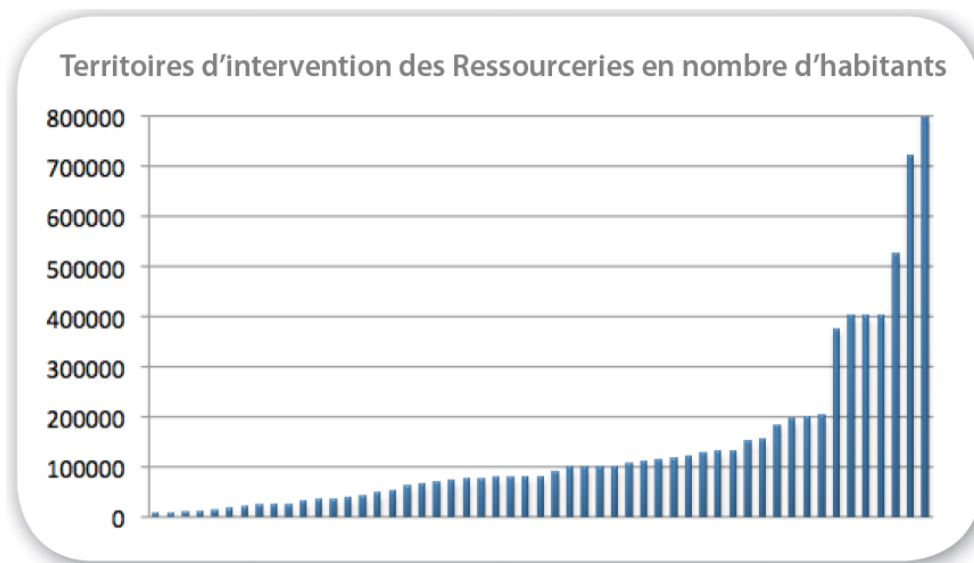


Figure 64 - Territoires d'intervention des Ressourceseries en nombre d'habitants sur l'année 2012

### Ressources humaines

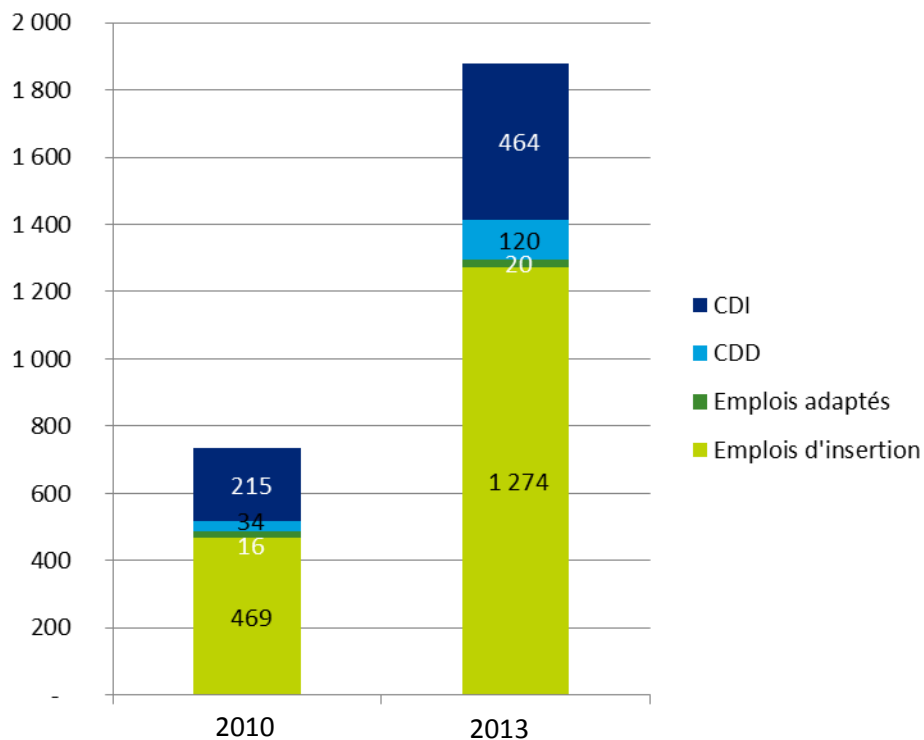
2 128 personnes travaillent au sein des 87 structures interrogées au sein du Réseau des Ressourceseries soit 1961 ETP. Une extrapolation sur l'ensemble du réseau à partir de ces 87 structures interrogées a permis d'obtenir une estimation de l'effectif global au sein du Réseau des Ressourceseries (97 structures).

Tableau 35 - Estimation des effectifs au sein du Réseau des Ressourceseries en 2013

Statut	Effectif en ETP	
	Sur les 87 structures interrogées	Estimés pour les 97 structures
<b>CDD</b>	108	120
<b>CDI</b>	416	464
<b>Emplois d'insertion</b>	1 143	1 274
<b>Emplois adaptés</b>	17	20
<b>TOTAL</b>	1 684	1 878

Sur la Figure 65, il est possible de voir que l'effectif au sein du Réseau des Ressourceseries a plus que doublé (734 personnes en 2010 contre 1877 en 2013).

La répartition des postes reste assez similaire en 2010 et 2013. Les emplois d'insertion représentent respectivement 63 et 67 % pour 2010 et 2013. La proportion de CDI est de 25 % en 2013 contre 29 % en 2010.



**Figure 65 - Evolution de l'effectif entre 2010 et 2013 au sein du Réseau des Ressourceries**

Le réseau est constitué en majorité d'ACI dans lesquels les directeurs doivent non seulement posséder des compétences managériales, mais aussi des compétences juridiques et techniques ce qui leur fait parfois défaut.

Des parcours internes ont été créés et permettent de s'adapter au besoin des personnes en formation (techniciens, directeurs et encadrant de Ressourcerie, créateurs de Ressourcerie et gardien de déchèteries). Les formations dispensées permettent aux employés de tout niveau d'acquérir les compétences spécifiques à la réutilisation et liées à leurs missions quotidiennes.

A titre d'exemple une vingtaine de directeurs par an suivent un programme de formation de quatre jours :

- 1 journée sur la collecte
- 1 journée sur la sensibilisation et la charte environnement
- 1 journée sur la vente
- 1 journée sur la valorisation

Lors de cette formation, l'ensemble du cadre juridique est vu pour chacune des fonctions.

La totalité des employés en insertion suivent également un parcours de formation balayant tous les aspects de la réutilisation. Cette qualification facilite la recherche d'emploi à la sortie.

### 3. Analyse de la chaîne de valeur

#### Les activités exercées

Les Ressourceries sont des structures de l'ESS qui ont quatre activités complémentaires, qu'elles développent sur un territoire donné :

- La collecte séparative des déchets d'origine « encombrants ménagers » ou « déchets d'activités économiques »

Ce service permet un contact avec la population et s'effectue en cohérence des dispositifs existants des collectivités territoriales qui sont souvent partenaires des Ressourceries.

- La valorisation des produits

La valorisation se fait en priorité par réemploi et réutilisation après contrôle, nettoyage éventuel, réparation ou transformation de ces objets, afin de leur donner une nouvelle valeur. Des activités de démontage, dépollution des objets non réutilisables afin de les recycler dans les filières adéquates peuvent également être réalisées. Certaines Ressourceries travaillent avec des opérateurs complémentaires sur ces activités de recyclage.

- La revente des objets

Cela constitue l'aboutissement de la filière réemploi et réutilisation. Selon les établissements, la vente peut se faire de différentes manières : vente en magasin de Ressourcerie, vente sur internet, vente sur marché ou vide-grenier, vente sur commande ou dépôt d'objets dans d'autres magasins que les Ressourceries.

- La sensibilisation à l'environnement

Le message de sensibilisation est délivré aux clients et usagers lors des visites, d'animations (scolaire, grand public, ...), de conférences, de foires ou d'ateliers. La sensibilisation fait partie intégrante des rôles tenus par les structures associatives, qui intègrent la problématique environnementale dès leur création. A l'inverse, les Ateliers et Chantiers d'Insertion ont une vocation plus sociale d'insertion professionnelle, et développent moins la sensibilisation à l'environnement.

Ce modèle de fonctionnement intégrant quatre activités complémentaires mais relativement différentes, est souvent décliné de manière partielle par les acteurs indépendants. Le poids des activités de réemploi, de réutilisation et de sensibilisation à l'environnement est en général faible ou inexistant en comparaison à celui de l'activité de recyclage. Ces acteurs indépendants peuvent donc demander à rejoindre le Réseau afin de bénéficier d'un soutien pour le développement de ces activités.

## L'approvisionnement

### ***Spécificités de l'approvisionnement***

La mission d'une Ressourcerie est de fournir un service de proximité de prévention et de réduction des déchets en lien avec la collectivité. La stratégie d'approvisionnement consiste principalement à collecter les encombrants. La collecte ne se limite pas aux biens réemployables et réutilisables car aucun tri n'est réalisé au moment de celle-ci.

L'approvisionnement du Réseau des Ressourceries dépend des déchets de la collectivité partenaire. Le contact avec les particuliers se fait par le biais d'actions de sensibilisation. Ces actions les incitent à mettre leurs déchets à disposition des Ressourceries en le déposant en déchèterie ou une Ressourcerie ou via un enlèvement à domicile.

Concernant les produits faisant partie d'une filière REP, c'est généralement l'éco-organisme agréé pour la gestion de ces déchets qui mène les campagnes de sensibilisation des citoyens à ce geste.

### ***Types de biens***

Tous les objets domestiques mis à disposition des Ressourceries sont donc collectés. Cependant, le gros de l'approvisionnement se décline comme suit :

- Les DEEE ménager : Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques ménager, une filière spécifique a été créée, ils sont collectés séparément des encombrants.
- Les DEA : Déchets d'Éléments d'Ameublement, une filière spécifique a été créée, ils sont collectés séparément des encombrants.
- Les TLC : Déchets Textiles, Linge de maison et Chaussures, une filière spécifique a été créée, ils sont collectés séparément des encombrants.
- Les Déchets d'Activités Économiques : carton, papier, plastique, intercalaires, palettes et autres;

Le Réseau des Ressourceries collecte également les catégories de déchets suivantes mais celles-ci ne sont incluses dans le périmètre de l'étude et sont donc exclues des flux de biens présentés ci-après :

- Les DEEE professionnels : Déchets d'Équipements Electriques et Electroniques professionnels, une filière spécifique a été créée, ils sont collectés séparément des encombrants.
- Les autres déchets collectés auprès des particuliers : verre, gravats, déchets verts, huiles, pneus, piles, ...

### **Modes d'approvisionnement**

Le mode d'approvisionnement dépend des besoins du territoire et est donc défini avec la collectivité.

En premier lieu, il s'agit d'**enlèvement à domicile** :

- Auprès des particuliers principalement :

sur rendez-vous : exercé par 92 % des Ressourceries ;  
et en porte-à-porte : exercé par 22 % des Ressourceries.

- Auprès des distributeurs pour la collecte de produits faisant partie d'une filière à Responsabilité Élargie des Producteurs (REP), les DEEE par exemple.

Cet approvisionnement est complété par **les apports volontaires sur site** :

- Au niveau des déchèteries (conventionnelles ou mobiles avec un planning de déplacements défini) : exercé par 71 % des ressourceries.

L'approvisionnement sur ces sites se réalise en lien avec la collectivité et concerne plutôt les encombrants. Depuis 2010, les Ressourceries ont accompagné de nombreuses déchetteries dans la mise en place d'espaces réemploi / réutilisation. Cet accompagnement couvre les aspects logistiques, juridiques, visuels et de formations.

- Au niveau des différents sites de la Ressourcerie (points de collecte, magasins et conteneurs) : exercé par 100% des ressourceries.

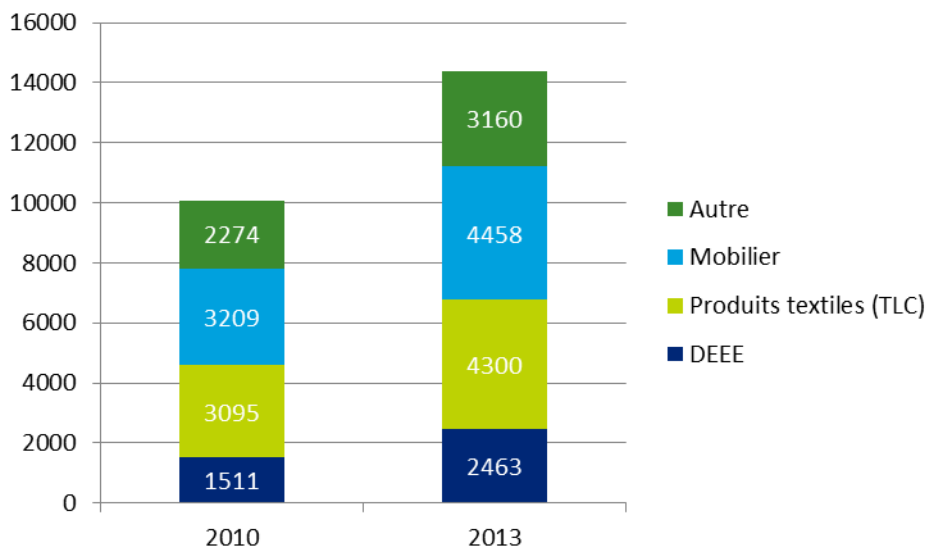
Des **contrats d'approvisionnements** constituent une troisième source d'approvisionnement pour la majorité des Ressourceries. Ces contrats peuvent être établis avec une ou plusieurs collectivités territoriales. Ils intègrent principalement l'activité de collecte mais la gestion de déchèteries et la mise en œuvre d'action de sensibilisation à l'environnement sont également contractualisées. De la même manière des contrats sont signés avec les éco-organismes concernant la collecte des DEEE, des DEA et des TLC (déchets à filière REP).

Ainsi, le Réseau des Ressourceries a signé en 2009 une convention avec l'éco-organisme European Recycling Platform (ERP) chargé d'organiser la filière de gestion des DEEE, afin de favoriser la mise en place de partenariats locaux entre les Ressourceries, les collectivités territoriales et ERP pour l'approvisionnement en DEEE. Toutefois, ce partenariat manque d'homogénéité sur le territoire et n'est donc pas obligatoire pour les structures du Réseau, ni limitatif, c'est-à-dire qu'elles peuvent contracter des partenariats avec d'autres acteurs locaux.

- Dans le cadre de la filière à REP des TLC, un partenariat a été mis en place avec un prestataire privé proposant un prix égalisé sur le territoire pour le rachat des flux collectés par le Réseau des Ressourceries. Aucun accord national n'ayant été trouvé avec Le Relais, chaque Ressourcerie fait actuellement son choix.
- Enfin, dans le cadre de la mise en place récente de la filière à REP des DEA, 2 conventions nationales ont été signées avec Eco-mobilier et Valdelia déterminant les flux d'approvisionnement des Ressourceries, les conditions de financement et un programme de formation pour la filière ménagère.

### **Flux d'approvisionnement**

Le schéma ci-dessous illustre l'évolution des flux collectés par le Réseau des Ressourceries. Les quantités collectées ont triplé entre 2010 et 2013 (30 310 t en 2013 contre 10 089 t en 2010). Concernant la relative proportion de chacune des catégories de produits, celle-ci apparaît comme assez similaire d'une année d'étude à l'autre.



**Figure 66 - Evolution des flux collectés en tonnes au sein du réseau des Ressourceries entre 2010 et 2012**

### **Les spécificités des donateurs**

Un sondage réalisé en 2011 par le Réseau des Ressourceries a permis de connaître les caractéristiques des donateurs. Ils sont des habitants des collectivités territoriales partenaires et sont plus nombreux sur les tranches d'âge élevées. Cet élément se confirme lorsque la catégorie socio-professionnelle est étudiée puisque les retraités constituent la catégorie majoritaire. Concernant les trois grandes motivations des donateurs, celles-ci sont, par ordre d'importance, l'utilité sociale, l'acte civique et citoyen et la lutte contre le gaspillage.

### **L'offre de vente**

#### **Flux vendus**

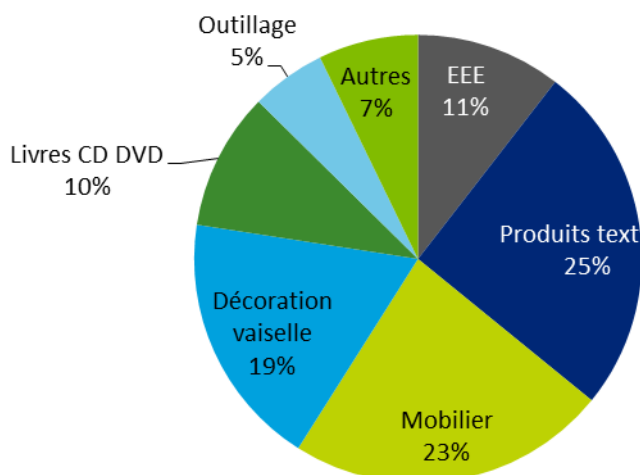
L'objectif des Ressourceries est de valoriser les déchets par le réemploi, la réutilisation ou le recyclage. Aucun produit neuf n'est donc vendu.

Une typologie harmonisée à l'échelle du Réseau permet de comptabiliser les flux vendus selon sept catégories : Equipements Electriques et Electroniques (EEE), Eléments d'Ameublement (EA), TLC/Mercerie, Vaisselle/Bibelots/Cadres, Outillage/Cycles/Bâti-jardin/Matériaux, Jouets/Culture, Autres.

Ainsi, en 2013, le chiffre d'affaires des ventes liées au réemploi et à la réutilisation est de 10,2 M€ et se répartissait tel qu'indiqué sur les Les produits textiles, le mobilier et la décoration sont les trois catégories générant le plus de chiffre d'affaires.

Les quantités réemployées et réutilisées ont quasiment quadruplé entre 2010 et 2013, ceux-ci passant de 3 324 t en 2010 à 11 211 t en 2013.. Représentant des efforts de professionnalisation, le taux de réemploi et de réutilisation (de 39%) a augmenté de 18% entre 2010 et 2013.





**Figure 67 - Répartition du chiffre d'affaires par catégories de produits en 2012**

Les produits textiles, le mobilier et la décoration sont les trois catégories générant le plus de chiffre d'affaires.

Les quantités réemployées et réutilisées ont quasiment quadruplé entre 2010 et 2013, ceux-ci passant de 3 324 t en 2010 à 11 211 t en 2013.. Reflétant des efforts de professionnalisation, le taux de réemploi et de réutilisation (de 39%) a augmenté de 18% entre 2010 et 2013.

### **Stratégie d'offre**

Comme les groupes Emmaüs et les structures Envie ERG, les Ressourceries sont des structures à but non lucratif et sont donc soumises à la règle des 4P (Produit, Public visé, Prix, Publicité) pour exercer leur activité de vente sans être soumises aux impôts commerciaux (impôt sur les sociétés, TVA, taxe professionnelle).

Selon les Ressourceries, les ventes de biens peuvent se faire de différentes manières :

- Dans les magasins des Ressourceries : 127 boutiques sont déployées par les 97 structures du réseau en 2013. Certains Ressourceries proposent à la vente une partie de leur biens sur internet, la transaction s'effectue ensuite en boutique.
- Sur des marchés, des foires, des vide-greniers.
- Sur commande.
- Via le dépôt dans d'autres magasins.

Les biens réemployés et réutilisés sont vendus auprès de populations hétérogènes:

- De façon directe sans distinction des publics ;
- En partenariat avec des organismes sociaux pour équiper des personnes défavorisées.

Bien qu'aucune grille tarifaire ne soit imposée par le réseau, des modules de formation sont dispensés pour l'évaluation des prix. Les prix réellement pratiqués dans les magasins ne font pas, à ce jour, l'objet de statistiques. Cela dit, le Réseau indique que les prix pratiqués sont faibles au regard de ceux du neuf. Ils sont modulés en fonction de la situation des clients. Les conditions imposées par la règle des 4P aux organismes à but non lucratif exonérés d'impôts commerciaux concernant les prix pratiqués sont donc respectées.

Les Ressourceries mettent en place des actions de sensibilisation et d'information du public pour faire connaître leurs activités et leur objet. Les Ressourceries étant un service de proximité pour la prévention et la réduction des déchets via la collecte et la revente, la publicité à vocation commerciale

ne se justifierait pas. La communication s'effectue donc plutôt sous un aspect pédagogique, avec pour objectif de sensibiliser au réemploi et à la réutilisation autant que d'attirer des clients potentiels.

Depuis 2010, la communication autour du réemploi et de la réutilisation de la part du Réseau des Ressourceries a augmenté. L'évènement phare est la participation à la campagne pour la Semaine européenne du Développement Durable. Elle a été portée au niveau européen avec le soutien de l'ADEME et en partenariat avec d'autres réseaux européens comme Reuse<sup>50</sup>. Le Réseau des Ressourceries bénéficie aussi de la communication mise en place dans le cadre des Plans de Prévention et de Gestion des Déchets au niveau départemental. La réalisation de guides et d'annuaires par les départements contribue à renforcer la visibilité des acteurs du réemploi et de la réutilisation au niveau local.

Les réseaux sociaux et le mailing sont de plus en plus utilisés afin d'informer des actions réalisées par les Ressourceries, notamment pour les journées thématiques.

### **Les spécificités des acheteurs**

Le panier moyen d'un client de Ressourceries est de 11€ en 2013. Celui-ci s'est stabilisé puisqu'il était déjà de 11 € en 2010. Les Ressourceries ont accueilli 862 391 clients en 2013, contre 261 230 en 2010. Un magasin reçoit en moyenne 6 554 clients par an. Il n'y a manifestement pas de clients type pour ces structures. La cible des acheteurs est très large, et ce sont souvent des habitués qui fréquentent les boutiques des Ressourceries. Les populations étudiantes sont néanmoins nombreuses et viennent dans une démarche d'équipement. Des partenariats sont d'ailleurs réalisés avec les campus universitaires.

## **4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2012**

### **Les tendances d'évolutions liées à l'environnement extérieur**

#### **► Environnement économique : un nombre de client en augmentation grâce à la crise**

La crise financière diminue le pouvoir d'achat de la population mais au sein des Ressourceries le panier moyen est resté stable. Elle a poussé cette même population à changer ses habitudes de consommation en se tournant notamment vers les biens d'occasion et la fréquentation des Ressourceries a donc augmenté.

#### **► Environnement sociétal : la prise de conscience des enjeux environnementaux a eu un impact limité**

L'activité des Ressourceries étant centrée autour de la protection de l'environnement via la réduction des déchets et la sensibilisation éco-citoyenne, on pourrait penser que la prise de conscience de ces enjeux, conjugués à un contexte de crise, devrait accroître l'activité des Ressourceries. L'activité est effectivement en croissance depuis 2008, mais aucune étude n'a à ce jour pu mettre en évidence une relation entre la hausse tendancielle de l'activité et prise de conscience environnementale des citoyens. En réalité les préoccupations économiques et sociales semblent primer sur ces enjeux en contexte de crise économique.

#### **► Un développement important impulsé par les collectivités territoriales**

On note depuis 2008 une tendance de fonds importante, qui s'est confirmée depuis.

---

<sup>50</sup> Rreuse : <http://www.rreuse.org/t3/>

De plus en plus de collectivités territoriales (conseils régionaux, généraux ou communes) sollicitent le Réseau pour la mise en place de filières de réemploi et de réutilisation via une Ressourcerie. Les collectivités locales n'hésitent plus à prendre en charge la construction des bâtiments ou leur réhabilitation avant de déléguer l'exploitation à des associations locales. Ces associations locales sont ensuite soutenues financièrement avec moins de difficultés qu'auparavant. Les collectivités cherchent aussi à se former et représentent maintenant la moitié des participants des formations « Créer une Ressourcerie ».

Les collectivités s'investissent de plus en plus dans la création d'espaces réemploi et réutilisation dans les déchetteries et cherchent un accompagnement

La réglementation en termes de gestion des déchets joue particulièrement en faveur du Réseau. Le développement des Plans de prévention au niveau départemental a été rendu obligatoire, et nombre de Ressourceries ont été créées dans ce cadre à l'initiative des collectivités territoriales (conseils régionaux, généraux ou communes).

Aujourd'hui les PTCE commencent à être une porte d'entrée pour l'inscription des Ressourceries sur la base de la limitation en distance du transport et du traitement des déchets encombrants et donc un potentiel de diminution de CO2 émis.

### ► **Environnement réglementaire : la directive cadre européenne en matière de déchet est un enjeu majeur**

La notion centre de réemploi et réutilisation accrédité présente dans la directive cadre européenne représente un enjeu majeur pour les acteurs du secteur de l'économie sociale et solidaire.

Dans chacun des pays membres, les acteurs du réemploi et de la réutilisation travaillent sur des démarches qui visent à la professionnalisation du secteur et définissent avec leurs partenaires les indicateurs qui permettent la mesure et l'évaluation de l'activité.

Ce travail est en voie de mutualisation au niveau Européen pour apporter une définition à la notion de centre de réemploi/réutilisation accrédité.

Dans cet optique, le Réseau des Ressourceries accompagne, à travers sa démarche de progrès, les acteurs du réemploi et de la réutilisation en France pour qu'à moyen terme les acteurs du secteur soient capable de :

- Assurer un suivi des activités de préparation à la réutilisation par des organisations de réutilisation accréditées ;
- Intégrer les activités de préparation à la réutilisation dans les filières à responsabilité élargie des producteurs ;
- Fixer, dans le cadre des filières à Responsabilité Élargie des Producteurs, des objectifs de préparation à la réutilisation.

L'enjeu majeur pour le Réseau des Ressourceries est qu'une accréditation d'état ne soit pas imposée. Pas que les Ressourceries ne souhaitent pas être dans des procédures de certification mais elles souhaitent garder la main sur leur activité.

Il existe depuis 2008 une démarche de progrès obligatoire à tout adhérent.

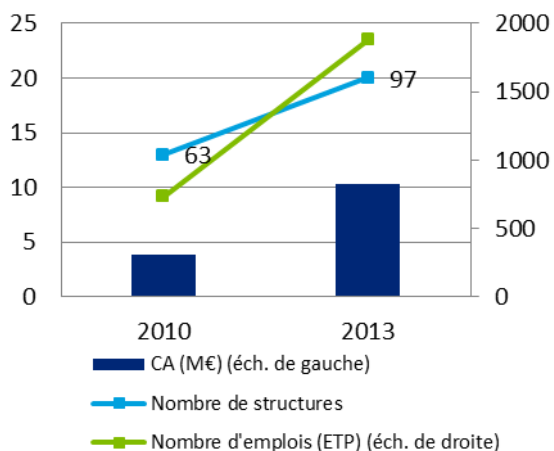
### ► **Environnement réglementaire : le plan national de prévention des déchets permet aux acteurs de l'ESS de piloter les actions qui les concernent.**

Le plan national de prévention des déchets 2014-2020 comporte un chapitre sur le réemploi, la réutilisation et la réparation. Il permet aux 3 structures majeures de l'ESS dans le secteur du réemploi et de la réutilisation (Emmaüs, Réseau des Ressourceries, Envie) de piloter les actions qui les concernent :

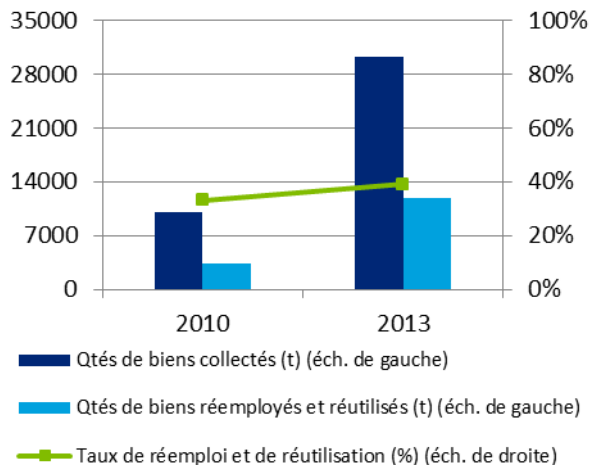
- Réseau des Ressourceries : donner confiance aux consommateurs dans les produits d'occasion en développant des systèmes de garantie pour ces produits
- Emmaüs France : soutenir le développement de la professionnalisation du réseau de réemploi et de réutilisation, réparation et réutilisation

- Envie : favoriser l'accès à la disponibilité des pièces détachées : Envie.

### Les tendances d'évolutions internes



**Figure 68 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein du Réseau des Ressourceries entre 2010 et 2013**



**Figure 69 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein du Réseau des Ressourceries entre 2010 et 2013**

### Remarques

- Les données de l'année 2008 étaient trop peu fiables pour être exploitées.
- Les chiffres de l'année 2010 sont issus d'une extrapolation à partir de 43 structures auditées.
- Les chiffres de l'année 2013 sont issus d'une extrapolation à partir de 87 structures auditées.

Le **nombre d'adhérents est en forte augmentation** (+57% entre 2010 et 2012).

Le **nombre d'emplois a en conséquence été multiplié par 2,5** entre 2010 et 2013, et le **chiffre d'affaires a triplé**. Reflétant l'augmentation de la fréquentation des Ressourceries, le chiffre d'affaires par structures a quant à lui presque doublé entre 2010 et 2013.

Grâce à ces efforts, le taux de réemploi et de réutilisation (de 39%) a augmenté de 18% entre 2010 et 2013 tandis que la quantité de biens réemployés a quadruplé.

### ► Un réseau qui se professionnalise

Le réseau s'est lancé dans une politique de professionnalisation de ses activités, et effectue de gros efforts pour former les salariés des Ressourceries. Le manque de main d'œuvre qualifiée est un frein au développement de la réutilisation. Les biens collectés ne peuvent être réemployés qu'en fonction des compétences de remise en état disponibles dans chaque Ressourcerie.

Les structures déjà adhérentes au Réseau sont donc engagées dans une démarche de professionnalisation qui est accompagnée par le Réseau :

- Formation des acteurs ; en menant la première étude nationale sur les pratiques et les besoins de formation des acteurs du réemploi et de la réutilisation dans les Ressourceries, le Réseau a élaboré un référentiel Métiers (fiches de poste, cahiers techniques, réglementation, etc.) et un livret de compétences du Technicien du réemploi, de la réutilisation et de la valorisation. En 2013 formation de 913 stagiaires
- Échange et mutualisation des savoir-faire : partage d'expertise au niveau du Réseau et avec les réseaux européens.

### ► Une démarche continue de suivi et d'amélioration

La démarche de développement du Réseau comprend les actions suivantes :

- Communiquer et promouvoir les activités liées au réemploi et à la réutilisation ;
- Informer et accompagner les porteurs de projet via des conseils méthodologiques, des études de faisabilité, etc. ;
- Mesurer, évaluer et labelliser les Ressourceries.

Dans le cadre de la démarche de progrès des structures, le Réseau suit une série d'indicateurs relatifs au concept et à la Charte des Ressourceries et met à la disposition des adhérents des outils adaptés (accompagnement post-audit).

Cette démarche permet de préciser les objectifs, d'évaluer et partager l'information relative aux 4 fonctions : structuration de l'activité de collecte, formalisation des procédés de valorisation, organisation de la revente et développement de la communication et de la sensibilisation.





Les structures sont classées en 2 échelons de Ressourceries : agréée et labellisée. Chacun de ces niveaux correspond à l'atteinte de l'un des critères de la grille d'audit<sup>51</sup>.


---

<sup>51</sup> Source : Réseau des Ressourceries, Le Réseau des Ressourceries illustré, 2010

## Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

Tableau 36 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

RECOMMANDATIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES		LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<b>GARANTIR UNE REPARTITION PLUS EQUILIBREE DES AIDES PUBLIQUES (AJUSTER LES AIDES AU POSTE D'INSERTION, GARANTIR UNE MEILLEURE REPARTITION DES AIDES DANS LA DUREE, GARANTIR UN MEILLEUR EQUILIBRE ENTRE LES REGIONS)</b>		<p>La réforme de l'IAE est ressentie comme une bonne évolution puisque elle a permis de généraliser l'aide au poste.</p> <p>Une quantité importante de fonds est disponible sur les projets de création de Ressourceries, avec toutefois des déséquilibres entre chaque région.</p>	<p>Les aides publiques devraient être équilibrées entre les régions.</p>
<b>ENCOURAGER LES PARTENARIATS ENTRE COLLECTIVITES LOCALES, LES STRUCTURES DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION DE L'ESS ET LES ENTREPRISES LOCALES ACTIVES SUR LE SECTEUR</b>		<p>Une réelle progression est observée, en partie grâce au panorama de la deuxième vie des produits en France qui est présenté dans des colloques nationaux.</p>	
<b>RELAYER PAR DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION LOCALES LES CAMPAGNES DE PROMOTION DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION (GUIDES LOCAUX DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION)</b>		<p>Aucune retombée constatée.</p>	
<b>METTRE EN PLACE DES INDICATEURS DE SUIVI ET ASSURER UN SUIVI REGULIER DES ACTIVITES DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION (REPORTING ANNUEL CHIFFRE + ENTRETIENS QUALITATIFS TOUS LES DEUX ANS)</b>		<p>Aucune progression n'a été constatée au niveau national.</p>	<p>Le Réseau des Ressourceries prône la mise en place d'un suivi régulier.</p>

<p><b>MENER DES PROJETS DE RECHERCHE          DEDIES A LA THEMATIQUE DU REEMPLOI          ET DE LA REUTILISATION</b></p>	<p> Le Réseau des Ressourceries est contacté par un nombre croissant de doctorants sur les aspects sociologiques de l'analyse.</p> <p>De nouveaux appels à projet de recherche-action ont été lancés en IDF et dans la région de Nantes avec pour intitulés « la révolution sensible ».</p>	<p>Le Réseau des Ressourceries déplore qu'aucun retour ne soit fait par les chercheurs.</p> <p>Il serait intéressant d'observer les impacts et applications des projets de recherche pour les acteurs de l'ESS.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Les freins à l'activité en 2012

### ► Frein socio-culturel : l'image du réemploi et de la réutilisation manque de clarté

Un des freins les plus importants signalés par Le Réseau des Ressourceries est le manque de sensibilisation des citoyens vis-à-vis du geste éco-citoyen de « don pour réemploi / réutilisation » ou « dépôt pour réutilisation ». Cela concerne en particulier la mise à disposition de déchets encombrants auprès d'une structure ayant des activités de réemploi et de réutilisation.

Plus généralement, il ressort que les termes "réemploi / réutilisation" ne sont pas clairement identifiés par le public des Ressourceries. Il crée une confusion parce qu'on lui associe une image liée à la charité, pas à l'environnement. Il s'agit d'un frein important au développement, accentué par le fait que les structures de réemploi et de réutilisation ont peu de moyens pour communiquer sur leur activité.

Des efforts particuliers doivent être réalisés sur l'esthétique des espaces de vente afin de les rendre plus clairs et attirants. Il faudra s'inspirer du travail réalisé avec succès dans les déchetteries

### ► Frein économique : le coût du foncier

Le foncier est un frein majeur à la création et au maintien des Ressourceries. Afin de le réduire, de plus en plus de collectivités prennent en charge la construction et la réhabilitation des bâtiments mais le coût de la location reste un des postes de dépense majeurs.



## ANNEXE III.4 L'Heureux Cyclage



[www.heureux-cyclage.org](http://www.heureux-cyclage.org)

<p><b>Définition</b></p>	<p>Réseau associatif d'ateliers vélos adhérant à une charte commune.</p>
<p><b>Finalités</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ La promotion de l'utilisation du vélo</li> <li>➔ Le transfert de connaissances mécaniques</li> <li>➔ La valorisation des vélos en fin de vie</li> </ul>
<p><b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et la réutilisation (2013)</b></p>	<p>107 ateliers, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 101 associations (dont 39 structures employeurs)</li> <li>- 6 EI</li> </ul> <p>10 autres structures (Ateliers mobiles, sans locaux)</p>
<p><b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b></p>	<p>131 ETP, dont</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés : 69 (58 CDI, 11 CDD)</li> <li>- Emplois d'insertion : 48</li> <li>- Service civique dans les ateliers : 14</li> <li>- Bénévoles : 1 200</li> </ul>
<p><b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réemployés en 2013 (t)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 150 tonnes collectées dont 135 réemployées et réutilisées (soit 90%)</li> </ul>
<p><b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2013 (€)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 M€</li> </ul>
<p><b>Principales tendances sur le marché du réemploi</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Augmentation de l'usage du vélo</li> <li>- Un nombre croissant de partenariats</li> </ul>
<p><b>Principaux freins à l'activité de réemploi identifiés</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coût d'obtention d'un local</li> <li>- Manque de formations pour répondre aux besoins spécifiques d'un atelier vélo</li> <li>- Difficultés à faire connaître les ateliers vélos</li> </ul>

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

Les données sont issues de l'entretien téléphonique avec Elodie CHABERT, en charge de coordination de projets des ateliers L'Heureux Cyclage.

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

### Modèle économique

#### *Finalité*

L'Heureux Cyclage, créé en 2010, est un réseau associatif d'ateliers vélos. Les ateliers du réseau adhèrent à une charte commune qui comprend trois points essentiels :

- La promotion de l'utilisation du vélo ;
- Le transfert de connaissances mécaniques ;
- La valorisation des vélos en fin de vie.

Les ateliers fonctionnent de manière autonome. Dans ce contexte, les deux missions de l'association sont de mutualiser les projets entre les ateliers et de les représenter au niveau national. Deux salariés permanents et plusieurs bénévoles en ont la charge.

Les activités des ateliers sont principalement de récupérer, réparer et revendre les vélos et de favoriser l'autoréparation de vélos de particuliers. Deux types d'ateliers se distinguent au sein du réseau :

Les structures centrées sur la promotion de l'utilisation du vélo, qui ont ensuite élargi leur activité en intégrant un atelier de réparation mécanique ;

Les structures s'étant créées avec pour principale activité celle de l'atelier de réparation.

Les ateliers peuvent également développer d'autres activités associatives liées à la promotion du vélo (ex : fête du vélo, sensibilisation à la sécurité, marquage antivol, ...).

#### *Fonctionnement du réseau et de ses structures*

##### ▶ **Code d'activité**

Les ateliers du réseau L'Heureux Cyclage sont référencés sous le code NAF 94.99Z : Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire.

##### ▶ **Mode de financement**

Le réseau L'Heureux Cyclage se finance grâce aux cotisations des adhérents (part très faible), aux formations délivrées (le réseau est un organisme de formation professionnelle) et grâce aux financements publics (+de 50% du financement)

Les structures du réseau se financent à partir de 4 sources :

- Adhésion / cotisation des adhérents
- Prest'actions (ateliers de rues, interventions en entreprises...)
- Revente des vélos
- Financements publics

Certaines structures, en particuliers les chantiers d'insertion, fonctionnent à 90 % à l'aide des financements publics et d'autres en autonomie à 90 %. Il existe donc de grandes disparités de financement entre les ateliers mais les financements publics représentent en moyenne 28 % des sources de financement des structures.

## Analyse quantitative

### Chiffre d'affaires et résultats économiques

Tableau 37 - Chiffre d'affaires

Année	CA	Commentaires
2013	1 M€	Correspond à la revente après réparation et à la mise à disposition de cycles à bas coût.

Toutes les structures ne bénéficient pas d'une comptabilité analytique efficace. Le montant indiqué s'appuie sur des données collectées auprès de 77 ateliers et estimées ou jugées négligeables pour l'ensemble des autres ateliers.

### Structure du réseau et répartition géographique

Tableau 38 - Nombre de structures présentes dans les différentes branches de L'Heureux Cyclage

Branche d'Heureux Cyclage	Nombre de structures 2013
Nombre total de structures (ateliers)	107
Dont associations	101 (dont 39 structures employeurs)
Dont entreprises d'insertion	6
Autres (ateliers mobiles, sans locaux)	10 (Année 2014)

Le nombre de structures a triplé entre 2010 et 2014, passant de 35 à 120.



**Figure 70 - Répartition géographique des ateliers vélos<sup>52</sup>**

C'est dans un rayon de 2km que l'atelier recrute sa clientèle. Il s'agit d'un service de proximité, le maillage cible étant d'un atelier par quartier. La structure mère de L'Heureux Cyclage n'ouvre pas directement les ateliers, mais accompagne les porteurs de projets lors d'une ouverture.

Il existe deux modèles de développement des ateliers :

- Création d'antennes au sein d'une même structure mère ;
- Création d'une nouvelle structure à l'initiative d'un bénévole d'une autre structure. (ex : un des bénévoles déménage et décide de créer un atelier dans la ville où il habite).

Les initiatives d'ateliers vélos sont majoritairement concentrées en zones urbaines voire périurbaines. Les zones rurales sont donc peu couvertes.

### Ressources humaines

**Tableau 39 - Emplois au sein du réseau L'Heureux Cyclage**

Type d'emplois	Nombre de personnes	Lieu géographique
<b>Réseau</b>	2 CDI	Entité mère du réseau (Lyon)
<b>Ateliers vélos - salariés</b>	115 ETP (dont 56 CDI, 11 CDD, 48 contrats aidés (salariés en insertion, CUI/CAE))	National
<b>Ateliers vélos - bénévoles</b>	1200	National
<b>Ateliers vélos - service civique</b>	14	National
<b>Autres</b>		
<b>Adhérents des ateliers</b>	30 000	National

Les salariés des ateliers sont généralement des mécaniciens d'atelier.

## 3. Analyse de la chaîne de valeur

### Les activités exercées

L'activité de réemploi / réutilisation de vélos exercée par les ateliers vélos de l'Heureux Cyclage comprend les étapes suivantes :

- la collecte ;
- le tri ;
- la réparation ;
- la revente.

<sup>52</sup> <http://www.heureux-cyclage.org/La-liste-des-Ateliers-Velo.html?lang=fr>

## L'approvisionnement

### *Types de biens*

Plusieurs types de biens sont gérés par les ateliers. Les vélos représentent le cœur de l'activité : **10 000 vélos ont ainsi été collectés en 2013.**

Certains ateliers développent la réparation de fauteuils roulants. Certains accessoires sont également réparés.

Les VAE (Vélos à assistance électrique) sont peu présents dans les ateliers vélos. Ceux-ci ne sont pas récupérés par L'Heureux Cyclage, d'une part car leur réparation nécessite d'autres compétences et, d'autre part, car les VAE hors d'usage sont des DEEE pris en charge dans le cadre de la filière REP des DEEE. Néanmoins, les propriétaires de VAE peuvent faire appel aux services des ateliers pour effectuer les réparations sur les parties non électriques du vélo.

### *Sources d'approvisionnement*

Les gisements de vélos sont récupérés grâce aux sources suivantes :

- Des partenariats avec les déchèteries : ils consistent à y installer des zones de réemploi. Cette source est un des axes de développement de L'Heureux Cyclage et permet de récupérer environ 20 vélos par mois par partenariat.
- Des partenariats avec les structures Emmaüs qui récupèrent elles-mêmes les vélos en déchèteries. Cela permet à Emmaüs d'augmenter la visibilité des produits et de trouver plus facilement des débouchés.
- Le don de particuliers : il existe notamment quelques partenariats avec des copropriétés, les flux peuvent être importants et stables.
- Les vélos récupérés par la police ou la municipalité sur la voie publique.
- Des partenariats avec les professionnels (vélocistes) qui collectent des vélos pour différentes raisons (services au client, Trocathlon ou prime à la casse chez VéloLand par exemple).
- Les flottes d'entreprises (exemples : les vélos de la Poste, vélos des structures de location de vélo).

Il n'existe pas à l'heure actuelle de partenariats avec les vélos libre-service.

Les partenariats sont gérés par les ateliers de manière individuelle, à l'exception des partenariats avec les déchèteries où une aide est fournie par le réseau notamment pour les démarches administratives associées.

### *Spécificités de l'approvisionnement*

Les ateliers travaillent la plupart du temps avec des pièces d'occasion issues par exemple du démontage de vélos non réparables récupérés. Certaines pièces sont achetées neuves comme les câbles de freins ou les pneus. Cela représente un **montant total d'achat de 100 000 €**. A noter que les ateliers manquent parfois de place pour le stockage des pièces détachées d'occasion. Par ailleurs, l'un des avantages majeurs des ateliers est la mise à disposition de pièces détachées de modèles de vélos anciens.

Lors de l'approvisionnement, un premier tri est effectué avec les partenaires de manière à récupérer uniquement ce qui va pouvoir être valorisé. Ce pré-tri permet de limiter les déchets générés directement par les ateliers. Les ateliers sont sensibilisés à la gestion des déchets : le métal et l'aluminium sont valorisés. En revanche, il est difficile de valoriser les pneus, non pris en charge dans le cadre de la filière REP des pneus usagés, réservée aux pneus plus gros. Ceux-ci sont alors enfouis ou incinérés.

### *L'offre de vente*

Les vélos réemployés sont soit revendus après réparation (90%) soit démontés pour pièces (10%). Le prix de revente d'un vélo est généralement compris entre 15 et 80€. En multipliant ces valeurs par 90% de 10 000 vélos collectés, nous pouvons estimer la valeur marchande des vélos réemployés.

**Tableau 40 - Flux réemployés**

Unités	2013
Nombre de vélos	9 000
Tonnes	135 (soit un poids moyen de 15kg par vélo)
Valeur marchande en euros	Entre 135 000 € et 720 000 €

#### 4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2010

Les tendances d'évolution présentées dans le tableau ci-dessous sont qualitatives. Celles-ci ont été évaluées par le réseau L'Heureux Cyclage sans faire l'objet d'une analyse chiffrée sur les années précédentes.

**Tableau 41- Les principaux indicateurs d'évolution de L'Heureux Cyclage**

Indicateurs	Unités	2013	Tendance
Nombre de structures	Unité	107	↑
CA	M€	1	↑
Emplois	Unité	131	↑
Quantités de biens collectés	Tonne	150	↑
Quantités de biens réemployés et réutilisés	Tonne	135	↑
Taux de réemploi	%	90%	→

**L'activité de L'Heureux Cyclage est globalement en croissance** tant au niveau du nombre d'ateliers que du nombre de vélos collectés. Le réseau est entré dans une dynamique de professionnalisation.

On observe depuis les années 2000 une **augmentation de l'usage du vélo** marquée par le développement du vélo libre-service en zone urbaine. Les vélos libre-service n'entrent pas en concurrence des ateliers vélos. La plupart des utilisateurs n'achèteront pas leur propre vélo, soit parce qu'ils n'ont qu'une pratique opportuniste et occasionnelle du vélo en libre-service, soit par manque de place pour le stocker. En revanche, l'utilisation des vélos libre-service tend à déresponsabiliser les usagers, ce qui limite les perspectives de réutilisation.

**Les étudiants sont particulièrement attirés par les services des ateliers vélos** qui leur permettent d'acheter des vélos d'occasion à bas coût.

## Les axes d'amélioration





Il existe une méconnaissance de la part du grand public des réparations qu'il est possible de réaliser sur un vélo. Des actions de communication permettraient sans doute de remédier à ce point.

L'Heureux Cyclage évoque des difficultés à faire connaître les ateliers même si les actions de communication et l'ancienneté de certains ateliers participent à la promotion de l'activité. Une campagne de communication au niveau national permettrait de rendre les ateliers vélos associatifs plus visibles.


**Les ateliers nouent des partenariats**, notamment avec les collectivités qui mettent à disposition des ateliers un local vacant. Plus de la moitié des ateliers sont situés dans un **local mis à disposition par une collectivité** ou (moins souvent) par un partenaire privé. Ces soutiens ont une influence importante sur l'ouverture des ateliers, mais il reste une marge de progression importante.

## Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

Tableau 42 - L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

RECOMMANDATIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES		LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<p><b>GARANTIR UNE REPARTITION PLUS EQUILIBREE DES AIDES PUBLIQUES (AJUSTER LES AIDES AU POSTE D'INSERTION, GARANTIR UNE MEILLEURE REPARTITION DES AIDES DANS LA DUREE, GARANTIR UN MEILLEUR EQUILIBRE ENTRE LES REGIONS)</b></p>		<p>L'Heureux Cyclage observe une évolution positive vers une meilleure prise en compte du secteur des déchets. Les institutions dialoguent plus fréquemment avec les acteurs sur ces problématiques.</p> <p>L'Heureux Cyclage peine encore à se faire connaître comme acteur de ce secteur et doit donc devenir plus visible.</p>	
<p><b>ENCOURAGER LES PARTENARIATS ENTRE COLLECTIVITES LOCALES, LES STRUCTURES DE REEMPLOI DE L'ESS ET LES ENTREPRISES LOCALES ACTIVES SUR LE SECTEUR</b></p>		<p>Les ateliers nouent de nombreux partenariats, notamment avec les collectivités, soutenus par le réseau dont c'est une des missions principales</p> <p>Seule la semaine de prévention des déchets est identifiée par L'Heureux Cyclage comme une action publique encourageant la création de partenariats.</p>	<p>Le réseau souhaiterait développer son approvisionnement en zones de réemploi dans les déchèteries en partenariat avec les collectivités locales.</p> <p>Les blocages pourraient être levés par des actions de communication.</p>
<p><b>RELAYER PAR DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION LOCALES LES CAMPAGNES DE PROMOTION DU REEMPLOI (GUIDES LOCAUX DU REEMPLOI)</b></p>		<p>Les actions de communication locales sont jugées très disparates et sans cohérence. Des outils tels que les guides des acteurs du réemploi/réutilisation existent mais aucune campagne de communication n'a été remontée au réseau par les membres.</p>	
<p><b>METTRE EN PLACE DES INDICATEURS DE SUIVI ET ASSURER UN SUIVI REGULIER DES ACTIVITES DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION (REPORTING ANNUEL CHIFFRE + ENTRETIENS QUALITATIFS TOUS LES DEUX ANS)</b></p>		<p>Aucun suivi sur la filière des vélos car non soumise à la REP.</p>	<p>La REP ne sera pas élargie et il faudra donc trouver des indicateurs de suivi sur les filières autres que celles soumises à la REP.</p>



<p><b>MENER DES PROJETS DE RECHERCHE          DEDIES A LA THEMATIQUE DU          REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION</b></p>		<p>L'Heureux Cyclage n'a pas identifié de projet marquant.</p>	<p>L'Heureux Cyclage déplore le manque de projets de recherche adaptés à leur secteur et le manque de retour des chercheurs lors de la publication de leurs études.</p> <p>L'ADEME pourrait ainsi lancer un appel à projet quant à la réalisation d'études adaptées au secteur de l'ESS. Des études du secteur de l'occasion pourraient être transposées. L'Heureux Cyclage insiste sur la nécessité de considérer les structures de moins de 10 salariés qui représentent un poids important. Un autre axe de recherche serait de s'intéresser aux aspects juridiques du secteur dans l'optique de lever certains freins.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Les freins à l'activité en 2014

### ▶ Frein lié aux formations

**Peu de formations permettent de répondre aux besoins spécifiques d'un atelier vélo.** Des compétences en pédagogie ou sur la manière d'accueillir du public manquent dans les formations classiques et les formations sont souvent orientées vers les produits neufs et non les produits anciens. C'est pour cette raison que L'Heureux Cyclage propose des formations spécifiques.

### ▶ Frein économique

**Le coût d'obtention d'un local** est un frein au développement des associations car elles ne disposent pas forcément de fonds en propre leur permettant d'accéder au marché locatif.

### ▶ Frein politique

L'Heureux Cyclage évoque **des difficultés à faire connaître les ateliers** même si les actions de communication et l'ancienneté de certains ateliers participent à la promotion de l'activité.

L'Heureux Cyclage ressent comme un frein la **nécessité d'expliquer aux collectivités locales la finalité du réseau et de les convaincre de son utilité.** Le développement des partenariats avec les déchèteries reste par exemple complexe.


### ▶ Frein lié à la qualité des vélos

De plus en plus de vélos peu chers se retrouvent sur le marché, leur **faible qualité** ne facilite pas leur réparation et leur réutilisation. Leur prix de vente attractif est un frein à la réparation et à l'achat d'occasion.

### ▶ Point de vigilance

Une vigilance doit être apportée sur la **forte progression des vélos à assistance électrique** qui peuvent modifier la structure du marché notamment en termes de prévention des déchets et de réparation puisque les compétences sont différentes.

## ANNEXE III.5 Tissons la solidarité

 Réseau <b>Tissons la solidarité</b> <small>Insertion par l'activité économique</small>	
<a href="http://tissonslasolidarite.org/">http://tissonslasolidarite.org/</a>	
<b>Définition</b>	Réseau de structures d'insertion visant la requalification professionnelle de personnes en difficultés sociales et professionnelles via le réemploi et la réutilisation du textile.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Requalifier professionnellement des personnes en difficultés</li> <li>➔ Permettre à des personnes défavorisées de s'équiper en textile à bas prix</li> <li>➔ Contribuer à la protection de l'environnement via la collecte et la valorisation du textile</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et la réutilisation (2013)</b>	75 Entreprises d'insertion dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- 55 ACI</li> <li>- 20 EI</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	1017 ETP pour Tissons la Solidarité, dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés en insertion : 769 ETP</li> <li>- Salariés permanents : 248 ETP</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réemployés en 2013 (t)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 14 200 tonnes collectées dont 1 400 réemployées et réutilisées (soit 10%)</li> <li>- Textile uniquement</li> </ul>
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2013 (€)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ~ 10 M€</li> </ul>
<b>Principales tendances sur le marché du réemploi et de la réutilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diminution des réticences vis-à-vis de l'achat d'occasion</li> <li>- Réseau en croissance</li> </ul>
<b>Principaux freins à l'activité de réemploi et de réutilisation identifiés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baisse de la qualité des dons</li> <li>- Peu de dons de vêtements de marque</li> </ul>

## 1. Sources

Entretien téléphonique le 19/06/14 avec Caroline portes, directrice du réseau Tissons la Solidarité.

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

### Modèle économique

#### *Finalité*

La finalité du réseau Tissons la Solidarité est d'utiliser le réemploi de produits textiles comme support d'insertion pour les personnes écartées de la vie active pour diverses raisons.

Pour cela, Tissons la solidarité mobilise l'ensemble des acteurs de l'économie classique, qu'il s'agisse d'entreprises liées au monde de la mode ou non, autour du retour à l'emploi pérenne des femmes. Grâce aux synergies entre ces acteurs, le réseau a mis en place un accompagnement de qualité et participe ainsi à la lutte contre la précarité des femmes.

#### *Historique*

Le réseau Tissons la Solidarité a été créé en 2004 par le Secours Catholique. Il s'agit d'une association visant à favoriser l'emploi, notamment celui des femmes. Par la suite l'association devient indépendante et laïque et depuis 2013, le réseau Tissons la Solidarité est un centre de formation.

#### *Fonctionnement du réseau et de ses structures*

##### ▶ Statut juridique et code d'activité

Le réseau Tissons La Solidarité est une association loi 1901. Les structures du réseau sont soit des chantiers d'insertion, soit des entreprises d'insertion. Les structures sont enregistrées sous l'un des trois codes NAF suivants :

- 9499Z Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire
- 8899B Action sociales sans hébergement
- 4779Z Commerce de détail de biens d'occasion en magasin

##### ▶ Mode de fonctionnement (réseau et branches)

Les membres de Tissons La Solidarité signent une charte du réseau. Celui-ci fédère ses adhérents par différents moyens :

- Professionnalisation et pérennisation économique des structures adhérentes
- Formation des membres : le réseau est agréé centre de formation
- Création d'actions innovantes en faveur de l'emploi : La Griffes Tissons la Solidarité
- Création de passerelles/partenariats entre les structures et les entreprises de l'économie classique et du luxe

##### ▶ Mode de financement

Selon le dispositif qui régit les Ateliers et Chantier d'insertion, les recettes tirées de la commercialisation des biens et services produits ne peuvent couvrir qu'une part inférieure à 30 % des charges liées à ces activités. Cette part peut être augmentée sur décision du représentant de l'État dans le département, sans pouvoir atteindre 50 % (après avis favorable du conseil départemental de l'insertion par l'activité économique, si les activités développées ne sont pas déjà assurées et satisfaites par les entreprises locales).

Les entreprises d'insertion sont, quant à elles, soumises au même type de contraintes, les recettes tirées de la commercialisation des biens et services produits doivent couvrir entre 80 et 90% des charges liées à ces activités.

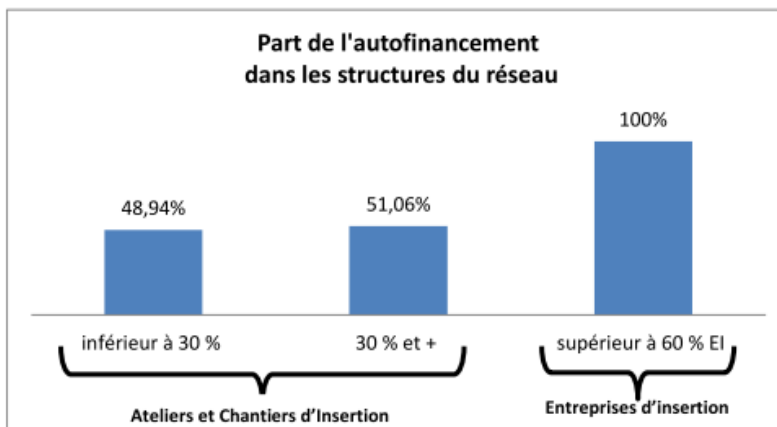


Figure 71 : Part de l'autofinancement dans les structures du réseau en 2012

21,28% des ACI ont un autofinancement inférieur à 20%. Majoritairement en zone rurale, ces structures connaissent une implantation géographique défavorable : peu de clientèle potentielle et un panier moyen faible. La moitié des structures concernées ont des ateliers de couture. C'est pourquoi le Réseau Tissons la solidarité a engagé de nombreuses démarches (Griffe Tissons la solidarité et sous-traitance avec le Luxe) pour renforcer financièrement ces ateliers et ainsi préserver ce savoir-faire « Made in France ».

## Analyse quantitative

### Chiffre d'affaires et résultats économiques

Le tableau ci-dessous présente le chiffre d'affaires du réseau Tissons la Solidarité. Celui-ci est en très légère augmentation entre 2012 et 2013 (soit 1% d'augmentation en valeur).

Tableau 43 - Evolution du chiffre d'affaires des membres du Réseau Tissons la Solidarité

Année	CA (au titre du réemploi et de la réutilisation)	Produits vendus
2012	9,8 M€	1 327 T
2013	9,9 M€	1 419 T

Les boutiques réalisent 85 % du chiffre d'affaires tandis que la revente de vêtements à des grossistes représente 15 % du chiffre d'affaires.

### Structure du réseau

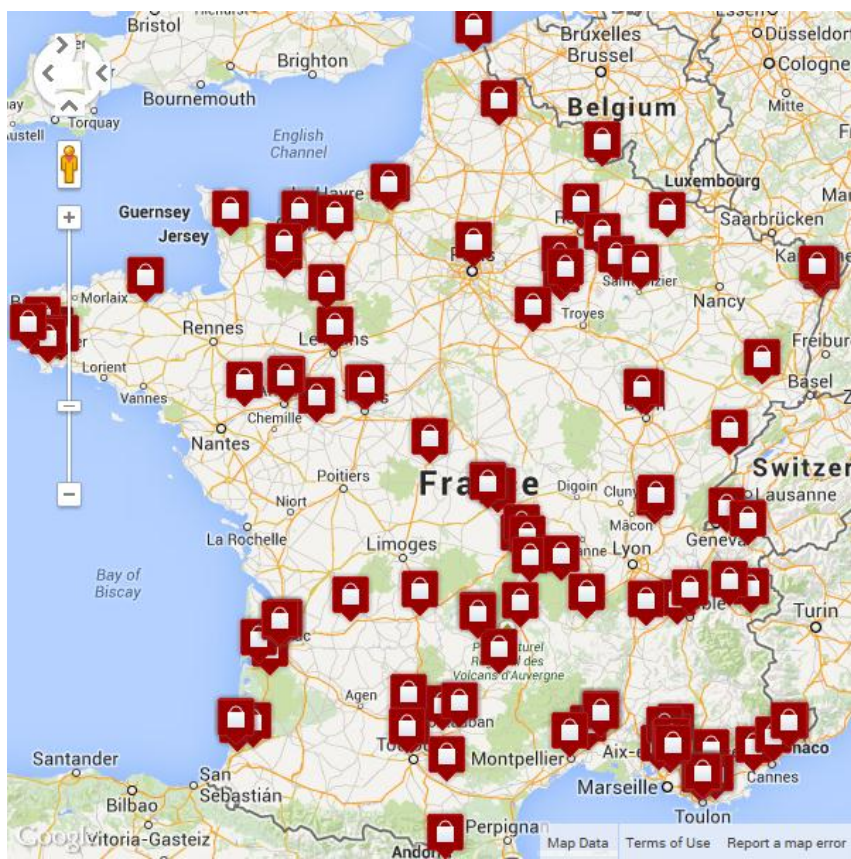
#### ► Nombre de structures et d'établissements

Le réseau Tissons la Solidarité compte 75 structures. Six nouveaux adhérents ont intégré le réseau en 2013 par rapport à 2012 :

- Lille sud insertion
- Chablais Inter Emploi
- Sols'tisse (Montluel)
- Initiative Eco (Guadeloupe Basse terre)
- Le Grenier (Le Havre)
- La Régie de territoire Cœur de Savoie (Saint Pierre d'Albigny)

#### ► Répartition géographique

La répartition des structures du réseau Tissons la solidarité est la suivante :



**Figure 72 - Répartition géographique des structures du réseau Tissons la Solidarité en 2013**

La répartition géographique des structures du réseau est influencée par le potentiel économique et social du territoire. Le potentiel économique est évalué en travaillant avec les analyses de l'INSEE. Des données telles que le salaire moyen et le taux de chômage sont analysées. Si les salaires sont bas et le taux de chômage fort la qualité des dons est souvent faible. Le potentiel social prend en compte le taux de chômage et une analyse de la population.

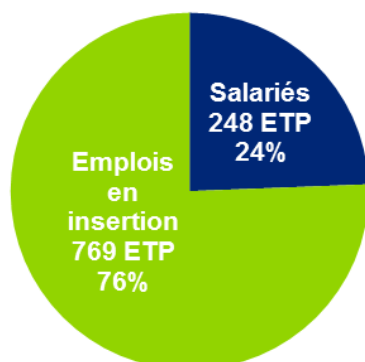
► **Territoire d'intervention**

Le territoire d'intervention est réduit parce que la source principale d'approvisionnement est l'apport volontaire.

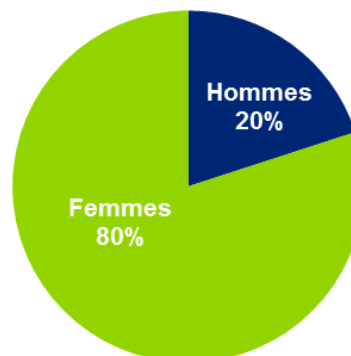
**Ressources Humaines**

► **Répartition des ressources humaines**

Le réseau Tissons la solidarité accueille 1764 personnes soit 1017 ETP en 2013 répartis de la manière suivante :



**Figure 73 - Répartition des ressources travaillant au sein du réseau Tissons la solidarité par type de poste en 2013**



**Figure 74 - Répartition des ressources travaillant au sein du réseau Tissons la solidarité par genre en 2013**

Le réseau permet à 31,2 % des personnes de retrouver un emploi après un passage au sein d'une des structures de Tissons la solidarité. Les salariés en insertion peuvent acquérir des compétences sur les métiers suivants lors de leur expérience au sein du réseau :

- Collecte : Chauffeur - livreur
- Tri : Marché du textile et de la mode
- Lavage, repassage, entretien : Aide à la personne
- Couture mécanique – Vendeuse retoucheuse
- Vente : Vendeuse et toutes les compétences transférables de l'accueil client

Le réseau propose différents types de formation, des formations en interne ainsi que des formations complémentaires. Ces dernières sont offertes en mécénat de compétences grâce à des partenariats avec des entreprises du textile et des maisons de luxe.

En dehors de l'apport évident pour la salariée en insertion, ces programmes permettent aussi une grande professionnalisation de la structure, avec notamment la formation des encadrantes.

Par ailleurs, au cours du parcours au sein de Tissons la solidarité, la salariée fait une immersion professionnelle en entreprise. Elle est ensuite évaluée à la fin de son immersion.

#### ► BESOINS EN PERSONNEL ET MANQUES DE QUALIFICATION

Les salariés arrivant dans les structures possèdent des compétences qui leur sont propres. Celles-ci vont être utilisées et mise en commun avec l'ensemble des employés.

Suite à une expérimentation avec Uniformation en 2013, le réseau a mis en place 4 formations auprès de différentes structures : ALPABI (La Roche-sur-Foron), AVI43 (Yssingeaux), PENELOPE (Montluçon), LA REMISE (Grenoble).

Reconnue centre de formation en 2013, le réseau Tissons la Solidarité travaille actuellement sur une formation "Employé commercial en magasin textile" qui a pour objectif d'être reconnue tant par les professionnels de la branche que par le Ministère du Travail.

Le ministère chargé de l'Emploi a pris la décision d'engager avec le réseau Tissons la Solidarité des travaux visant la création d'une certification professionnelle afin d'offrir un outil de qualification aux personnes que le réseau accueille.

Il s'agira de définir un titre professionnel, une certification professionnelle délivrée par le ministère de l'Emploi et enregistrée de droit au Répertoire national des certifications professionnelles. L'hypothèse

de construire des passerelles avec d'autres titres ou des certificats de qualification professionnelle interbranches sera également étudiée.

L'expérimentation sur 2014 permettra aux professionnels de la branche et à l'AFPA de venir sur site avec les formateurs du réseau Tissons afin de mener à bien ce travail.

### 3. Analyse de la chaîne de valeur

#### Les activités exercées

Les activités exercées sont les suivantes :



#### L'approvisionnement

##### *Spécificités de l'approvisionnement*

Aucun pré tri n'est effectué en amont : le taux de réemploi est donc assez faible (10 %) et une grande partie des vêtements sont valorisés par recyclage. Lors de leur arrivée, les produits sont triés selon trois catégories :

- haut de gamme ;
- moyen de gamme ;
- bas de gamme.

Au sein du réseau, la volonté de former les personnes en insertion à détecter ce qui est de qualité est forte.

##### *Types de biens*

L'ensemble des produits textiles sont récupérés lors de l'approvisionnement.

##### *Modes d'approvisionnement*

Plusieurs sources d'approvisionnement permettent de collecter les produits textiles :

- Conteneurs : 30% à 40%
- Dons directs en structure
- Déchèteries : en milieu rural il n'y a plus de tri car tout est de basse qualité
- Dons directs via les entreprises

L'objectif stratégique de l'approvisionnement est d'obtenir une collecte de qualité via les camions mais également de développer l'approvisionnement en dons directs via les entreprises.



## Flux d'approvisionnement

**Tableau 44 - Evolution de la répartition des tonnages collectés entre 2012 et 2013**

Unité	2012	2013
Tonnes	13 272	14 194

Les flux collectés ont augmenté de 7 % entre 2012 et 2013.

### **Les attentes et les spécificités des donateurs**

Les donateurs apportent leurs produits textiles dans le but de favoriser l'emploi. Le réemploi et le recyclage représente la seconde motivation des donateurs.

### **L'offre de vente**

#### **Spécificités de l'offre**

Les produits réemployés sont vendus aux particuliers tandis que les textiles seulement valorisables sont revendus à des recycleurs.

#### **Evolution de l'offre**

L'offre tend à évoluer vers des produits de marque car ceux-ci se vendent mieux.

### **Flux vendus**

Le tableau ci-dessous présente la répartition des flux vendus

**Tableau 45 : Répartition des flux collectés en 2012 et 2013**

Unité	Année 2012	Année 2013
Tonnes	1 327	1 419

Le taux de réemploi et de réutilisation est d'environ 10%.

On constate une légère baisse du taux de réemploi et de réutilisation en raison d'une baisse de la qualité des dons. Cette baisse n'est pas visible à partir des chiffres, l'échelle de temps d'un an étant trop réduite et la fiabilité du suivi trop faible.

### **Stratégie d'offre**

En plus de la vente de produits d'occasion, des services comme du repassage ou des retouches de vêtements sont proposés.

Lorsque les pièces sont de très bonne qualité, les produits sont vendus dans des boutiques de seconde main ou sur Le Bon Coin. La vente sur internet n'est pas rentable pour des pièces dont la valeur est faible.

Les prix de vente pratiqués varient en fonction de la catégorie dans laquelle le vêtement a été classé (bas, moyen, haut de gamme). Les prix varient également en fonction de la localisation de la boutique (rurale ou urbaine). Des promotions et d'autres actions marketing sont également mises en place.

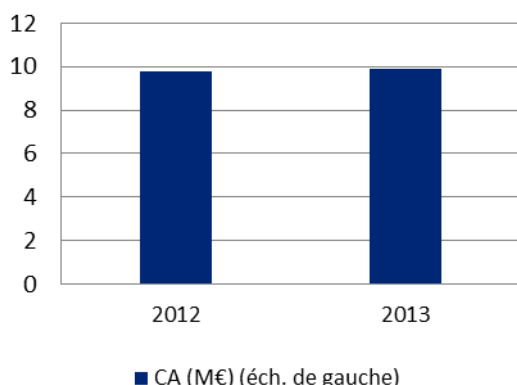
### **Les attentes et les spécificités des acheteurs**

Les clients sont majoritairement des femmes âgées de 26 ans et plus. Peu de jeunes fréquentent les boutiques. Les couleurs des vêtements suivent assez bien les tendances ce qui n'est pas le cas pour les formes des pièces. Ce décalage dans les tendances ne correspond pas aux jeunes.

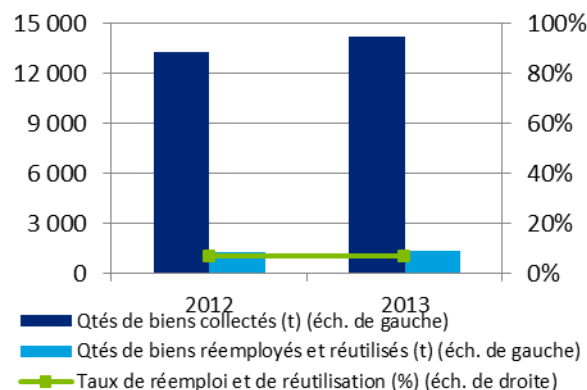
Peu de vêtements d'hommes sont vendus. Les hommes gardent leurs vêtements plus longtemps, il est donc plus difficile de collecter des vêtements de qualité.

## 4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2012

### Les tendances d'évolutions



**Figure 75 - Evolution du CA au sein de Tissons la solidarité entre 2012 et 2013**



**Figure 76 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein de Tissons la solidarité entre 2012 et 2013**

Le réseau s'agrandit progressivement, porté par la baisse du pouvoir d'achat **modifiant le comportement d'achat des consommateurs**, notamment celles de la classe moyenne, en les orientant vers les vêtements d'occasion. Cette baisse **encourage également le public à donner afin de soutenir l'emploi local**. Les **partenariats du réseau avec les marques de luxe** permettent eux aussi d'attirer des acheteurs et d'augmenter le retour à l'emploi.


Le chiffre d'affaires total des adhérents au réseau a légèrement augmenté de 1% entre 2012 et 2013 tandis que les quantités de biens réemployés et réutilisés ont augmenté de 7%.

On constate une légère baisse du taux de réemploi en raison de la concurrence des acteurs de l'occasion qui provoque une **baisse de la qualité des dons**. En effet, les particuliers souhaitant vendre leurs biens se tournent vers ces acteurs, leboncoin en tête. Cette baisse n'est pas visible sur le schéma, l'échelle de temps d'un an étant trop réduite et la fiabilité du suivi trop faible. Le réseau souhaite remédier à cette baisse par le développement de la collecte en entreprise.

**Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012**

**Tableau 46 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012**

RECOMMANDATIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES		LIMITES ET RECOMMANDATIONS
Garantir une répartition plus équilibrée des aides publiques (ajuster les aides au poste d'insertion, garantir une meilleure répartition des aides dans la durée, garantir un meilleur équilibre entre les régions)	✔	Les aides au poste d'insertion ont été rehaussées.	Les aides publiques doivent être équilibrées entre les régions. L'état de la région devrait être pris en compte, les zones rurales demandant à être particulièrement soutenues en raison de la difficulté pour la population de s'insérer professionnellement.
Encourager les partenariats entre collectivités locales, les structures de réemploi de l'ESS et les entreprises locales actives sur le secteur	✔	Tissons la Solidarité considère comme crucial l'établissement de partenariats avec des entreprises privées et a ainsi vu son taux de retour à l'emploi augmenter.	Les partenariats doivent être structurés autour de l'emploi et s'adapter aux besoins des entreprises dans l'optique d'augmenter le taux de retour à l'emploi.
Relayer par des campagnes de communication locales les campagnes de promotion du réemploi (guides locaux du réemploi)	✘	Aucune campagne de communication n'a été identifiée et remontée par structures.	<p>Les guides locaux du réemploi ne suffisent pas car ce sont avant tout des outils. Il est donc nécessaire de mettre en place des campagnes de communication locales.</p> <p>Selon Tissons la solidarité, celles-ci auront un impact fort si elles respectent les deux points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• message : simple et axé en premier sur l'emploi local généré par les activités de réemploi et de réutilisation, puis sur la réduction des déchets</li> <li>• support : brochure recto-verso</li> </ul>
Mettre en place des indicateurs de suivi et assurer un suivi régulier des activités de réemploi et de réutilisation (reporting annuel chiffré + entretiens qualitatifs tous les deux ans)	!	Selon Tissons la Solidarité, EcoTLC met en place des indicateurs de suivi au niveau des plateformes de tri de textiles.	La mise en place d'indicateurs de suivi doit être favorisée car elle permet aux entreprises de piloter leurs activités. Tissons la Solidarité a ainsi détecté une baisse de la qualité des approvisionnements et décidé l'augmentation de l'approvisionnement en entreprise dont la qualité est supérieur.

Mener des projets de recherche dédiés à la thématique du réemploi et de la réutilisation		Le Relais a développé Métisse, une gamme d'isolation thermique et acoustique pour le bâtiment conçue à partir de textiles non réemployables.	RAS
------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

## Les freins à l'activité en 2014

Le développement du réseau est principalement freiné par le manque de qualité des dons :

- ▶ Certains dons sont dans un tel état qu'ils sont directement revendus à des grossistes sans aucun tri, notamment dans les containers situés dans les zones rurales
- ▶ Les approvisionnements manquent de vêtements de marque alors que les acheteurs en sont friands.

## ANNEXE III.6 Les Œuvres Caritatives

<b>Principaux acteurs</b>	
<b>Définition</b>	Acteurs dont les activités ne se limitent pas au réemploi mais proposant des biens issus de dons à des personnes en situation précaire
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Fournir des biens à moindre coût ou gratuitement aux personnes dans le besoin</li> <li>➔ Requalifier professionnellement des personnes en difficulté</li> <li>➔ Finalité secondaire : favoriser la réutilisation des biens pour réduire l'impact environnemental des produits</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures en activité dans le réemploi et la réutilisation (2014)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Six associations principales : la Croix-Rouge française, les Restaurants du Cœur, le Secours Populaire, le Secours Catholique, l'Armée du Salut, Oxfam France</li> <li>- &gt; 1 000 structures environ en 2014.</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cette information n'est pas suivie au sein des structures.</li> <li>- Les équipes sont majoritairement composées de bénévoles et de salariés en insertion.</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés(t)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ces informations ne sont pas suivies au sein des structures.</li> <li>- Produits concernés (toutes structures confondues) : Textiles, Livres, Biens culturels</li> </ul>
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi (€)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cette information n'est pas suivie au sein des structures.</li> </ul>
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi et de la réutilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une professionnalisation croissante au sein des principales œuvres caritatives</li> <li>- Des réflexions engagées sur la part du réemploi et de la réutilisation par rapport aux activités principales</li> <li>- Une plus grande volonté de communication</li> </ul>
<b>Principaux freins à l'activité de réemploi et de réutilisation identifiés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une concurrence grandissant avec les braderies, les acteurs de l'ESS et les acteurs privés</li> <li>- Une demande grandissante mais des aides publiques limitées</li> </ul>

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

- Etudes portant sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et 2012 ;
- Entretien téléphonique du 28/05/2014 avec Leslie Samot, chargée de mission textile à la Direction de l'Action Sociale de la Croix-Rouge française ;
- Entretien téléphonique du 03/07/2014 avec une bénévole d'Oxfam France.

Les données reprises dans cette fiche sont systématiquement les données les plus récentes disponibles.

### Guide de lecture

Les œuvres caritatives ont principalement recours à des bénévoles et ont donc peu de ressources humaines et financières pour suivre avec précision les informations quantitatives liés à leurs activités. Les efforts se consacrent essentiellement sur la finalité, ce qui explique également pourquoi peu d'entre elles ont pu être interrogées.

Cette fiche n'a donc pas pour objet de donner des informations quantitatives mais plutôt de comprendre les modes de fonctionnement des œuvres caritatives, et d'identifier les caractéristiques de leur activité de réemploi/réutilisation et les opportunités et freins qu'elles rencontrent.

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

Les associations caritatives utilisent le réemploi et la réutilisation des biens comme moyen d'aider les plus démunis à accéder aux biens de consommation et de lutter contre la pauvreté.

Pour rendre compte de la diversité de ces acteurs, les actions de réemploi/réutilisation étudiées sont celles de six grandes associations identifiées comme actives sur le domaine du réemploi : la Croix-Rouge française, l'Armée du Salut, le Secours Catholique, le Secours Populaire, les Restaurants du Cœur et Oxfam France. Bien que non exhaustive, cette liste d'acteurs permet de couvrir les principaux aspects de ce secteur. Les autres organismes caritatifs actifs dans le domaine du réemploi/réutilisation, tels que les associations indépendantes ont une activité localisée.

### Modèle économique

#### *Historique et finalités*

- **La Croix-Rouge française**

La Croix-Rouge française appartient au Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, né au 19<sup>ème</sup> siècle pour offrir en temps de guerre, des secours neutres permanents aux soldats blessés. L'organisation humanitaire s'est ensuite développée internationalement.

En France, la Croix-Rouge française a développé des activités variées vers les secteurs de l'urgence et du secourisme, de l'action sociale, de la santé et de l'humanitaire à l'international.

La Croix-Rouge française est à la fois une association regroupant des bénévoles engagés dans la lutte contre les précarités et une entreprise à but non lucratif de services dans les champs sanitaire, social, médico-social et de la formation avec des salariés.

Les activités de réemploi sont réalisées au sein des unités locales afin de répondre à un besoin essentiel : se vêtir (collecte et don/vente de textile). Les recettes servent à financer d'autres actions sociales de l'association et notamment l'aide alimentaire.

- **L'Armée du Salut**

L'Armée du Salut est une association humanitaire de lutte contre l'exclusion fondée en 1878. Elle a développé ses actions sur l'accueil d'urgence, la réinsertion, l'enfance et adolescence, les personnes handicapées.

L'Armée du Salut est composée de deux entités :

- La Congrégation Armée du Salut (transmission des valeurs chrétiennes et action sociale) ;
- Et la Fondation qui réalise des actions caritatives très variées (notamment prévention de la pauvreté, aide à la réinsertion et secours d'urgence).

Deux types d'activités de réemploi existent.

- Dans le cadre d'actions de réinsertion, le réemploi est développé par cinq structures sur le territoire national. Leur finalité est de réinsérer des personnes en marge de la vie active et de fournir des biens de la vie courante à moindre coût. Ces activités se réalisent au sein de la Fondation.
- Des vestiaires et autres structures collectent des biens dans le but de les redistribuer ou revendre aux personnes démunies, notamment dans le cadre des Centres d'Hébergement et de Réinsertion Sociale de la Fondation. L'activité de ces différentes structures est très peu centralisée et n'a pas pu faire l'objet d'une étude approfondie.

#### • **Le Secours Catholique**

Le Secours Catholique est un service de l'Eglise Catholique qui a été fondé en 1946 pour « apporter, partout où le besoin s'en fera sentir, à l'exclusion de tout particularisme national ou confessionnel, tout secours et toute aide directe ou indirecte, morale ou matérielle, quelles que soient les options philosophiques ou religieuses des bénéficiaires »(extrait des statuts, art. 1).

Les actions du Secours Catholique vont de l'aide à l'obtention de microcrédit et autres services bancaires, à l'aide au logement, en passant par l'accompagnement au retour à l'emploi.

Les actions réalisées dans le domaine du réemploi sont prioritairement à caractère social et non environnemental. Le but est d'aider des personnes en difficulté et de les accompagner en vue d'un retour sur le marché du travail. Il s'agit d'ateliers locaux créés par les délégations locales et réemployant divers types de biens.

Le Secours Catholique a fondé en 2004 le réseau Tissons la solidarité spécialisé dans la seconde vie des produits textiles. Ce réseau, constitué de structures d'insertion signataires de la charte « Tissons la solidarité », est membre de l'Association de l'Inter Réseau de la Fibre Solidaire, créé par Tissons la Solidarité, Emmaüs France et Le Relais France.

Au travers de l'Inter Réseau de la Fibre Solidaire, le réseau Tissons la Solidarité a contribué à la mise en place d'une Contribution Textile Environnementale (principe pollueur-payeur).

#### • **Le Secours Populaire**

Né en 1945, le Secours Populaire s'est donné pour mission « d'agir contre la pauvreté et l'exclusion en France et dans le monde ».

En France, le Secours Populaire Français s'attache aux problèmes d'exclusion :

- sur le court terme, par une « solidarité d'urgence » (aides alimentaire et vestimentaire) ;
- dans la durée, il vient en aide aux personnes et familles dans leurs démarches et leurs droits (accès au logement, à la santé, aux vacances, à la culture et aux loisirs, au sport, à l'insertion professionnelle).

L'association est constituée de fédérations toutes indépendantes dans le choix des actions qu'elles mettent en œuvre pour poursuivre les objectifs énoncés ci-dessus.

L'aide vestimentaire fonctionne au niveau des permanences d'accueil sous la forme de "boutiques". On y trouve des vêtements, des jouets, de la vaisselle, des couvertures, des draps, et du petit mobilier.



Il existe aussi des braderies de vêtements qui se développent dans tous les quartiers. Des vêtements neufs ou en bon état, sont proposés au public en général contre une faible participation.

- **Les Restaurants du Cœur**

Fondés par Coluche en 1985, les « Restaurants du Cœur » sous le nom officiel de « les Restaurants du Cœur - les Relais du Cœur » ont pour but « d'aider et d'apporter une assistance bénévole aux personnes démunies, notamment dans le domaine alimentaire par l'accès à des repas gratuits, et par la participation à leur insertion sociale et économique, ainsi qu'à toute l'action contre la pauvreté sous toutes ses formes ».

Au-delà de l'aide alimentaire, les Restaurants du Cœur ont étendu leurs actions à l'aide à la personne et à l'insertion. Dans ce cadre, des biens issus du réemploi sont redistribués aux associations et aux personnes suivies par les services sociaux.

- **Oxfam France**

En 1995, des associations s'unissent pour accroître leur impact en créant une confédération. La première organisation Oxfam, contraction de « Oxford » et « famine », est née en 1942 à Oxford en Angleterre pour répondre aux besoins de la population grecque pendant le blocus des alliés lors de la Seconde Guerre Mondiale.

Les 17 organisations non gouvernementales du réseau Oxfam sont actives dans plus de 90 pays. Elles luttent contre la pauvreté, pour le respect des Droits de l'Homme et le contrôle de chacun sur sa vie. Elles soutiennent les organisations locales et les projets de développement, répondent aux urgences humanitaires et réalisent des campagnes pour mobiliser les citoyens et faire pression sur les décideurs.

Depuis 1988, Oxfam France tend à agir sur les causes structurelles de la pauvreté par les modes d'action suivants : la mobilisation citoyenne, le plaidoyer, la recherche et les études, les alliances et les partenariats.

En matière de réemploi et de réutilisation, Oxfam France, sur le modèle d'autres Oxfam à l'étranger, développe des bouquineries et une friperie pour mettre à la portée de chacun la culture par des biens de seconde main : livres, CD, DVD, vêtements et accessoires de mode.

### ***Statut juridique et code d'activité : une homogénéité partielle***

- **La Croix-Rouge française, l'Armée du Salut, le Secours Catholique, le Secours Populaire et les Restaurants du Cœur :**

Ces cinq associations actives dans le réemploi ont toutes le statut d'associations à but non lucratif. Leur code NAF est le 8899B « action sociale sans hébergement ».

- **Oxfam France**

L'organisation et les magasins ont des codes distincts :

- 9499Z « autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire » pour Oxfam France ;
- 4779Z « commerce de détail de biens d'occasion en magasin » pour les trois bouquineries ;
- et 4771Z « commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé » pour la friperie.

- **L'Armée du Salut**

La Fondation de l'Armée du Salut possède le code NAF 8790B « hébergement social pour adultes et familles en difficulté et autre hébergement social ».

### ***Mode de financement : des modalités de gestion différentes***

Les modes de financement des activités de réemploi de ces six principaux acteurs identifiés sont très différents (cf. ; Figure 1 ci-après).

L'activité de réemploi et réutilisation textile de la Croix-Rouge française s'autofinance, le réseau étant constitué principalement de bénévoles et les surplus textiles issus de la collecte et des activités en vestiaires/vestiboutiques étant vendus à des entreprises de recyclage. Cela permet de financer

d'autres actions des unités locales comme les aides financières aux personnes en difficulté (notamment sur l'énergie), l'aide alimentaire, l'organisation d'activités sociales connexes (organisation de vacances pour les enfants, etc.).

Les chantiers d'insertion de l'Armée du Salut sont financés par les aides publiques à hauteur de 70 % à 80%. C'est la structure du groupe des « Œuvres caritatives » qui en est le plus dépendante.

Pour le Secours Catholique, les Restaurants du Cœur et Oxfam France, l'essentiel du financement s'appuie sur les dons des particuliers et en second lieu sur les subventions publiques et leurs produits.

## Analyse quantitative

### Chiffre d'affaires et résultats économiques

Comme expliqué dans le chapitre Sources et guide de lecture de la fiche, les chiffres d'affaires des différents structures associés à leurs activités de réemploi/réutilisation n'ont pu être évalués à date.

### Structure du marché

► Nombre, type de structures et zone de chalandise associée

- **La Croix-Rouge française**

**Tableau 47 : L'évolution des structures de réemploi et de réutilisation de la Croix-Rouge française entre 2010 et 2013**

Structures	2010	2011	2013
Unités ayant une activité de réemploi et de réutilisation	756	790	875

La Croix-Rouge française est composée de 875 unités locales en France dont une majorité fonctionne avec un vestiaire ou une vestiboutique, quelques chantiers d'insertion existent également. Par ailleurs, en 2010, sont apparus les Baby boutiques qui sont spécialisées dans le textile pour bébés et enfants et les articles de puériculture.

L'activité de réemploi/réutilisation est réalisée par les unités locales et couvre leur territoire propre, à savoir en moyenne un canton, mais peut aller au-delà (deux cantons par exemple). En ville, cela peut correspondre à une ville ou à un arrondissement pour les villes importantes.

Les activités de réemploi sont très variées en fonction des unités locales, mais un cadrage de l'activité est actuellement en définition au niveau national. Certaines vestiboutiques proposent des accueils/écoute avec café permettant de recevoir les personnes dans la convivialité et de les écouter. Ainsi, certaines vestiboutiques sont très grandes en termes de taille et offrent d'autres services (accueil/écoute, zone enfants, livres, réemploi de mobilier, etc.). A l'inverse, certains vestiaires sont très petits et répondent principalement à un besoin d'urgence envers les plus démunis.

L'activité textile regroupait environ 90 000 m<sup>2</sup> de locaux en 2011 (chiffres extrapolés à partir de 53% de réponses à une étude interne réalisée en 2011), avec des unités (à la fois boutiques mais aussi zones de tri, de stockage etc.) de tailles très variées allant de 10 m<sup>2</sup> à 1 400 m<sup>2</sup>.

De même, les structures n'ont pas les mêmes amplitudes d'ouverture en fonction des unités. Ainsi, les horaires peuvent varier de quelques heures à cinq jours par semaine. Un effort a été apporté ces dernières années pour adapter et élargir au maximum les horaires et dates d'ouvertures afin de toucher une plus large partie de la population en situation de précarité ; et plus particulièrement en ouvrant les mercredis et samedis.

- **L'Armée du Salut**

En 2010, on comptait cinq ateliers d'insertion exerçant des activités de réemploi/réutilisation qui se répartissent comme suit : Rouen, Mulhouse, Lille, le Chambon-sur-Lignon et Lyon.

Lors du recensement à l'occasion de la mise à jour de l'annuaire, 33 structures de réemploi/réutilisation ont été identifiées pour l'Armée du Salut, soit des postes (paroisses) de la Congrégation de l'Armée du Salut soit des établissements de la Fondation de l'Armée du Salut.

La zone de chalandise des ateliers est variable en fonction de leur localisation. Ainsi, le centre de Rouen couvre l'ensemble de l'agglomération. Celui de Lyon se situe à Villeurbanne et couvre l'ensemble du Grand Lyon. A l'inverse, celui de Lille se trouve en banlieue de Lille ce qui rend difficile l'analyse et celui du Chambon-sur-Lignon semble couvrir le village et les alentours immédiats.

- **Le Secours Catholique**

Lors du recensement à l'occasion de la mise à jour de l'annuaire, 53 structures de réemploi/réutilisation ont été identifiées pour le Secours Catholique. Les activités des ateliers locaux de réemploi ne sont pas centralisées et dépendent des délégations départementales. Certaines décident de fonder des ateliers d'insertion basés sur la seconde vie des produits, mais cela n'est pas généralisé ni organisé au niveau national. La délégation de Paris possédait par exemple en 2010 un atelier de réparation et de revente de vélos issus de la fourrière, tenu par une dizaine de personnes. La délégation de Caen a, quant à elle, monté un atelier de collecte, de réparation et de revente de jouets.

- **Le Secours Populaire**

Une grande majorité de lieux d'accueil du Secours Populaire disposent de vestiaires. Lors du recensement à l'occasion de la mise à jour de l'annuaire, 67 structures de réemploi/réutilisation ont été identifiées pour le Secours Populaire.

Les Restaurants du Cœur

D'après le recensement réalisé dans le cadre de l'actualisation de l'annuaire des structures de réemploi et réutilisation, 25 structures pratiquent des activités de réemploi et la réutilisation.

- **Oxfam France**

Il y a en France 5 structures de réemploi et de réutilisation de biens au sein de l'œuvre caritative : trois bouquineries, une friperie en France et une boutique proposant livres, CD, DVD, vêtements, accessoires et objets de déco.

- **Résumé**

**Tableau 48 : Estimation du nombre de structures pratiquant du réemploi en 2014 dans les œuvres caritatives**

Œuvre caritative	Nombre de structures
Croix-Rouge française	875
Armée du Salut	33*
Secours Catholique	53*
Secours Populaire	67*
Les Restaurants du Cœur	25*
Oxfam France	5
<b>TOTAL</b>	<b>1 013</b>

\*Ces chiffres sont issus du recensement réalisé dans le cadre de l'actualisation de l'annuaire des structures de réemploi et réutilisation. Celui-ci n'est pas exhaustif.

### **Ressources humaines**

Comme expliqué dans le chapitre Sources et guide de lecture de la fiche, les effectifs des structures n'ont pu être évalués à date. Ceux-ci sont principalement constitués de bénévoles et de salariés en insertion.

## **3. Analyse de la chaîne de valeur**

### **Les activités exercées**

- **La Croix-Rouge française**

Les activités liées à l'activité textile de la Croix-Rouge française relèvent de la collecte des textiles, de leur tri (par les bénévoles) et, en fonction des besoins et des moyens sur le site, du repassage et du reprisage puis de leur vente ou don en vestiboutiques ou vestiaires. Les différences de traitement s'expliquent par la qualité des textiles reçus, le besoin des « personnes accueillies » et les compétences présentes au sein de chaque unité.

Les unités locales ont également un rôle d'accompagnement des personnes démunies accueillies en vestiaires/vestiboutiques. Leurs activités incluent donc des actions sociales de toutes sortes, complétant l'activité de réemploi et de réutilisation de textiles.

- **L'Armée du Salut**

Les activités sont réparties entre les ateliers d'insertion qui réalisent du réemploi à titre professionnel et les Centres d'Hébergement et de Réinsertion Sociale, qui eux utilisent le réemploi pour fournir des biens à leurs résidents et les vendre ponctuellement. Ainsi, les ateliers d'insertion exercent leurs activités toute l'année alors que certaines structures réclament des vêtements ponctuellement pour leurs résidents ; d'autres semblent réaliser des ventes régulièrement sans toutefois avoir une activité très dense (une à deux ventes par mois).

Les activités des ateliers d'insertion et des structures sont la collecte, la réparation (pratiquée surtout dans les ateliers) et le don ou la vente de biens en bon état. Les ateliers d'insertion sont ainsi organisés en plusieurs pôles d'activités : électroménagers/électrique (dans tous les ateliers à l'exception de Lyon), menuiserie et tri de vêtement.

Octobre 2014

Les ateliers d'insertion exercent parfois d'autres activités, par exemple des services aux Mairies (entretien d'espaces verts etc.). De même, certaines structures comme le centre Résidence du Vieux Marché de Rouen exerce aussi le ramassage et recyclage de cartons, papiers, polystyrène et autres par l'intermédiaire d'un réseau d'entreprises partenaires.

Les Centres d'Hébergement et de Réinsertion Sociale ont de leur côté un rôle d'accueil des personnes démunies. Ainsi, le réemploi n'est pas leur activité principale et celui-ci est utilisé plutôt comme un moyen de récupérer des biens ou des fonds.

- **Le Secours Catholique**

L'activité dépend des délégations régionales, et consiste généralement en la collecte et la revente de biens (avec éventuellement une réparation) de type meubles, jouets, vélos, textiles.

- **Le Secours Populaire**

Les produits collectés font l'objet d'un tri sélectif et d'un nettoyage avant d'être classés puis proposés dans ces lieux de redistribution. Ceux qui sont en mauvais état sont orientés vers des entreprises de recyclage. Les boutiques sont tenues par des bénévoles qui remettent en état les vêtements. En outre, des personnes en insertion sont formées aux différentes tâches, de la transformation à la remise en état de vêtements. Certaines boutiques ne peuvent se le permettre par manque de temps et de place. C'est le cas de la Fédération de Paris qui ne récupère que les vêtements propres et bon état.

Toute personne venant prendre des affaires au vestiaire du Secours Populaire doit verser une contrepartie allant de quelques centimes à 1€. L'argent récolté sert à financer d'autres projets de la fédération.

- **Les Restaurants du Cœur**

Les types de biens majoritairement réhabilités au sein des ateliers sont : des ordinateurs, de l'électroménager et des meubles.

L'objectif n'est pas de produire mais de réinsérer socio professionnellement les personnes n'ayant pas eu de travail depuis longtemps. Par exemple, une aide à la recherche d'emploi, des initiations à l'informatique et l'accès à internet sont proposés.

- **Oxfam France**

Les missions de l'association se déclinent en programmes : le financement du développement, la santé et l'éducation, l'agriculture paysanne et le changement climatique, et la protection des populations en zone de conflit.

En termes de réemploi et de réutilisation, les Magasins d'Oxfam France vendent : des livres, des CD, des DVD, des vêtements et des accessoires.

Une fois triés, répertoriés, étiquetés, ils sont mis en rayon par les bénévoles, aux côtés de produits issus du commerce équitable d'Oxfam France afin de mettre la culture et la mode à la portée de tous.

La Friperie ouverte fin 2011 à Lille ne propose que du textile et des accessoires en rapport avec l'habillement.

## **Spécificités de l'approvisionnement et flux entrants : entre apport volontaire et partenariat.**

- **La Croix-Rouge française**

La Croix-Rouge française collecte des produits textiles, des produits d'hygiène, des produits alimentaires, etc. Toutefois l'activité présentée ici ne relève que de la collecte des textiles, linges de maison et chaussures qui font partie du champ de l'étude. La collecte est organisée au niveau local et non nationalement. La collecte des produits textiles se fait auprès des particuliers mais aussi auprès d'entreprises ou magasins fournissant des produits neufs invendus notamment.

Octobre 2014

La collecte auprès des particuliers est réalisée par apport volontaire dans les vestiboutiques/vestiaires et/ou dans les locaux des unités locales et de façon moindre par le biais de conteneurs en libre-service localisés.

Pour la collecte venant de professionnels, les grandes chaînes de distribution ou les entreprises contactent la Croix-Rouge française pour réaliser des dons. Les quantités sont moins élevées et il s'agit majoritairement de produits invendus neufs ou de produits neufs déclassés.

Lorsque les structures ont un besoin précis, elles ont recours à l'achat en supermarché et/ou au partenariat avec des enseignes locales, en particulier lorsqu'il s'agit de sous-vêtements puisqu'ils ne sont généralement pas réemployés en boutiques pour des questions d'hygiène.

- **L'Armée du Salut**

Les différentes structures de l'Armée du Salut collectent : vêtements, meubles, équipements électroménagers, bibelots, objets culturels, jouets, vaisselle, draps, couvertures propres, livres, etc. Toutefois, la plupart des structures ne collectent que des vêtements.

La collecte se réalise individuellement au niveau de chaque structure et est ponctuelle dans certaines d'entre elles (par exemple des vêtements pour l'hiver). Elle est principalement réalisée sur site par apport volontaire de la part des particuliers.

Plus ponctuellement, les ateliers d'insertion réalisent aussi :

- des déménagements solidaires où ils viennent récupérer les biens au domicile des particuliers ;
- des collectes de dons de produits neufs auprès des entreprises ; des partenariats locaux existent avec certaines entreprises.

- **Le Secours Catholique**

Les biens collectés par les structures du Secours Catholique et leurs modes d'approvisionnement dépendent des délégations régionales et des campagnes de dons en cours<sup>53</sup>. Par exemple, l'atelier Vélo de la délégation de Paris s'approvisionne en matière première directement à la fourrière de la ville. L'approvisionnement est ainsi garanti et gratuit. La grande majorité des biens proviennent des dons des particuliers dans les autres cas.

- **Le Secours Populaire**

Les bénévoles collectent des vêtements auprès des particuliers ou des entreprises en veillant à ce qu'ils soient neufs ou en excellent état.

- **Les Restaurants du Cœur**

Les ordinateurs proviennent de dons de parcs informatiques lors de leur renouvellement par les entreprises avec lesquelles des conventions ont été signées.

L'électroménager est récupéré par les dons d'enseignes (Darty, Conforama, etc.). Les modes de collectes varient selon les enseignes. Par ailleurs, une partie des flux sont dues à des conventions avec des éco-organismes comme Eco-Systèmes.

Quant au mobilier, il provient uniquement de dons de particuliers.

---

<sup>53</sup> La Manche Libre, *Le Secours catholique appelle au don de mobilier*, <http://www.lamanchelelibre.fr/Le-Secours-catholique-appelle-au-don-de-mobilier,1.media?a=5580>

L'approvisionnement varie localement selon les entreprises présentes sur le secteur.

- **Oxfam France**

Les dons ne proviennent que de particuliers qui apportent eux-mêmes en magasin les objets pour leur offrir une seconde vie, ou bien les donnent à l'occasion de collectes.

## **Spécificité de l'offre de vente et flux vendus**

- **La Croix-Rouge Française**

Les services proposés varient en fonction du type de structures. Ainsi, l'offre diffère en fonction du type de boutiques : vestiaires ou vestiboutiques, ou bien encore Baby boutiques (spécialisées dans la puériculture).

Les vestiaires offrent la possibilité aux personnes les plus démunies de se vêtir. Ils sont ouverts aux personnes en difficulté après un entretien sur leur situation avec un travailleur social ou un bénévole de l'association. Les vêtements sont en grande majorité donnés mais des contributions financières sont acceptées.

Au sein des vestiboutiques, les personnes peuvent acheter les vêtements à un tarif forfaitaire et symbolique. Elles sont ouvertes à tous et offrent d'autres services notamment d'accueil et d'accompagnement social. Elles ont des rayons organisés, des vitrines, des cabines d'essayage, etc. Les activités annexes peuvent être très variées (atelier couture, esthétique, coiffure, etc.) ayant pour but d'inciter les gens en difficulté à échanger et à se rencontrer dans un lieu de vie agréable. L'association souhaite ainsi créer ou développer du lien social.

Le textile dont l'état ne permet pas sa vente en vestiaire ou vestiboutique ou celui qui ne trouvent pas repreneur, est soit vendu à des entreprises pour partir au recyclage, soit donnés gracieusement à d'autres associations locales ou à l'entreprise d'insertion Le Relais.

La Croix-Rouge est dans une dynamique de professionnalisation avec la volonté de cadrer les partenariats avec les structures citées avant, mais aussi avec EcoTLC afin d'améliorer le suivi des activités.

En vestiboutique, les prix sont très modiques allant de quelques dizaines de centimes à environ dix euros pour une pièce. Quelques structures font des prix supérieurs quand il s'agit de pièces de très bonne qualité mais les prix restent en règle générale particulièrement bas. Les prix des surplus textiles vendus à des entreprises varient fortement et sont soumis à l'évolution du marché de cette matière première.

- **L'Armée du Salut**

L'Armée du Salut ne vend pas tous les biens collectés. En effet, plusieurs structures collectent des vêtements, vaisselle, électroménager, draps et couvertures propres uniquement destinés aux résidents.

Les cinq ateliers d'insertion précédemment cités ont une activité de réemploi régulière, toutefois les quantités vendues ne sont pas disponibles.

Les prix au sein des ateliers d'insertion sont très faibles. A titre d'exemple, un vêtement coûte environ 50 centimes. Ils sont fixés par les personnels encadrants ou au sein de réunions avec les salariés en insertion et ne font pas l'objet d'une grille précise mais dépendent de la qualité des biens.

- **Le Secours Catholique**

Les biens vendus au travers des ateliers locaux semblent variés (vélos, jouets) mais ceci n'a pu être confirmé.

- **Le Secours Populaire**

L'aide vestimentaire est gratuite ou coûte la somme de 1€ due pour l'entrée dans le vestiaire. En complément, dans certaines permanences d'accueil, le Secours Populaire propose des journées «coiffure» animées par des coiffeurs bénévoles et des séances d'esthétique ou de soins corporels grâce à des partenariats avec des lycées professionnels.

En 2010, plus de 500 000 personnes ont pu renouveler leur garde-robe dans les vestiaires du Secours populaire.

- **Les Restaurants du Cœur**

Le stockage, l'atelier et l'espace de présentation sont toujours réunis au sein d'un même lieu.

Il y a un service après-vente et une permanence téléphonique pour les ordinateurs. Il n'y a rien pour les autres produits.

- **Oxfam France**

Tous les biens sont vendus à « prix d'occasion ».

## Promotion et actions marketing mises en place

Les structures à but non lucratif étant soumises à la règle des « 4 P », elles ne peuvent pas faire de publicité grand public. Cependant, elles utilisent d'autres moyens de communication pour faire connaître leur activité, notamment :

- La Croix-Rouge française utilise des moyens tels que des affichettes dans les lieux où peuvent passer des personnes en difficulté (centres sociaux, etc.) et rend compte de ses activités dans les journaux locaux. Dans le réemploi du textile, la Croix-Rouge française souhaite contribuer à faire passer le message de EcoTLC: « nous prenons tous les textiles » afin d'améliorer et faire grossir les flux d'approvisionnement.
- Les Restaurants du Cœur ne font pas de publicité ou d'actions marketing pour leur activité de réemploi pour respecter la règle des 4P.
- Oxfam France met en place différents événements comme par exemple le concours d'écriture de Nouvelles lancé en 2010 (avec à gagner des bons d'achat valables dans les bouquineries Oxfam France ainsi qu'un produit du commerce équitable).

## Acheteurs : spécificités et attentes

- **La Croix-Rouge française**

L'association a comptabilisé 1,3 millions de bénéficiaires de ses activités de réemploi et réutilisation de textile en 2011. Il s'agit des personnes ayant acheté ou bénéficié gracieusement d'un produit ; les personnes ayant réalisé plusieurs achats dans l'année sont donc comptabilisées pour chaque achat et les personnes ayant acheté pour plusieurs personnes ne sont comptabilisées qu'une fois. Ce chiffre sous-estime donc probablement le nombre réel de bénéficiaires de l'activité.

Il arrive régulièrement que des donateurs soient également des acheteurs. Les profils des acheteurs varient selon le type de structure :

- Vestiaires :
  - Attentes : se vêtir tout simplement
  - En situation de précarité : populations à la rue, migrantes ou orientées par les travailleurs sociaux
- Vestiboutiques : (ouvertes à tous)
  - Attentes diverses : chinage, faire des économies en se vêtant avec qualité
  - Habités qui aiment à venir régulièrement dans les structures pour échanger, parler, rencontrer etc.

L'objectif de la Croix-Rouge est de connaître la proportion de personnes précaires, dont l'aide est sa finalité première.

- **Le Secours Populaire**



Octobre 2014

A la Fédération de Paris, seules des personnes identifiées par les services sociaux ont accès à la boutique. Les documents attestant de leur accompagnement par les organismes publics leur sont demandés avant la remise d'une carte.

- **Les Restaurants du Cœur**

En vertu de la clause de non concurrence déloyale (y compris avec les organismes type Envie), la revente des ordinateurs se fait exclusivement à des associations, et l'électroménager ainsi que le mobilier aux particuliers qui sont suivis par les services sociaux.

#### **4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2014**

Il est difficile d'analyser l'évolution de l'activité de réemploi au sein des œuvres caritatives en raison de l'absence de données. Les moyens financiers sont faibles ce qui ne permet pas un suivi chiffré de l'activité et les efforts se concentrent essentiellement sur la finalité : l'aide aux personnes en précarité.

La Croix-Rouge reste l'acteur le plus important sur ce sous-secteur tandis que le Secours Populaire voit son activité décroître faute de moyens. L'activité d'Oxfam France est en croissance. Les Restos du Cœur ont une activité plutôt stable tandis que l'Armée du Salut et le Secours Catholique se recentrent sur l'aide humanitaire. Le Secours Catholique est à l'origine de la création du réseau Tissons la Solidarité (voir Chapitre Tissons la Solidarité) et a participé à la création de certaines structures devenues par la suite indépendantes.

#### **Les facteurs et tendances d'évolutions**

- ▶ **Diversification ou spécialisation**

La part du réemploi dans l'activité des organisations caritatives est variable. Certaines continuent d'être présentes sur le réemploi, alors que d'autres se désengagent pour se recentrer sur le cœur de leur activité qui est l'aide humanitaire. Lorsque des structures choisissent d'accorder une part moins importante au réemploi et à la réutilisation, c'est en général pour des raisons financières (recherche d'activités plus lucratives et/ou optimisation des effectifs permanents).

- ▶ **Professionnalisation croissante au sein des principales œuvres caritatives**

La Croix-Rouge française travaille ainsi étroitement avec l'éco-organisme Eco-TLC afin de renforcer leur collaboration et d'améliorer le suivi de son activité de réemploi du textile. Un système de reporting est en cours de mise en place et permettra de communiquer des informations précises lors du prochain panorama. De même Les Restos du Cœur souhaitent améliorer le suivi de leur activité.

- ▶ **Une volonté de communication**

Les œuvres caritatives principales cherchent à communiquer d'une part auprès du public et d'autre part auprès des collectivités afin de participer au développement de la filière et de défendre leur place, notamment parce qu'ils souhaitent défendre leurs bénéficiaires.

#### **Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012**

Les recommandations n'ont pas pu être évaluées faute de disponibilité des responsables des principales œuvres caritatives.

## Les freins à l'activité depuis 2012

### ▶ Frein économique

Les organisations caritatives souffrent d'une plus grande concurrence, par exemple de la part des braderies<sup>54</sup>, mais aussi de la part des acteurs de l'ESS en général. Certaines collectivités locales passent des partenariats avec des acteurs privés au détriment parfois d'associations ancrées de longue date, par exemple la Croix-Rouge peut voir ses sources d'approvisionnement se réduire si elle n'est pas associée à l'organisation de la collecte.

### ▶ Frein économique et humain

La diminution constantes des aides publiques rend peu soutenables les activités de réemploi et de réutilisation et réduit les possibilités d'embauches de salariés permanents ou en insertion. Une grande partie des salariés des œuvres caritatives sont des bénévoles ce qui limite le développement des activités.


### ▶ Qualité des approvisionnements

La qualité des dons se dégrade et les œuvres caritatives peinent à récolter certains types de biens. La Croix-Rouge rencontre notamment des difficultés à obtenir certaines catégories de vêtements et a de plus en plus recours au neuf déclassé.

---

<sup>54</sup> Foire annuelle au cours de laquelle les habitants vendent à bas prix des vêtements ou autres objets usagés. (Larousse)

## ANNEXE III.7 Réseaux d'acteurs de l'IAE (Insertion par l'Activité Economique)

<b>Principaux réseaux</b>	
	
<b>Définition</b>	Réseaux de structures d'insertion dont une partie de l'activité est basée sur le réemploi.
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Requalifier professionnellement des personnes en difficulté</li> <li>➔ Favoriser la réutilisation des biens pour réduire l'impact environnemental des produits</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2014)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comité National des Entreprises d'Insertion (CNEI) : 650 entreprises adhérentes, dont ~100 exerçant des activités de récupération/recyclage et commerce d'occasion</li> <li>- Comité National de Liaison des Régies de Quartier (CNLRQ) : 142 régies de quartier dont 13 Ressourceries</li> <li>- Chantier Ecole : ~650 ACI, la part exerçant une activité de réemploi n'est pas connue</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2010)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CNEI : 318 ETP et 657 ETPI, soit 975 au titre des activités de « récupération/recyclage et commerce d'occasion »</li> <li>- Autres réseaux : aucune donnée disponible.</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés (t)</b>	<p>Les flux totaux n'ont pu être évalués à date.</p> <p>Tous les types de produits sont concernés.</p>
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation (€)</b>	<p>Les chiffres d'affaires totaux n'ont pu être évalués à date.</p>
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi et de la réutilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mise en place des filières REP profite aux réseaux spécialisés ou groupements d'entreprises</li> <li>- Les réseaux d'EI se détournent des activités de réemploi/réutilisation</li> <li>- Les structures se financent de plus en plus par leur activité économique, plutôt que par des financements publics</li> </ul>
<b>Principaux freins à l'activité de réemploi et de</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difficulté d'assurer un approvisionnement de qualité pour permettre cette activité</li> <li>- La baisse des aides publiques sur le secteur de l'insertion professionnelle</li> </ul>

**réutilisation  
identifiés**

pénalise ces acteurs

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

- Etudes portant sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et 2012 ;
- Entretien téléphonique le 26/05/2014 avec Justine Jourdain, chargée de développement au sein du CNEI ;
- Entretien téléphonique le 26/05/2014 avec Jade Grélaud, chargée de mission Développement durable au sein du Comité National des Régies de Quartier (CNLRQ) ;
- « Observatoire des Entreprises d'Insertion 2011 » du CNEI<sup>55</sup>;

Les données reprises dans cette fiche sont systématiquement les données les plus récentes disponibles.

### Guide de lecture

Différents acronymes sont utilisés dans cette fiche, voici leur signification :

- EI : Entreprise d'Insertion
- ETTI : Entreprise de travail temporaire d'insertion
- ACI : Atelier et Chantier d'insertion.
- RQ : Régies de quartier

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

Cette fiche traite des acteurs de l'insertion utilisant le réemploi et la réutilisation comme moyen d'insérer les personnes en marge de la vie économique. Ces structures sont majoritairement regroupées au sein de réseaux d'insertion dont les principaux identifiés sont les suivants :

- le CNEI (Conseil National des Entreprises d'Insertion) regroupant des EI et ETTI,
- le CNLRQ (Comité National de Liaison des Régies de Quartier) regroupant des régies de quartier,
- CHANTIER Ecole regroupant des ACI.

Certaines des structures appartenant à ceux-ci adhèrent également à des réseaux spécialisés (Emmaüs, Envie, Réseau des Ressourceries, Le Relais, Tissons la solidarité).

Il est difficile d'obtenir des informations quantitatives pour les structures n'appartenant pas également à des réseaux spécialisés. En effet les fédérations d'insertion concentrent leur travail sur l'aspect insertion et non sur l'aspect réemploi/réutilisation.

---

<sup>55</sup> Disponible sur ce lien :

[http://www.cnei.org/index.php?id=180&cid=1931&fid=22&task=download&option=com\\_flexicontent&Itemid=83](http://www.cnei.org/index.php?id=180&cid=1931&fid=22&task=download&option=com_flexicontent&Itemid=83)

**Les informations quantitatives des entreprises d'insertion appartenant à des réseaux spécialisés sont détaillées dans les chapitres concernant les réseaux spécialisés.** Cette fiche n'a donc pas pour objet de donner des informations quantitatives mais plutôt de comprendre les modes de fonctionnement des réseaux d'acteurs de l'IAE, et d'identifier les caractéristiques de leur activité de réemploi/réutilisation et les opportunités et freins qu'elles rencontrent.

Aucun entretien n'ayant pu être mené avec un ACI, leur fonctionnement est décrit dans le chapitre Modèle économique puis ce type de structure n'est plus mentionné.

## Modèle économique

### *Historique et finalités*

- **Les entreprises d'insertion (EI/ETTI)**

Les Entreprises d'insertion sont nées dans les années 1970 et font partie des organismes « d'insertion par l'activité économique ». Leur objectif est de proposer aux personnes en difficulté un accompagnement social et une activité professionnelle afin de faciliter leur insertion. La circulaire 44 de la Direction de l'action sanitaire et sociale favorisait les Centres d'Adaptation à la Vie Active (CAVA) dès 1978. Ces premières initiatives, plutôt orientées sur l'insertion des jeunes, ont évolué progressivement à destination des publics adultes<sup>56</sup>. Faisant suite à la mise en place du RMI<sup>57</sup>, divers contrats d'insertion aidés par l'Etat et les collectivités locales ont été créés au fur et à mesure des politiques liées à l'emploi, fixant ainsi les termes exacts de ces différents contrats. Selon Justine Jourdain, chargée de développement au CNEI, les entreprises d'insertion sont historiquement présentes sur le secteur du réemploi et de la réutilisation des déchets. Toutefois, leurs activités sont maintenant principalement tournées vers le secteur du tri et de la valorisation matière.

Le CNEI, né en 1988, représente actuellement 45 % des EI et ETTI en France. Les chiffres relatifs aux entreprises d'insertion et présentés dans cette fiche ne concernent que les entreprises membres du CNEI. A noter que des entreprises membres de réseaux spécialisées font aussi partie du CNEI. Leurs données sont donc agrégées dans les données globales du CNEI et n'ont pu être soustraites.

- **Les régies de quartier**

Les régies de quartier sont nées au milieu des années 80. Le CNLRQ a ensuite été créé en 1988 dans le but d'attribuer le label régie de quartier en fonction de l'application d'une Charte. Leur objectif est de favoriser le développement économique, social et culturel du quartier (en zone urbaine) ou du territoire (en zone rurale) pour lequel elles agissent.

Celles-ci se situent dans des quartiers politiques de la ville (quartiers urbains dits zones sensibles) : 90% sont localisés dans des villes en contrats urbains de cohésion sociale (CUQS) et 68% en territoire de rénovation urbaine. L'intervention et le recrutement sont territorialisés. La moitié des salariés sont en contrat d'insertion et sont formés afin qu'ils soient ensuite embauchés par des entreprises classiques.

Les activités des régies de quartier sont soit réalisées dans le cadre de marchés publics donc sont marchandes, soit non marchandes (laveries, activités de médiation). Dans les années 80, les activités liées à l'environnement se limitaient à la purge et à la collecte de déchets. Depuis une dizaine

---

<sup>56</sup> Source : SILOE, L'insertion par l'activité économique : définitions, tendances et réalités, 2003

<sup>57</sup> Revenu Minimum d'Insertion

d'années, les régies de quartier se sont développées puis diversifiées en réalisant notamment des activités de réemploi/réutilisation et de réparation avec notamment des ateliers de réparation (voiture, vélos, menuiserie, etc...).

- **Ateliers et Chantiers d'insertion**

Les ateliers et chantiers d'insertion sont nés pendant la même période que les autres structures de l'IEA, c'est-à-dire à la fin des années 70. Ce sont des dispositifs conventionnés ayant pour objet l'accueil, l'embauche et la mise au travail par des actions collectives de personnes sans emploi rencontrant des difficultés sociales et professionnelles particulières. L'ACI organise le suivi, l'accompagnement, l'encadrement technique et la formation de ses salariés en vue de faciliter leur insertion sociale et de rechercher les conditions d'une insertion professionnelle durable.

### **Statut et mode de financement**

- **Les entreprises d'insertion (EI/ETTI)**

Les entreprises d'insertion et entreprises de travail temporaire d'insertion sont des TPE/PME pleinement inscrites dans le secteur marchand, soumises aux mêmes règles fiscales, juridiques et économiques que toute entreprise classique. Elles se distinguent par leur finalité : l'insertion sociale et professionnelle des personnes éloignées de l'emploi.

Elles utilisent l'entreprise afin d'embaucher des personnes éloignées de l'emploi en contrat à durée déterminée d'insertion (CDDI). Pendant ce contrat, les salariés en parcours d'insertion bénéficient d'un accompagnement socioprofessionnel leur permettant d'acquérir savoir-être, savoir-faire, compétences de base et qualifications techniques.

Leur modèle économique repose entre 80% et 90% sur leur chiffre d'affaires. Les 10 à 20% restants sont issus de financements publics. Les dernières données connues font état de 60 % des entreprises sous statut commercial dont environ 7% en SCOP<sup>58</sup> et SCIC<sup>59</sup>. Elles sont de plus en plus nombreuses à exercer leurs activités en tant qu'entité commerciale<sup>60</sup>, les entreprises créées en 2010 ont choisi pour 71% d'entre elles le statut commercial et cette tendance ne s'est pas démentie depuis 2010.

Les produits d'exploitation des EI actives dans le réemploi sont les chiffres d'affaires réalisés par la vente des biens récupérés auxquels s'additionnent les financements publics (allègement de cotisation patronale sur les bas et les moyens salaires et aide au poste<sup>61</sup>), qui ont pour but de « compenser la faible productivité des personnes en insertion et le surcoût de l'encadrement » et de « financer l'encadrement et l'accompagnement social des personnes en insertion<sup>62</sup> ».

La part du chiffre d'affaire dans le total des produits d'exploitation est en augmentation sur l'ensemble des EI, ce qui diminue la part issue des financements publics relativement au CA. Ceci s'explique par la stabilité des aides aux postes d'insertion qui n'augmentent pas depuis 10 ans, alors que l'activité est en croissance par ailleurs.

- **Les régies de quartier**

---

<sup>58</sup> Société Coopérative de Production

<sup>59</sup> Société Coopérative d'intérêt collectif

<sup>60</sup> CNEI, Observatoire des Entreprises d'Insertion 2011 du CNEI

<sup>61</sup> 10 000 € par poste de travail occupé à temps plein par des salariés en insertion

<sup>62</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Circulaire DGEFP 99-17 du 26 mars 1999 relative à la réforme de l'insertion par l'activité économique, mars 1999

Octobre 2014

Les régies de quartier prennent la forme d'associations de loi 1901. 39% des régies sont uniquement des entreprises d'insertion, 23% sont uniquement des ACI uniquement, 32% sont à la fois des entreprises d'insertion et des ACI, 6% n'ont pas de conventionnement IAE.

Le conseil d'administration est majoritairement présidé par un habitant du quartier et est composé d'acteurs divers parmi les collectivités locales, les habitants, les bailleurs sociaux, les partenaires sociaux et d'autres associations.

En 2013, 81% des RQ sont fiscalisées, 11% d'entre elles ne le sont pas et concernant les autres, uniquement leurs activités n'ayant pas une mission d'utilité sociale le sont. Le budget moyen d'une Régie est de 1 182 000€ (671 000€ de CA et 472 000€ de subventions).

- **Les ateliers et chantiers d'insertion**

Les ACI sont mis en œuvre le plus souvent par des associations. Ils peuvent également être portés par des communes, des départements, des syndicats mixtes, des centres communaux d'action sociale (CCAS), etc. C'est la structure porteuse qui est conventionnée par l'État en tant qu'atelier et chantier d'insertion. Cette convention, établie pour trois ans maximum, est le préalable à tout financement.

Plusieurs acteurs financent les ACI. Le premier financeur est l'État à travers, pour commencer, sa politique de contrats aidés qui le conduit à prendre en charge au maximum 85 % des dépenses de personnel des salariés polyvalents, lesquelles représentent 35 à 40 % des dépenses d'exploitation des structures. Il intervient également à travers le fonds départemental d'insertion (FDI). Il finance aussi – mais pas systématiquement – une aide à l'accompagnement dont la vocation est de faciliter le suivi et l'accompagnement des personnes en insertion. Elle s'élève à 15 000 euros maximum par an et par chantier et à 45 000 euros maximum par an par structure porteuse.

Le second contributeur est le conseil général pour 15 à 20 %, à travers notamment des dispositifs mis en place pour les bénéficiaires du RSA, renforcés par les aides du plan local pour l'insertion et l'emploi (PLIE) et du Fonds social européen (FSE). Le conseil régional participe, parfois, par une aide annuelle qui peut être comprise entre 1 000 et 4 000 euros par personne. Le financement public mis en place par la loi de programmation de cohésion sociale de 2005 représente entre 13 900 et 15 350 euros par emploi équivalent temps plein (ETP), auxquels s'ajoutent les exonérations de cotisation de Sécurité sociale, soit 4 400 euros. Les communes participent elles aussi, en mettant notamment du matériel et des locaux à disposition des structures.

## Analyse quantitative

### Chiffre d'affaires et résultats économiques

- **Les entreprises d'insertion (EI/ETTI)**

Les données communiquées par le CNEI sont issues de l'Observatoire 2011 des entreprises d'insertion du CNEI. L'Observatoire détaille les informations par catégories d'activité et inclut les activités de réemploi/réutilisation dans la catégorie « récupération, recyclage et commerce d'occasion ».

En 2010, les activités de « récupération/recyclage et commerce d'occasion » représentaient environ 30 M€, soit une diminution de 20% par rapport à 2003.

- **Les régies de quartier**

Le chiffre d'affaires global réalisé par les régies de quartier est 0,67M€. Le chiffre d'affaires au titre du réemploi/réutilisation n'a pas pu être obtenu mais à titre d'exemple voici les résultats économiques de 2 régies de quartier ayant une activité de réemploi/réutilisation :

- La régie de Paris 10 a débuté une activité de réemploi/réutilisation courant 2013 en se spécialisant sur le livre et le textile. Son CA en 2013 est donc faible à 9000€ la structure prévoit un CA 55 000€ en 2014 et en 2015 de 80 000€. L'équipe est composée de 5 ETP.
- La régie d'Athis-Mons n'est pas spécialisée et est située dans une ZI depuis 2009. Son CA est passé de 450 000€ en 2010 à 839 000€ en 2013. La recyclerie comptait 25,5 ETP en 2013.

## **Structure du marché**

- **Les entreprises d'insertion (EI/ETTI)**

En 2014, 100 entreprises appartiennent à catégorie « Collecte, traitement, et commerce d'occasion » dont 36 Envie, 5 Relais, 2 à 5 Emmaüs. Ainsi 50% des entreprises de cette catégorie sont membres d'Envie et Emmaüs.

La répartition géographique des structures est hétérogène et dépend principalement du nombre de postes d'insertion disponibles en région, et de la disponibilité des gisements.

- **Les régies de quartier**

Le CNLRQ est composé de 142 régies. Actuellement 13 régies ont des recycleries dont 4 adhérentes au Réseau des Ressourceries (recycleries des portes de l'Essonne, maison du canal (Paris, 10ème), ressourcerie du village olympique, ressourcerie de Saumon (à côté de Bordeaux)). De même quelques régies sont membres au niveau régional du réseau Chantier Ecole ou du CNEI.

Selon le CNLRQ, les régions du Rhône-Alpes et de l'IDF sont motrices en matière de réemploi et de réutilisation alors que le Nord de la France est moins avancé sur les questions de prévention des déchets.

## **Ressources humaines**

- **Les entreprises d'insertion (EI/ETTI)**

Les activités de « récupération/recyclage et commerce d'occasion » occupaient en 2012, 318 ETP et 657, soit 975 ETP d'insertion. Le taux de sortie global du CNEI est de 58%.

De nombreux dirigeants d'EI sont proche de la retraite ce qui soulève la question de la transmission de ces entreprises. Le CNEI travaille actuellement sur l'identification et la captation des futurs dirigeants.

- **CNLRQ**

Le nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi/réutilisation n'a pas pu être obtenu mais à titre d'exemple voici cette information concernant les 2 régies de quartier citées dans le chapitre Chiffre d'affaires et résultats économique :

- La régie de Paris 10 est composée de 5 ETP pour un CA prévisionnel de 80 000 € en 2015.
- La régie d'Athis-Mons comptait 25,5 ETP en 2013 pour un CA de 839 000 €.

Toutes activités confondues, une régie emploie en moyenne 54 salariés soit 41,5 ETP dont 21,5 ETP en insertion. La tête de réseau emploie 10 personnes.

Certaines régies sont situées dans des zones industrielles (ZI) ce qui permet des passerelles en matière d'emploi, certains salariés en insertion des régies étant ensuite embauchés par les entreprises des ZI.

## **3. Analyse de la chaîne de valeur**

### **Les activités exercées**

- **Les entreprises d'insertion (EI/ETTI)**

De nombreuses EI exercent, en complément de l'activité de « récupération/recyclage et commerce d'occasion », une activité de gestion des déchets : « collecte, tri, déconstruction et dépollution ».

Les EI traitent majoritairement des types de biens suivants :

Textile,

EEE



## Mobilier

- **Les régies de quartier**

Les régies de quartier sont présentes dans le secteur des déchets depuis leur création réalisant des activités de purge et gestion des encombrants. Depuis une quinzaine d'année, des postes d'ambassadeurs des déchets ont été créés afin de sensibiliser les habitants. Les régies interviennent maintenant en amont en abordant les sujets de consommation responsable (hypermarché locaux), gaspillage alimentaire (jardins potagers), compostage collectif (une dizaine), de réparation (ateliers de réparation pour sensibiliser les habitants, mise à disposition d'outils).

Les activités de réemploi/réutilisation sont récentes puisqu'elles datent de 2 ans. Certaines régies développent des activités de recyclerie sur la base de leur ancienne activité encombrante. D'autres organisent des manifestations ponctuelles : trocs, brocantes, bourses de matériel de puériculture, bourses aux vélos, friperies enfants/adultes, librairies solidaires.

Les types de biens traités par les structures sont donc variés mais le mobilier ménager est le plus concerné par leurs activités de réemploi/réutilisation. Les DEEE ne sont généralement pas considérés, certains réseaux tels qu'Envie étant déjà fortement présents sur le secteur. Quelques régies ont également une activité textile, l'encadrant technique ayant alors un profil de styliste.

### Spécificités de l'approvisionnement et flux entrants

- **Les entreprises d'insertion (EI/ETTI)**

Le CNEI a également signé un accord avec Ecologic (éco-organisme sur les DEEE) le 12 juin 2008 qui a pour but de faire en sorte que les entreprises d'insertion soient le plus souvent sollicitées dans le cadre de la filière DEEE, notamment pour des activités de tri et de démantèlement d'équipements en vue de la valorisation des déchets.

Le CNEI est par ailleurs signataire d'un accord avec FEDEREC (Fédération des entreprises du recyclage) depuis 2003 afin de prendre en compte la dimension sociale au sein des entreprises du recyclage, en étant conscient des possibilités d'emploi pour les personnes en difficultés dans le secteur du recyclage et en leur permettant d'avoir de véritables parcours professionnels. FEDEREC a par exemple conçu des certificats de qualification professionnelle accessibles aux personnes n'ayant pas de diplôme.

Ces partenariats ne portent cependant pas directement sur l'approvisionnement des structures mais sur la valorisation de leur positionnement dans la filière.

Globalement, le partenariat avec les éco-organismes s'est traduit par une activité clairement à la hausse dans le réemploi entre 2003 et 2010. Ces accords ont permis aux EI de bénéficier des importants gisements de DEEE auxquels les éco-organismes ont accès.

- **Les régies de quartier**

De la même façon que pour des recycleries, une grande partie des approvisionnements provient des apports des particuliers dans les structures.

Des contrats d'approvisionnement en biens mobiliers professionnels ont par ailleurs été signés avec Valdelia.

Une régie a participé à un projet de construction d'un bâtiment avec un bailleur social dans le cadre duquel elle a récupéré des objets après démantèlement.

L'activité de réemploi et de réutilisation des régies étant encore jeune, peu d'entre elles suivent encore leurs données grâce à des outils de suivi et aucun flux d'approvisionnement n'a donc pu être communiqué.

### Spécificité de l'offre de vente et flux vendus

En 2010, les activités liées aux déchets (collecte, tri, déconstruction, récupération et commerce de l'occasion) ont généré un chiffre d'affaire de 130 M€ pour les EI membres du CNEI. Cependant, ce chiffre n'inclut pas uniquement les recettes liées au réemploi. Il inclut également les recettes liées à la

revente des matières secondaires issues des DEEE. La part uniquement liée au réemploi est de 31 M€.

## Promotion et actions marketing mises en place

De manière générale, ces structures réalisent très peu de promotion. Par ailleurs, les EI sont actives au niveau local et s'insèrent dans le tissu économique. Si elles sont implantées depuis longtemps, elles n'ont pas besoin de promotion. Les campagnes nationales ont peu d'impact sur leur activité.

## Les donateurs : Spécificités et attentes

### *Donateurs et spécificités*

Peu d'informations sur les donateurs ont pu être collectées, les structures concernées ne disposant généralement pas de ce type d'information.

## Acheteurs : spécificités et attentes

### *Acheteurs et spécificités*

Peu d'informations sur les donateurs ont pu être collectées, les structures concernées ne disposant généralement pas de ce type d'information.

## 4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2012

### Les tendances d'évolution

- **Les entreprises d'insertion (EI/ETTI)**

L'activité de réemploi et de réutilisation est en **croissance pour les EI appartenant à des réseaux spécialisés**, tandis que **celles rattachées à aucun réseau se réorientent vers d'autres activités**.

- ▶ La mise en place des filières REP favorise plutôt les grandes structures

Les partenariats avec les éco-organismes bénéficient plutôt aux EI les plus importantes ou appartenant à des réseaux spécialisés. Il est plus facile pour ces derniers de se positionner sur la gestion de flux dont les volumes sont importants. Des groupements d'entreprises se présentent de plus en plus fréquemment. Dans ce contexte, les petites structures actives sur le réemploi ont plus de mal à s'approvisionner. Il leur faut alors trouver des partenariats avec les collectivités locales pour garantir leur approvisionnement.

- ▶ Les réseaux d'IAE se détournent des activités de réemploi/réutilisation

Le réemploi n'est pas pour le CNEI un axe de développement<sup>63</sup> qui estime qu'une structure ne peut pas se reposer uniquement sur le réemploi. Le réseau se concentre sur la valorisation de la matière et la recherche de nouveaux gisements.

- ▶ Les EI se financent de plus en plus par l'activité économique

Les financements publics n'ayant pas augmenté depuis 10 ans, les entreprises d'insertion s'orientent de plus en plus vers le marché pour soutenir leur croissance. Aujourd'hui, elles se financent toutes à environ 80% par leur propre chiffre d'affaires.

---

<sup>63</sup> Entretien téléphonique le 26/05/2014 avec Justine Jourdain, chargée de développement au sein du CNEI




- **Les régies de quartier**


L'activité de réemploi et de réutilisation des régies de quartier **se développe** réellement depuis quelques années grâce à une **sensibilisation croissante du public et des collectivités locales** qui sont motrices, notamment dans le cadre de projet de recycleries.

**Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012**

**Les recommandations ont pu être évaluées par le CNLRQ uniquement.**

Tableau 49 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

RECOMMANDATIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES	LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<b>GARANTIR UNE REPARTITION PLUS EQUILIBREE DES AIDES PUBLIQUES (AJUSTER LES AIDES AU POSTE D'INSERTION, GARANTIR UNE MEILLEURE REPARTITION DES AIDES DANS LA DUREE, GARANTIR UN MEILLEUR EQUILIBRE ENTRE LES REGIONS)</b>	 <p>Parmi les aides publiques, le CNLRQ a majoritairement recours aux emplois d'avenir dont 75% est pris en charge par l'état. Ceux-ci sont en place depuis Septembre 2012.</p>	<p>RAS.</p>
<b>ENCOURAGER LES PARTENARIATS ENTRE COLLECTIVITES LOCALES, LES STRUCTURES DE REEMPLOI DE L'ESS ET LES ENTREPRISES LOCALES ACTIVES SUR LE SECTEUR</b>	 <p>Les régions participent à de nombreux partenariats. Par exemple, à Roman sur Isère ; la régie Monnaie services a travaillé avec 4 partenaires à la création de de la recyclerie Nouvelle R : Emmaüs St Paul-lès-Romans, Communauté d'Agglomération du Pays de Romans, Plateforme d'Insertion par l'Humanitaire et la coopération, la Ressourcerie Verte.</p> <p>Certaines régions encouragent la création de ces partenariats. En Ile-de France, le conseil régional a pour objectif la création de 30 recycleries d'ici 2015, dont seule la moitié a été créée. Les dépenses de fonctionnement sont prises en charge au même titre que celles d'investissement. La communauté urbaine de Bordeaux est également très dynamique.</p>	<p>RAS</p>
<b>RELAYER PAR DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION LOCALES LES CAMPAGNES DE PROMOTION DU REEMPLOI (GUIDES LOCAUX DU REEMPLOI)</b>	 <p>Le CNLRQ note des inégalités entre les régions selon les programmes locaux de prévention des déchets.</p>	

<b>METTRE EN PLACE DES INDICATEURS DE SUIVI ET ASSURER UN SUIVI REGULIER DES ACTIVITES DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION</b>		RAS	RAS
<b>MENER DES PROJETS DE RECHERCHE DEDIES A LA THEMATIQUE DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION</b>		RAS	Une étude des différences de pérennité de l'activité économique des associations, ACI et EI pourrait être menée.

## Les freins à l'activité en 2014

- **Les entreprises d'insertion (EI/ETTI)**


Les partenariats avec les éco-organismes bénéficient plutôt aux EI les plus importantes. Les éco-organismes gèrent des flux importants et préféreraient traiter avec des structures de taille importante pour ne pas multiplier les interlocuteurs. Dans ce contexte, les petites structures actives sur le réemploi ont plus de mal à s'approvisionner. Il leur faut alors trouver des partenariats avec les collectivités locales pour garantir leur approvisionnement.

- **Les régies de quartier**

Le coût du foncier représente un frein important au développement des régies de quartier, pour des raisons de stockage.

Un deuxième frein majeur est la difficulté que les régies ont à s'approvisionner en déchèteries parce que ces dernières subissent de nombreux vols ou parce que cette mission du chargé de gestion déchèterie n'est pas toujours reconnue sur la fiche de poste.

## ANNEXE III.8 Réseaux d'EA et d'ESAT

Principaux réseaux	
	
<b>Définition</b>	Entreprise d'insertion ou entreprise adaptée dont une partie de l'activité est basée sur le réemploi et la réutilisation
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Requalifier professionnellement des personnes en difficultés</li> <li>➤ Employer durablement des personnes handicapées</li> <li>➤ Favoriser la réutilisation des biens pour réduire l'impact environnemental des produits</li> </ul>
<b>Types et nombres de structures</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Union Nationale des Entreprises Adaptées (UNEA) : 7 membres réalisant des activités de réemploi/réutilisation</li> </ul>
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de la réutilisation (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UNEA : Environ 337 ETP, 48 en moyenne par structure</li> </ul>
<b>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés ou réutilisés (t)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UNEA : 19 t de biens collectés, dont environ 40% vendus.</li> </ul>
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation (€)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UNEA : 7 M€ en 2013, pour la filière UNEA DEEE dédiée au réemploi et à la réutilisation</li> </ul>
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi et de la réutilisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance générale des activités</li> <li>- Les structures se financent de plus en plus par leur activité économique, plutôt que par des financements publics</li> </ul>
<b>Principaux freins à l'activité de réemploi et de réutilisation identifiés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difficulté d'assurer un approvisionnement de qualité pour permettre cette activité</li> <li>- La baisse des aides publiques sur le secteur de l'insertion professionnelle pénalise ces acteurs</li> </ul>

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

- Etudes portant sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et en 2012 ;
- Entretien téléphonique le 26/05/2014 avec Ulrike Besse, Animatrice Filière UNEA DEEE, et travaillant à l'EA ESOPE ;

Les données reprises dans cette fiche sont systématiquement les données les plus récentes disponibles.

### Guide de lecture

3. EA : Entreprise Adaptée. Entreprise employant 80% de travailleurs handicapés, leur permettant d'exercer une activité professionnelle salariée<sup>64</sup>.
4. ESAT : Établissement et service d'aide par le travail couramment encore appelés « centres d'aide par le travail » ou CAT

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

L'objet de cette partie est de comprendre les modes de fonctionnement des EA et ESAT, et d'identifier les caractéristiques de leur activité de réemploi/réutilisation et les opportunités et freins qu'elles rencontrent. Ces acteurs sont principalement regroupés au sein de l'UNEA.

L'Association des Paralysés de France (APF) a pu être identifiée comme un acteur de l'insertion, mais n'a pas pu être interrogée. Cependant, les structures d'APF étant membres de l'UNEA, elles sont tout de même couvertes par l'étude.

Certaines des structures appartenant à l'UNEA adhèrent également à des réseaux spécialisés.

### Modèle économique

#### *Historique et finalités*

A l'initiative des associations de parents d'handicapés, des associations ont été créées dès les années 60 pour éduquer, scolariser et apporter une première formation professionnelle aux enfants handicapés. Ces centres se sont peu à peu professionnalisés au point de devenir des Centres d'Aide par le Travail, agréés par la DASS. Dans les années 70, les ateliers protégés se différencient des ESAT (anciennement CAT) en alliant l'emploi des handicapés à la réalité économique. En 2005, l'appellation « Entreprises Adaptées »(EA) formalise d'autant plus cette réalité.

Selon le code du travail, « les entreprises adaptées et les centres de distribution de travail à domicile mentionnés à l'article L. 323-31 permettent à des travailleurs handicapés à efficacité réduite, visés à l'article R. 323-64, d'exercer une activité professionnelle salariée dans des conditions adaptées à leurs possibilités. Ils favorisent le projet professionnel du salarié handicapé en vue de sa valorisation, de sa

---

<sup>64</sup> Source : ministère du travail, <http://www.travail-emploi-sante.gouv.fr/etudes-recherche-statistiques-de,76/statistiques,78/les-travailleurs-handicapes,88/les-mots-des-travailleurs,250/entreprises-adaptees-ea-anciens,3332.html>



Octobre 2014

promotion et de sa mobilité au sein de la structure elle-même ou vers d'autres entreprises<sup>65</sup>. ». La finalité de l'EA est donc d'employer de manière durable le salarié handicapé, et les contrats sont donc des CDI.

Les entreprises membres de l'UNEA (Union Nationale des Entreprises Adaptées) voient arriver les éco-organismes au milieu des années 2000 et décident de mutualiser leurs compétences afin de représenter un poids important et de conserver des flux importants face à la concurrence des réseaux de l'ESS. C'est alors qu'est créé l'UNEA DEEE en 2006 regroupant 9 EA du réseau actives dans le réemploi/réutilisation des DEEE. Parmi elles, on compte la société ATF Gaia, active dans le secteur du réemploi d'équipements informatiques depuis 18 ans, et la société Esope qui réemploie des DEEE. Le regroupement a permis aux entreprises de signer des contrats d'approvisionnement importants avec l'UCAP, la SNCF et plusieurs banques.

### **Fonctionnement des acteurs du marché : Statut et mode de financement**

Les Entreprises Adaptées faisant partie de l'UNEA sont des entreprises à but concurrentiel qui fonctionnent uniquement avec des acteurs du secteur privé.

Le taux de subvention d'une Entreprise Adaptée était en moyenne de 30 % en 2008. Ce chiffre n'a pas pu être actualisé mais est considéré stable par l'UNEA. C'est la part consacrée à la subvention.

Parmi les Entreprises Adaptées identifiées sur le marché de la seconde vie des produits, les subventions perçues par ATF Gaia, en 2008, ne correspondaient qu'à 4 % du chiffre d'affaires. L'entreprise s'autofinçait donc à 96 %, grâce à des contrats d'approvisionnement avec des grands groupes français consommateurs d'EEE comprenant des activités de service, et au profit effectué sur la vente des EEE collectés.

Cette tendance semblerait s'être confirmée depuis 2010 : les EA se financent presque exclusivement par les contrats qu'ils peuvent signer avec des entreprises privées. Toutes les entreprises membres de la filière DEEE de l'UNEA fonctionnent ainsi.

## **Analyse quantitative**

### **Chiffre d'affaires et résultats économiques**

Seul un faible nombre d'entreprises adaptées sont actives sur le marché du réemploi et de la réutilisation. Lors du dernier recensement, datant de 2013, 7 entreprises faisaient partie de la filière DEEE de l'UNEA, soit 2 de moins qu'en 2010. Toutes sont équipées pour collecter les DEEE et démanteler du matériel. 2 en font une part significative de leur activité, à hauteur de 60% environ. Les autres ont une répartition égalitaire avec les autres activités.

Le chiffre d'affaires global des EA membres de la filière DEEE de l'UNEA s'élève à 7 millions d'euros en 2013, soit 1 M€ par établissement et une diminution de 20% par rapport à 2011. La marge consolidée, qui inclut le réemploi et la réutilisation, est en moyenne comprise entre 5 et 8%.

### **Structure du marché**

Au sein de l'UNEA, toutes les structures exercent des activités de réemploi et de réutilisation mais seules 2 en font une part significative de leur activité, à hauteur de 60% environ : Maine Atelier et APF

---

<sup>65</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Décret n°2006-150 du 13 février 2006 relatif aux entreprises adaptées et aux centres de distribution de travail à domicile et modifiant le code du travail (deuxième partie : Décrets en Conseil d'Etat), février 2006

Industrie Montpellier. Les autres ont une répartition égalitaire avec les autres activités. APF Echirolles et APF Gaïa sont inscrits à l'UNEA DEEE mais ne font pas partie du groupement.

Il existe 700 entreprises adaptées en France. L'UNEA, qui représente 60 % de ces structures, compte parmi ses membres neuf EA actives sur le secteur du réemploi des DEEE dont deux entreprises actives sur le secteur de la réutilisation de consommables, APF Industrie Montpellier et APF Industrie Echirolles (dépendant de l'Association des Paralysés de France et actives dans le réemploi et recyclage des cartouches d'impression usagées).

La zone de chalandise dépend essentiellement de la reconnaissance de l'entreprise dans le domaine professionnel. Les entreprises adaptées présentes depuis longtemps sur ce marché ont pu augmenter leur clientèle grâce à la reconnaissance de la qualité de leur activité et obtenir des contrats avec des grands groupes français tels qu'ATF Gaïa a pu le faire avec le groupe Bouygues, PSA et Allianz, ou encore Esope avec La Société Générale.

La répartition géographique des structures varie selon la disponibilité des flux, jugée forte dans le Nord de la France et faible en Poitou-Charentes, et la possibilité de conclure des partenariats avec des entreprises locales.

### **Ressources humaines**

Les EA doivent employer un minimum de 80 % de personnes handicapées au sein de l'unité de production. Au titre du réemploi, la filière UNEA DEEE emploie 334 personnes, soit une moyenne de 48 salariés par structures.

La formation du personnel est réalisée en interne, les instituts de formation proposant peu de formations en lien avec le réemploi/réutilisation des biens et adaptés aux limites physiques et morales des personnes en situation de handicap.

## **3. Analyse de la chaîne de valeur**

### **Les activités exercées**

Les Entreprises Adaptées, en lien avec le secteur privé et ne recevant que de faibles subventions, ont développé d'importantes activités de service. Par exemple les établissements proposent les services suivants :

- logistique ;
- traçabilité des équipements ;
- confidentialité des données ;
- audit technique des équipements ;
- remise en état (réalisée dans un seul établissement) ;
- et préparation au recyclage matière si nécessaire, en envoyant les DEEE vers les filières de traitement adaptées.

Des partenariats avec les éco-organismes DEEE ménagers permettent aux EA membres de filière UNEA DEEE de s'appuyer sur leur connaissance de la filière et la qualité des prestations d'audit et de traçabilité proposées par ces structures.

### **Spécificités de l'approvisionnement et flux entrants**

Les Entreprises Adaptées collectent des biens exclusivement professionnels. ATF Gaïa, Ecodair et Esope, par exemple, collectent du matériel informatique alors qu'APF Industrie Montpellier et APF Industrie Echirolles collectent des cartouches d'imprimantes pour les reconditionner. Les catégories de biens prédominantes sont les suivantes : bureautique, appareils médicaux, appareils télécom, appareils de signalisation, appareils des métiers de la bouche.

Octobre 2014

De manière générale, les EA peuvent avoir deux types d'approvisionnement : soit par contrat avec des entreprises privées, soit avec des éco-organismes dans le cadre de la filière REP DEEE. Les entreprises privées constituent des flux irréguliers, qui varient d'un établissement à l'autre. Les flux issus des éco-organismes sont plus réguliers, et garantissent une activité plus stable, mais ils sont considérés comme plus difficiles à obtenir. Pour les établissements bien implantés localement, ce sont les contrats avec des grands comptes privés qui constituent la meilleure garantie de flux de DEEE réguliers.

Les EA passent des contrats avec des grands groupes français utilisateurs d'EEE pour les aider à gérer la fin de vie de ces équipements de manière à respecter les recommandations européennes de valorisation des DEEE, en privilégiant le réemploi et la réutilisation de pièces. Les entreprises rémunèrent les EA pour faire cette collecte. Le statut d'Entreprises Adaptées procure à ces sociétés une place privilégiée dans le secteur privé pour ce type d'activité. En effet, les entreprises qui n'emploient pas au minimum 6 % de personnel handicapé doivent verser une contribution annuelle élevée, appelée « contribution Agefiph » (par exemple, 600 fois le Smic horaire pour une entreprise dont l'effectif est supérieur à 750 salariés<sup>66</sup>). Or, la sous-traitance avec des Entreprises Adaptées ou des ESAT offre aux entreprises la possibilité de remplir une partie (jusqu'à 50 %) de leur obligation d'emploi des personnes handicapées<sup>67</sup>.

Les partenariats d'approvisionnement sont conclus directement avec les clients privés lors de la signature de contrats. Les partenariats possibles avec les éco-organismes DEEE ménagers sont conçus sur un travail de partage d'expérience et de connaissance et non dans une optique d'approvisionnement. Les entreprises n'ont pas profité de la filière REP meubles car ce sont principalement les entreprises d'insertion qui ont capté les flux.

**19 tonnes de biens ont été collectées par les EA de la filière UNEA DEEE** en vue du réemploi et de la réutilisation, dont 54% d'écrans et 46% d'équipements informatiques en termes d'unités collectées. Les autres types de biens sont considérés négligeables. Cette quantité de flux a diminué.

### Spécificité de l'offre de vente et flux vendus

Les activités de revente des EA sont limitées, en particulier en raison de certaines clauses de confidentialité qui imposent la non-revente. 8 tonnes de biens ont ainsi été revendues par les EA de la filière UNEA DEEE, soit un taux de réemploi de 40%.

Chaque établissement adapte son offre de vente en fonction de son contexte local. Esope réemploie le matériel informatique collecté auprès des entreprises, et le revend sous forme de lots à des particuliers, mais aussi à des brocanteurs, associations et à des établissements scolaires. Un lot inclut un écran, une unité centrale, clavier, souris, et une imprimante. ATF Gaia qui collecte aussi des équipements informatiques a développé un réseau plus diversifié, principalement auprès des professionnels de l'informatique<sup>68</sup>. Ces produits alimentent le marché de la maintenance.

Le taux de réemploi était généralement très fort pour ce secteur d'activité, les équipements professionnels étant de meilleure qualité que ceux des ménages.

Depuis 2008, avec la crise économique, les entreprises renouvellent moins régulièrement leur parc informatique. Cela se traduit par une collecte moindre en quantité et en qualité qui est plus difficile à

<sup>66</sup> Source : Agefiph, *Quel est le montant de la contribution Agefiph ?*, <http://www.agefiph.fr/index.php?nav1=common&nav2=faq&id=1545>

<sup>67</sup> Source : Agefiph, *Sous-traiter avec le secteur protégé ou adapté*, [http://www.agefiph.fr/index.php?nav1=entreprises&nav2=vos\\_projet&id=81924](http://www.agefiph.fr/index.php?nav1=entreprises&nav2=vos_projet&id=81924)

<sup>68</sup> Source : site internet d'ATF Gaia : <http://www.atf.fr/index.php/fr/constructeurs.html>

Octobre 2014

réemployer par la suite. Ainsi, la tendance pour les années antérieures à la crise était plutôt de 70 % de réemploi contre 30 % de tonnage envoyé en centre de traitement (voire 80 % / 20 %). A partir de 2009, un rapport de 50 % / 50 % a été observé, à cause de la faible qualité des équipements collectés, due aux baisses d'investissement des entreprises en période de crise.

Les prix de revente dépendent fortement des prix de vente des équipements neufs et donc de la politique des prix exercée par les producteurs d'EEE. Il dépend également fortement de l'offre et de la demande, et donc de l'activité des concurrents dans ce domaine (notamment pour les pièces détachées).

Afin d'attirer de nouveaux clients, les EA ont cherché à utiliser internet comme canal de distribution mais sans succès.

## **Promotion et actions marketing mises en place**

De manière générale, ces structures réalisent très peu de promotion. Par ailleurs, les EA sont actives au niveau local et s'insèrent dans le tissu économique. Elles s'investissent de plus en plus dans une communication régionale en participant par exemple à des foires ou des expositions. Si elles sont implantées depuis longtemps, elles n'ont pas besoin de promotion. Les campagnes nationales ont peu d'impact sur leur activité.

## **Les donateurs : Spécificités et attentes**

### ***Donateurs et spécificités***

Peu d'informations sur les donateurs ont pu être collectées, les structures concernées ne disposant généralement pas de ce type d'information.

Toute entreprise privée possédant des DEEE peut devenir cliente des Entreprises Adaptées en signant un contrat. Les clients sont actuellement majoritairement des PME mais également des grands groupes français, possédant un gisement justifiant un contrat permanent entre les structures.

## **Acheteurs : spécificités et attentes**

### ***Acheteurs et spécificités***

Sont considérés comme client ceux qui rachètent les DEEE réemployés par l'EA. Il peut s'agir de particuliers, d'associations, ou d'établissements scolaires. Il s'agit aussi d'entreprises privées spécialisées en informatique, qui rachètent des équipements pour les revendre dans d'autres pays de la Communauté Européenne ou utiliser les pièces détachées pour effectuer de la maintenance. La clientèle des particuliers se compose essentiellement de personnes issues de milieux modestes, ou de gens plus aisés ayant une résidence secondaire qu'ils veulent équiper à moindre coût.

Depuis 2010, les Entreprises Adaptées de l'UNEA constatent qu'il est plus difficile de revendre les DEEE réemployés parce que la différence de prix est moins importante avec le matériel neuf et les acheteurs souhaitent des appareils performants. La revente de matière pour valorisation (recyclage) est perçue comme plus avantageuse.

## **4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2012**

### **Les tendances d'évolutions**

- ▶ Diminution de l'activité réemploi pour les EA
  - ▶ Le Chiffre d'affaires total des entreprises adaptées a diminué de 20% entre 2010 et 2013.
- ▶ La mise en place des filières REP favorise plutôt les grandes entreprises d'insertion

Les partenariats avec les éco-organismes bénéficient plutôt aux EI et aux plus importantes d'entre elles. Les éco-organismes gèrent des flux importants et préféreraient traiter avec des structures de taille importante pour ne pas multiplier les interlocuteurs. Dans ce contexte, les petites structures actives sur le réemploi et la réutilisation ont plus de mal à s'approvisionner.






Octobre 2014

► L'obligation légale d'employer 6% d'handicapés pour les entreprises contribue à la croissance des EA

Grâce à la contribution Agefiph concernant le taux d'employés handicapés dans les entreprises, les Entreprises Adaptées ont une position particulièrement intéressante sur le marché du réemploi de biens professionnels. La tendance est à la multiplication des services auprès des entreprises et non à la diversification des biens collectés, les équipements informatiques étant un des seuls bien de type professionnel pouvant être réemployés (peu de meubles ou de textile dans le domaine professionnel).

**Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012**

Tableau 50 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

RECOMMANDATIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES		LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<b>GARANTIR UNE REPARTITION PLUS EQUILIBREE DES AIDES PUBLIQUES (AJUSTER LES AIDES AU POSTE D'INSERTION, GARANTIR UNE MEILLEURE REPARTITION DES AIDES DANS LA DUREE, GARANTIR UN MEILLEUR EQUILIBRE ENTRE LES REGIONS)</b>		RAS	RAS
<b>ENCOURAGER LES PARTENARIATS ENTRE COLLECTIVITES LOCALES, LES STRUCTURES DE REEMPLOI DE L'ESS ET LES ENTREPRISES LOCALES ACTIVES SUR LE SECTEUR</b>		Aucune retombée n'a été identifiée par l'UNEA.	Les EA ressentent un réel besoin face à la concurrence des réseaux spécialisés de l'ESS.  L'UNEA préconise d'améliorer la répartition géographique des partenariats liés conclus les éco-organismes ce qui permettrait de générer des économies de transport, notamment dans le cadre d'une taxe carbone, et de dynamiser chaque région.
<b>RELAYER PAR DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION LOCALES LES CAMPAGNES DE PROMOTION DU REEMPLOI (GUIDES LOCAUX DU REEMPLOI)</b>		L'UNEA note peu d'actions de communication locales.	RAS
<b>METTRE EN PLACE DES INDICATEURS DE SUIVI ET ASSURER UN SUIVI REGULIER DES ACTIVITES DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION (REPORTING ANNUEL CHIFFRE + ENTRETIENS QUALITATIFS TOUS LES DEUX ANS)</b>		RAS	RAS
<b>MENER DES PROJETS DE RECHERCHE DEDIES A LA THEMATIQUE DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION</b>		Les entreprises adaptées sont sollicitées localement.  L'Université de Poitiers sollicite régulièrement l'UNEA sur des projets de recherche.	RAS

## Les freins à l'activité en 2014

- ▶ La mise en place des filières REP : un manque à gagner pour les EA

A l'inverse des EI, pour les EA qui sont souvent d'assez petite taille, la mise en place de la filière REP DEEE a causé un manque à gagner important. Ces structures ont dû développer des partenariats privés pour compenser ces pertes.


- ▶ L'éclatement des sources d'approvisionnement

Les utilisateurs allongent la durée d'utilisation des objets et la qualité et quantité des biens d'occasion s'en trouvent donc diminués. En moyenne, le renouvellement des parcs informatiques est passé de 3 à 5 ans. Les équipements professionnels récupérés par les EA sont donc plus difficilement réemployables et réutilisables.

Les EA doivent donc démarcher des nouveaux contrats ce qui représente une charge de travail importante.

## ANNEXE IV Fiches détaillées des acteurs du secteur de l'occasion

### ANNEXE IV.1 Les sites internet de mise en relation

<i>Principaux sites</i>	
	
<b>Définition</b>	Acteurs de l'occasion proposant un service de mise en relation directe ou indirecte entre vendeur et acheteur à partir d'un site internet
<b>Spécificités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour les sites d'annonces :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Transaction financière et matérielle extérieure au site internet, directement entre le vendeur et l'acheteur</li> <li>➔ Rémunération via des frais de mise en avant de l'annonce et la publicité</li> </ul> </li> <li>- Pour les places de marché en ligne :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Transaction financière indirecte entre le vendeur et l'acheteur, prise en charge par le site internet</li> <li>➔ Rémunération via une commission sur chaque vente</li> </ul> </li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2014)</b>	Sites d'annonces : 1 sites principal : Leboncoin.fr ; 2 sites secondaires : Trefle.com, Vivastreet.fr  Places de marché en ligne : 2 acteurs principaux : Priceminister, eBay
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi (2013)</b>	Sites d'annonces : estimé à ~ 155 ETP Places de marché : estimé à ~ 12 ETP  Le chiffre des places de marché est peu élevé puisqu'il représente le temps passé par les employés sur les activités de ventes d'objets au sein du périmètre de l'étude.
<b>Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2013(t)</b>	Les flux collectés, c'est-à-dire les flux mis en vente, sont estimés à 1 300 000 tonnes, 20% d'entre eux étant effectivement revendus, selon les dires d'experts du secteur soit environ 270 000 tonnes.
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2013 (€)</b>	Sites d'annonces : estimé à 56 M€ Places de marché : estimé à 4 M€  Les chiffres d'affaires exposés ici sont ceux des sites internet et non les volumes des transactions qui n'ont pas pu être estimés.
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Généralisation et démocratisation de l'usage d'internet</li> <li>- Phénomène de concentration en raison des effets de réseaux croisés</li> <li>- Développement de la présence sur téléphones mobiles</li> <li>- Un nombre croissant de partenariats avec les acteurs du marché de l'occasion</li> </ul>



**Principaux freins à  
l'activité de  
réemploi**

- Manque de sécurité des transactions en ligne
- Manque d'éducation des consommateurs au bon comportement sur internet
- La complexité d'une interface impersonnelle

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

Cette fiche a été réalisée sur la base des sources d'information suivantes :

- Etudes sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et 2012 par BIO Intelligence Service pour le compte de l'ADEME ;
- Entretien téléphonique le 20/05/2014 avec Virginie Colonnier-Poirel, responsable de communication de leboncoin.fr ;
- Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

Les données quantitatives sont issues :

- Pour l'année 2008 : de l'étude portant sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisée en 2010 ;
- Pour l'année 2010 : des entretiens téléphonique réalisés avec Vivastreet.fr et Leboncoin.fr ;
- Pour l'année 2011 : de l'étude Xerfi, « Le e-commerce face aux nouveaux modes de consommation », Avril 2012 ;
- Pour les années 2011 et 2012 : des sites internet Leboncoin.fr, Vivastreet.fr, et PriceMinister.fr ;
- Pour l'année 2013, d'estimations sur la base de relevés statistiques, d'hypothèses définies avec des experts du secteur et de l'étude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

### Lexique

**E-commerce** : désigne l'ensemble des transactions commerciales s'opérant à distance par le biais d'interfaces électroniques et digitales.

**M-commerce** : désigne l'utilisation qui est faite des supports de téléphonie mobile pour acheter ou vendre des produits ou des services sur internet.

**T-commerce** : désigne l'utilisation qui est faite des supports tablettes pour acheter ou vendre des produits ou des services sur internet.

### Guide de lecture

Les sites internet communiquent peu d'informations quantitatives brutes et celles-ci ont donc été estimées avec la limite suivante : elles sont le fruit d'estimations et d'extrapolations réalisées sur la base d'entretiens, de données bibliographiques, et de relevés statistiques menés sur une échelle de temps restreinte.

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

### Modèle économique

Parmi les sites internet de mise en relation, on distingue les places de marché en ligne des sites d'annonces :

- Les sites d'annonces sont une évolution des journaux d'annonces, et se rémunèrent via des frais liés à la diffusion de l'annonce et la publicité.

- Les places de marché en ligne proposent un service similaire à celui des dépôts-ventes, à ceci près que leur offre est centralisée sur un site internet et qu'elles ne stockent pas toujours les biens. Elles se rémunèrent par une commission sur la transaction. Parmi cette catégorie, on peut également distinguer les commerces en ligne pratiquant l'occasion, tels Amazon Marketplace ou Fnac Marketplace. La distinction provient du fait que l'offre d'occasion vient se greffer à une offre de neuf déjà proposée par l'enseigne.

### **Historique**

Apparues dès le 18<sup>ème</sup> siècle, les petites annonces diffusées dans la presse s'avèrent inintéressantes pour vendre des produits à faible prix, les frais de diffusion de l'annonce étant du même ordre de grandeur que la rémunération espérée par le vendeur. Dès les années 1960, l'essor de la presse gratuite d'annonces permet de pallier à cela grâce à une rémunération sur la publicité.

Dans les années 2000, l'arrivée d'internet permet pour des coûts réduits de diffuser ces annonces auprès d'un auditoire plus large d'acheteurs potentiels. Ce modèle de site d'annonces en ligne a d'abord été remis en cause par le succès des places de marché en ligne (eBay, PriceMinister, etc.). Depuis 2006, l'arrivée du site internet Leboncoin.fr permettant une mise en relation direct des internautes entre eux a bouleversé le marché des sites d'annonces en ligne.

PriceMinister a accompagné sa croissance sur le secteur des places de marché en ligne par l'achat d'autres sites internet (A Vendre A Louer, VoyagerMoinsCher.com) avant d'être racheté à son tour en 2010, par le groupe japonais Rakuten.

### **Fonctionnement des acteurs du marché**

Les principaux acteurs du marché sont :

Pour les sites d'annonces :

- Le Bon Coin;
- Trefle.com ;
- Vivastreet.fr ;

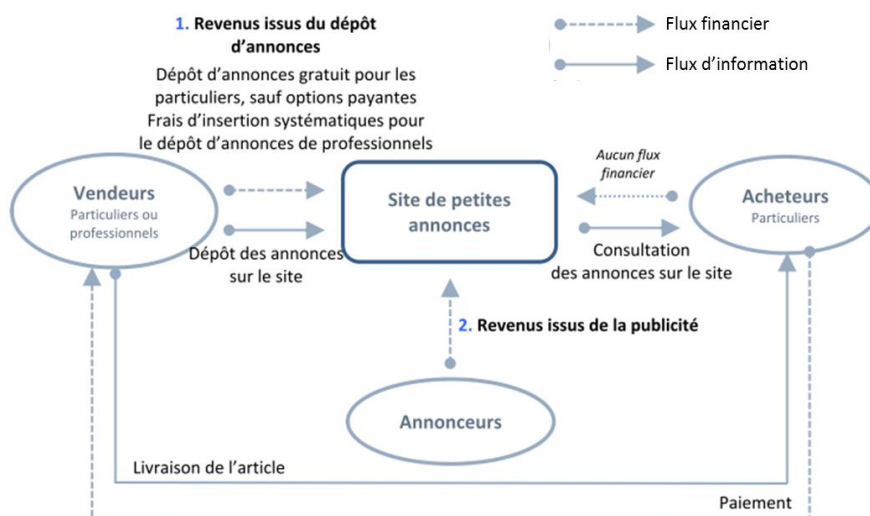
Pour les places de marché en ligne :

- eBay France ;
- PriceMinister ;
- Amazon ;
- Fnac Marketplace (société Fnac Direct).

#### **▶ Mode de fonctionnement**

Les sites internet de mise en relation proposent un service de mise en relation entre le vendeur et l'acheteur. Il s'agit donc d'une prestation de service CtoC : Consumer (vendeur) to Consumer (acheteur). Cette mise en relation se fait de manière plus ou moins directe.

- Les sites d'annonces incitent vendeurs et acheteurs à se rencontrer directement afin d'assurer la sécurité de la transaction. N'ayant pas de prise sur la transaction, ils ne peuvent se rémunérer que sur le service de mise en relation en lui-même (frais d'insertion d'annonce, frais de mise en relation vendeur/acheteur, etc.). Il peut s'agir d'annonces concernant la vente mais également l'échange de biens (« troc »).



- Pour les places de marché en ligne, dérivées des dépôts-vente, la mise en relation est plus souvent indirecte. En effet, le site doit conserver la maîtrise de la transaction financière pour pouvoir se rémunérer, via un format « transactionnel ». Ainsi, l'acheteur paie le prix de vente à la plate-forme, qui paie ensuite le vendeur, déduction faite de la commission et des éventuels frais fixes.

Les sites offrent aussi la possibilité à des professionnels d'ouvrir un magasin en ligne, ce qui contribue à enrichir l'offre et à créer du trafic<sup>69</sup>. Ainsi, ces sites internet proposent également une prestation de service BtoC : Business (professionnel) to Customer (acheteur). Dans ce cas, les produits vendus peuvent être neufs ou d'occasion.

Toutefois, les professionnels vendant des produits d'occasion constituent une faible part de l'ensemble des professionnels présents sur les sites internet de mise en relation, qui vendent généralement des produits neufs. Toutefois, les acteurs de l'économie sociale et solidaire et de l'occasion utilisent de plus en plus les sites de mise en relation pour gagner en visibilité. La transaction se fait toutefois en magasin. Les professionnels sont en général présents sur des catégories spécifiques de produits. La catégorie textile n'est par exemple pas ouverte aux professionnels.

Par ailleurs, le système de compte interne permet aux utilisateurs de pratiquer l'achat et la vente simultanément au point que certains particuliers en font une source de revenus complémentaire à leur activité professionnelle. Toutefois, aucune information n'était disponible sur l'état des biens échangés par ces professionnels spécifiques au moment de l'étude, et ce n'est toujours pas le cas.

### ► Mode de financement

Les places de marché en ligne et les sites d'annonces se distinguent par leur mode de financement.

<sup>69</sup> Source : Entretien téléphonique le 19/04/12 avec Virginie Colonnier-Poirel, responsable de communication de Leboncoin.fr

### ⇒ Les sites d'annonces gratuites

Majoritaires, ils se rémunèrent sur les frais fixes (les frais d'insertion sont gratuits mais les options de mise en avant sont payantes) et sur la publicité.

Par exemple, la principale source de revenus du site d'annonces Leboncoin.fr provient de la publicité locale et nationale. Cette source de revenus dépend de la capacité du site à générer du trafic via son activité.

La deuxième source de revenus provient des options payantes de mise en avant des annonces (pour remonter l'annonce en tête de liste, apposer un logo « urgent » ou encore faire apparaître son annonce parmi une sélection mise en avant sur le site). Il est aussi possible de mettre plus de photos que la limite fixée par le site en payant un supplément. Par ailleurs, une fois l'annonce mise en ligne toute modification est payante.

La troisième source de revenus provient de services proposés aux professionnels (par exemple l'outil d'import automatique des annonces).

Sur les sites d'annonces, les annonces de vente de biens d'occasion ne constituent en général qu'une petite partie de l'offre globale, dominée par les annonces relatives à l'immobilier, aux rencontres, à la vente de véhicules d'occasion, aux locations saisonnières et aux services. Certains sites proposent également des annonces d'emplois. Ainsi, bien que la diffusion d'une annonce soit généralement gratuite dans la catégorie « Bonnes affaires » correspondant aux ventes de biens d'occasion, certains sites se rémunèrent également via des frais d'insertion dans d'autres catégories, en fonction également du type de vendeur (particulier ou professionnel). Par exemple pour Leboncoin.fr, les comptes professionnels sont payants, et proposent des options payantes.

Certains sites d'annonces sont également basés sur l'échange de biens et non la vente. France-Troc.com se rémunère ainsi au moment de la mise en relation de l'acheteur avec le vendeur, via la facturation d'un « crédit messagerie ». D'autres sites de troc se rémunèrent via les revenus publicitaires que le trafic sur le site permet de générer. TrocTribu se rémunère grâce à une cotisation annuelle forfaitaire que chaque membre doit acquitter pour accéder au réseau de troc du site<sup>70</sup>.

### ⇒ Les places de marché en ligne

Elles se rémunèrent principalement via une commission sur la vente, mais également via des frais fixes (frais d'insertion et options de mise en avant). Les différentes catégories des places de marché (immobilier, biens de consommation, voiture, etc.) font l'objet de tarifications distinctes. Au sein d'une catégorie, les frais peuvent varier selon différents critères.

Sur eBay, pour la catégorie des biens de consommation et le format enchères, les frais d'insertion varient en fonction du type de biens : 0,05 € pour les catégories produits culturels et de 0,15 à 1 €, selon le prix de départ, pour les autres. La commission, facturée uniquement si la vente a lieu, s'élève à 7 % du prix de vente entre 0,1 et 1000 € et 75 € au-delà. Ebay bénéficie de trois principales sources de revenus :

---

<sup>70</sup> Source : Entretien le 09/07/12 avec Sébastien Touchais, fondateur du site TrocTribu

- Les frais d'insertion des offres payés par les vendeurs particuliers et professionnels dans le cadre de la vente aux enchères et à prix fixe ;
- Les commissions prises sur les ventes réalisées en ligne (enchères et prix fixe) ;
- Les frais publicitaires payés par les annonceurs (régie Horizon Media, Pages Jaunes)<sup>71</sup>

Certains acteurs, tels PriceMinister, choisissent de ne pas prélever de frais d'insertion et prélèvent uniquement une commission. Sur PriceMinister par exemple, celle-ci comprend une partie fixe (de 0,40 à 1,90 €) et une partie variable dégressive par tranche (17 % sur la tranche en deçà de 100 €, 10 % sur la tranche entre 100 et 300 €, 0 % sur la tranche au-delà de 300 €), toutes deux dépendant du prix de vente<sup>72</sup>. Priceminister bénéficie de trois principales sources de revenus :

- Les abonnements payés par les vendeurs professionnels pour insérer leur offre sur la plateforme (39 € HT par mois)
- Les commissions prises sur les ventes réalisées en ligne
- Les frais publicitaires payés par les annonceurs (régies : régie interne + 3W Régie filiale de Cdiscount)<sup>73</sup>

#### ► Mode de croissance

La croissance des sites internet de mise en relation, comme de nombreux autres sites internet, repose sur un mécanisme vertueux : au-delà d'une certaine masse critique, cette croissance s'auto-entretient<sup>74</sup>. Un nombre important d'annonces attire un nombre important de visiteurs cherchant à acheter, qui à leur tour peuvent être tentés de déposer une annonce. Le tout garantit l'efficacité du site : les vendeurs trouvent des acheteurs rapidement, et les acheteurs trouvent rapidement ce qu'ils cherchent. Cette efficacité apporte au site un avantage concurrentiel. L'exemple de Leboncoin.fr peut illustrer cette affirmation : le site concentrant le plus grand nombre d'annonces du secteur (plus de 18 millions à date), il offre une garantie plus élevée aux vendeurs de trouver des acheteurs, et aux acheteurs de trouver ce qu'ils cherchent.

## Analyse quantitative

### **Chiffre d'affaires et résultats économiques**

Le chiffre d'affaires 2013 des sites d'annonces et des places de marchés sont respectivement estimés à 56 M€ et 4 M€. Ce sont les chiffres des sites internet associés à la vente d'objets d'occasion dans le périmètre de l'étude, et non les volumes des transactions qui n'ont pas pu être estimés.

D'après l'étude « La distribution de biens de consommation d'occasion » de Xerfi, les sites d'annonces représentent 19% du marché de l'occasion en volume d'affaires et leur volume d'affaires total (toutes catégories d'objets confondues) peut donc être estimé à 1 025 M€ en 2013. De la même façon, Les places de de marché BtoC et CtoC représenteraient quant à elles un volume d'affaires de 12% soit 660 M€.<sup>75</sup>

---

<sup>71</sup> Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

<sup>72</sup> Site internet Priceminister.fr

<sup>73</sup> Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

<sup>74</sup> Entretien téléphonique le 16/05/12 avec Vivastreet.fr

<sup>75</sup> Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

Le tableau ci-dessous présente des estimations du chiffre d'affaires du site Le Bon Coin et des autres sites d'annonces et illustre le monopole du site.

**Tableau 51 - Evolution du chiffre d'affaires des sites d'annonces au titre des activités de réemploi entre 2010 et 2013**

Chiffre d'affaires	2010	2013
Le Bon Coin	36 M€	45 M€
Autres sites d'annonces gratuites	19 M€	11 M€

Les deux acteurs leaders des places de marchés majeurs sont eBay France et PriceMinister. La part de marché des autres acteurs est négligeable.

**Tableau 52 - Evolution du chiffre d'affaires des places de marché au titre des activités de réemploi entre 2010 et 2013**

Chiffre d'affaires	2010	2013
EBAY	3 M€	2 M€
PriceMinister	3 M€	2 M€

Ces estimations sont le fruit d'estimations et d'extrapolations réalisées sur la base d'entretiens, de données bibliographiques, et de relevés statistiques menés sur une échelle de temps restreinte.

### **Structure du marché**

Au sein des sites internet de mise en relation, certains sites proposent à la fois les services de place de marché et de site d'annonces. Ainsi, eBay a par exemple lancé un service de petites annonces gratuites destiné aux particuliers en 2007 et l'a étendu à tous les types de biens depuis 2009.

D'après l'étude Xerfi 2013<sup>76</sup>, un audit réalisé en janvier 2013 a révélé que 19,2 millions d'annonces sont publiées par an dont 80 % sur Le Bon Coin. Sur le secteur des sites d'annonces gratuites, les principaux acteurs en termes de nombre d'annonces en ligne sont les suivants :

**Tableau 53 - Classement des sites d'annonces gratuites par nombre d'annonces en janvier 2013**

Rang	Nom	Nombre d'annonces en 2013 selon l'étude Xerfi <sup>77</sup> (en millions)
1	Leboncoin.fr	15,7

<sup>76</sup> Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

<sup>77</sup> Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

2	Trefle.com	2,3
3	Vivastreet.fr	0,7
4	Toutypasse.com	0,3
5	Marche.fr	0,3

### Ressources humaines

Le nombre de personnes occupées par les activités de réemploi des sites internet a été estimé sur la base d'entretiens et de données bibliographiques. La part d'annonces appartenant au périmètre de l'étude a été appliquée au nombre total d'employés estimé des sites.

Tableau 54 - Evolution de l'effectif total occupé par les activités de réemploi entre 2010 et 2013

Effectif total en ETP	2010	2013
Le Bon Coin	67	125
Autres sites d'annonces gratuites	35	29
EBay	7	6
Price Minister	7	6

L'acteur majeur du secteur des sites d'annonces, Leboncoin.fr, emploie une équipe d'environ 125 ETP en 2013 contre 67 en 2010.

### 3. Analyse de la chaîne de valeur

Les sites de mise en relation proposent le même service que les dépôts-ventes, à la différence que leur offre est centralisée sur internet et qu'ils n'assurent pas le stockage et la transaction des biens. Pour les vendeurs, il s'agit principalement de mettre en valeur le bien en vente auprès d'un grand nombre d'acheteurs potentiels et de les conseiller pour la fixation du prix. Pour les acheteurs, il s'agit de proposer une offre la plus large possible, accessible via des annonces de qualité.

De plus, certains sites agissent entre le vendeur et l'acheteur comme tiers de confiance, garantissant le bon déroulement de la transaction financière, voire parfois le bon déroulement de la transaction matérielle (modalités d'envoi à respecter par le vendeur pour valider la vente, partenariat avec La Poste pour l'impression à domicile du bon Colissimo, etc.).

#### L'offre d'achat

##### Spécificités de l'approvisionnement

Concernant les places de marché en ligne, les vendeurs sur eBay ont le choix entre deux formats : les enchères ou les prix fixes. Le format des enchères permet au vendeur de vendre son bien au prix offert par la demande, sous réserve qu'un nombre suffisant d'acheteurs potentiels accède à l'annonce. Le format prix fixe est peu adapté à la vente de produits d'occasion et est plutôt utilisé par les vendeurs professionnels pour vendre des biens neufs, sauf dans le cas où le vendeur possède déjà une bonne estimation de la valeur de son bien. Dans le marché de l'occasion, ce format est notamment utilisé par une clientèle féminine ayant pris l'habitude de revendre une partie de leur garde-robe après l'avoir peu portée.

### ► Estimation des biens

Bien qu'il n'existe pas de « juste prix » d'un objet d'occasion, les places de marché en ligne, contrairement aux sites d'annonces, aident de diverses manières les vendeurs à estimer la valeur de leur bien. Le système d'enchères proposé par eBay permet ainsi de déterminer l'acheteur le plus offrant, cependant certains acheteurs utilisent des logiciels (non autorisés par la plateforme) pour enchérir automatiquement juste avant la fin de l'enchère, ce qui peut fausser l'établissement de la demande.

L'offre de PriceMinister repose sur l'identification du bien vendu via son code EAN13 (ou code-barres) au sein d'une base de données de centaines de milliers de références. Le site est alors en mesure de fournir au vendeur un prix conseillé, établi via un algorithme : par défaut la moitié du prix neuf de référence, affiné à partir de l'état du bien, de la décote observée sur ce type de biens, de la présence de vendeurs à des prix plus bas, des souhaits déjà déposés par des acheteurs, etc. De plus, la base de données constituée par l'ensemble des ventes terminées offre également des renseignements importants pour établir la valeur du bien.

### ► Modes d'approvisionnement

Dans le cas d'une transaction CtoC, il n'est pas question d'approvisionnement du site de mise en relation à proprement parler. Il appartient au vendeur de fixer les modalités de la livraison, en lien avec les préférences et la localisation de l'acheteur.

### ► Partenariats d'approvisionnement

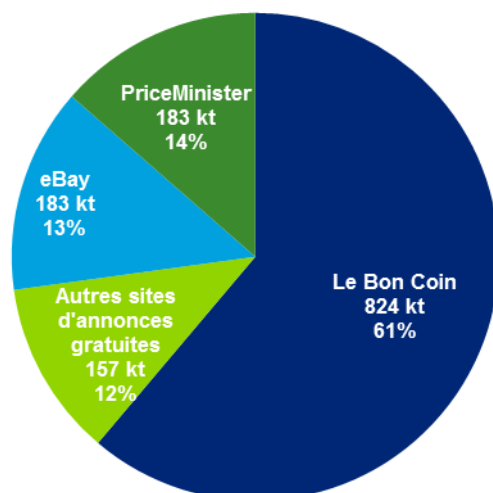
Dans le cas de transactions de produits d'occasion, on observe certains partenariats d'approvisionnement. Par exemple, eBay a conclu un partenariat avec Cash Express pour vendre ses biens sur internet.

### ► Flux d'approvisionnement

Aucune étude n'est disponible à date sur les flux de produits d'occasion échangés sur les sites internet de mise en relation. Dans le cadre de cette étude, une estimation des flux d'approvisionnement a donc été réalisée, sur la base de plusieurs hypothèses décrites plus bas et dont les résultats sont détaillés ci-après.

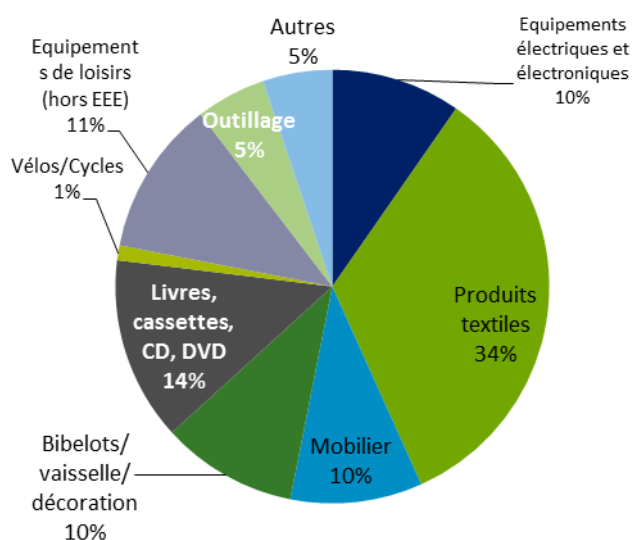
En 2013, ~1,3 Mt d'objets d'occasion compris dans le périmètre de l'étude ont été proposés à la vente contre ~1, 5 Mt en 2010. Les flux sont répartis de la manière suivante entre les différents acteurs :



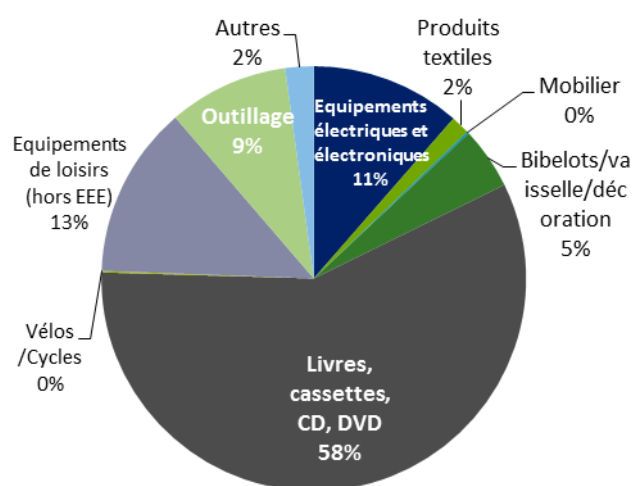


**Figure 77 - Répartition des quantités de biens mis en vente par les sites internet de mise en relation en 2013**

Par ailleurs, la répartition des annonces par catégorie de produits a pu être estimée en nombre d'unités :



**Figure 78 - Répartition des quantités de biens mis en vente en 2013 en nombre d'unités sur le Bon Coin par catégories de biens**



**Figure 79 - Répartition des quantités de biens mis en vente en 2013 en nombre d'unités sur eBay par catégories de biens**

Les quantités de biens mis en vente sont issues d'extrapolations sur la base de relevés statistiques réalisés en juin 2014.

## Les attentes des vendeurs

### ▶ Vendeurs et spécificités

En 2014, 38% des français ayant vendu ou échangé un objet d'occasion déclaraient l'avoir fait pour la dernière fois sur un site internet soit le moyen le privilégié des français. Ce pourcentage baisse toutefois de 4 points par rapport à 2012.<sup>78</sup>

Toutefois le CREDOC<sup>79</sup> estimait en 2007 à 16% la part des consommateurs déclarant avoir déjà vendu un produit d'occasion sur internet. L'achat sur internet a donc explosé ces 10 dernières années.

Enfin, les motivations à la vente de biens d'occasion sur internet, selon Opinionway<sup>80</sup>, sont principalement :

- réduire le gaspillage, éviter de jeter ;
- acheter moins cher ;
- faire de la place chez soi ;
- trouver des articles rares ou épuisés ;
- augmenter ses revenus.

## L'offre de vente

### Spécificités de l'offre

#### ▶ Produits d'occasion et produits neufs

Une des spécificités du circuit internet au sein du marché de l'occasion est d'être associé à une offre de produits neufs importante en proportion. Comme mentionné, cette proportion est plus importante pour les places de marché en ligne que pour les sites d'annonces.

La philosophie des sites d'annonces est généralement de proposer des objets d'occasion uniquement. Des produits neufs sont tout de même échangés sur ces sites. La recherche par critère neuf/d'occasion n'est pas proposée sur ces sites. On sait cependant que les annonces des particuliers concernent exclusivement des produits d'occasion. Pour Leboncoin.fr, leur part a été estimée à 90% sur la base de relevés statistiques réalisés en juin 2013.

#### ▶ Flux vendus

Le nombre total de biens vendus a été estimées à 270 kt en 2013 soit **72% pour les sites d'annonces et 28% pour les places de marché.**

---

<sup>78</sup> Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi des produits, ADEME, 2014

<sup>79</sup> Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC), Acheter d'occasion sur internet, décembre 2007

<sup>80</sup> Opinionway, « Baromètre du CtoC 2011 » pour Priceminister et La Poste.

**Tableau 55 - Evolution des quantités totales de biens mis en vente sur les sites internet de mise en relation entre 2010 et 2013**

Quantités totales de biens mis en vente (t)	2010	2013
Le Bon Coin	140 000	165 000
Autres sites d'annonces gratuites	48 000	31 000
EBay	54 000	37 000
Price Minister	54 000	37 000

Les quantités de biens vendus ont été estimées sur la base de sources et de dires d'experts et selon des méthodologies détaillées ci-dessous :

- Sites d'annonces en ligne

PARAMETRES DU CALCUL	SOURCES	METHODOLOGIE	CALCUL
Nombre d'annonces/période de temps pour Leboncoin.fr sur 1 an	Leboncoin.fr (relevés sur le site du mois de mai)	* Moyenne du nombre d'annonces soumises pour deux mois, extrapolé à 1 an (fréquence de renouvellement : 2 mois) * Ajustement de la segmentation du site à celle de l'étude.	a
Répétition d'une même annonce sur différents sites	Leboncoin.fr (Virginie Colonnier-Poirel) - Comité de Pilotage Intermédiaire du panorama 2012.	Si différent de 1, dans quelles proportions ?	b
Taux moyen de succès, de transaction effective	eBay	Nombre moyen de transaction effective des biens d'occasions sans distinction de catégorie.	c
Poids équivalent moyen (kg)	Abaque	Moyenne des poids de référence des objets de l'abaque entrant dans une même catégorie de produits.	d
<b>Quantités de produits réemployés (Leboncoin)</b>			=a*(1/b)*c*d*0,00
Part de marché (PDM) de Leboncoin.fr	Etude Xerfi janvier 2013 sur le marché de l'occasion	Exprimée par le nombre d'annonces gratuites en ligne en janvier 2013 (cf ci-dessous)	e
<b>Quantités de produits réemployés en 2014 (Total)</b>			=a*(1/b)*c*d*(1/e)*0,001

**Figure 80 - Sources et méthodologies de calcul pour les sites d'annonces en ligne**

- Places de marché

Paramètres de calcul	Sources	Méthodologie	CALCUL
Nombre d'annonces/an	Relevé sur le site eBay	relevé statistique à un instant t (11/07/2012), extrapolation et hypothèse : 1 annonce = 1 bien	a
Répétition d'une même annonce sur différents sites	Expert au sein d'un site de mise en relation en ligne	Comité de Pilotage Intermédiaire du 12 juin 2012	b
Taux moyen de succès, de transaction effective	Expert au sein d'un site de mise en relation en ligne	Nombre moyen de transaction effective des biens d'occasions sans distinction de catégorie.	c
Poids équivalent moyen (kg)	Abaque	Moyenne des poids de référence des objets de l'abaque entrant dans une même catégorie de produits.	d
<b>Quantités de produits réemployés en 2014 (Ebay)</b>			=a*(1/b)*c*d*0,00
Part de marché (PDM) de eBay	Etude Xerfi janvier 2013 sur la distribution des biens de consommation et hypothèses BIO	Xerfi présente uniquement 2 acteurs dont l'audience est semblable : PriceMinister et eBay. Hypothèse : ces 2 acteurs se partagent le marché à part égale.	e
<b>Quantités de produits réemployés en 2014 (Total)</b>			=a*(1/b)*c*d*(1/e)*0,001

**Figure 81 - Sources et méthodologies de calcul pour les places de marché**

Le niveau de fiabilité des informations quantitatives liées aux flux de biens est jugé moyen en raison des points suivants :

- Les flux de biens sont issus d'extrapolation sur la base de relevés statistiques.
- Les biens qui ne sont pas revendus sur les sites internet de mise en relation et dans les dépôts-vente sont redonnés à leurs propriétaires et circulent à nouveau sur le marché

Octobre 2014

- De nombreuses structures de l'ESS et du secteur de l'occasion ont recours au Bon Coin pour vendre leurs produits. Envie est le réseau de l'ESS le plus présent sur internet et estime à 2 M€ le chiffre d'affaires des structures réalisé par le biais du Bon Coin en 2013, soit 13% de son chiffre d'affaires cette année-là. Emmaüs a réalisé au niveau national un test de mise en ligne de plusieurs boutiques qui a principalement permis d'identifier les freins : les initiatives restent donc locales et la part de vente sur internet négligeable. Seulement les volumes vendus par les structures de l'occasion ne sont pas connus et faute d'être capable de les dissocier, les flux sont comptabilisés à 2 reprises, au sein des sites internet et lors du calcul des flux des structures en question.

### **Stratégie d'offre**

Certains commerces en ligne proposent une offre d'occasion via une place de marché rattachée à leur offre de produits neufs. Il s'agit de commerces spécialisés dans les produits culturels, tels Amazon Marketplace ou Fnac Marketplace. Bien que leur offre de produits neufs couvre également d'autres catégories, comme par exemple les équipements audiovisuels et informatiques ou encore le petit électroménager, le dépôt virtuel de biens d'occasion n'est possible que pour les produits culturels (CD/DVD/cassettes, jeux vidéo, livres). Ces biens constituant simplement un support à une œuvre artistique, ils sont plus facilement identifiables que les autres types de biens, ce qui permet au vendeur d'intégrer son produit d'occasion au sein de l'offre de produits neufs, et à l'acheteur de facilement retrouver la référence qu'il recherche.

Pour garantir la qualité des annonces et de leur accès, les sites ont recours à un contrôle plus ou moins important des nouvelles annonces diffusées par les vendeurs : application du règlement du site concernant les objets non autorisés, déplacement des annonces placées dans une catégorie non adaptée, etc. Pour faire face au nombre important d'annonces à contrôler, cette modération est assistée par des algorithmes informatiques détectant les annonces non adéquates. Il s'agit tout de même d'une activité consommatrice en ressources humaines : chez eBay, à l'échelle du groupe en 2010, 2 000 salariés sur 7 000 faisaient partie du service client associé. Certains sites internet autorisent la publication immédiate de l'annonce après une vérification par l'algorithme (Leboncoin.fr notamment). D'autres sites internet passent par des équipes de modérateurs pour vérifier les nouvelles annonces.

#### **► Prix**

Il est difficile d'apprécier la différence entre les prix moyens pratiqués par les vendeurs pour les produits d'occasion sur les sites internet par rapport aux prix des produits équivalents neufs. Les différents types de biens peuvent regrouper des produits de valeurs très différentes, et les entreprises ne communiquent pas sur ces chiffres.

Par exemple, les sites d'annonces n'exercent pas de contrôle sur les prix. Ils se rémunèrent sur des éléments non corrélés au prix de vente (options payantes, publicité). Le prix de vente est lui fixé par les vendeurs. Ils ne suivent donc pas cet indicateur.

Pour une catégorie précise, il est possible d'approcher un prix moyen. Par exemple, les robes de mariée d'occasion étaient vendues en 2011 sur eBay en moyenne à 135 €. Le prix du neuf peut varier de 150 à 8 000 € mais la moyenne en France est de 800 €, ce qui permet d'avoir une idée de la différence de prix. Cependant, ceci est purement indicatif puisque cet écart varie significativement selon le type de biens.

#### **► Paiement**

Certaines places de marché proposent de prendre en charge ou de garantir la sécurité de la transaction financière, mais ce n'est pas systématique. Par exemple, les acheteurs sur eBay règlent directement leur achat auprès du vendeur, lequel peut pour ce faire proposer plusieurs modes de paiement. Le mode de paiement Paypal (appartenant au groupe eBay), obligatoirement proposé par le vendeur, offre une couverture pour le vendeur (en cas d'opposition au paiement non fondée de la part de l'acheteur) et une couverture pour l'acheteur (en cas de transaction matérielle non conforme à l'annonce), dans certaines conditions et pour certains types de biens. PriceMinister a adopté un système différent pour garantir la transaction financière et matérielle : l'acheteur paie le prix de vente

au site, qui reverse au vendeur, une fois que l'acheteur confirme la réception de sa commande, le prix de vente minoré de la commission et augmenté d'un remboursement forfaitaire des frais de port<sup>189</sup>.

#### ► Promotion et actions marketing mises en place

De par leur position, les sites internet de mise en relation ont pour cible aussi bien les vendeurs que les acheteurs. La présence des uns est nécessaire pour attirer les autres. Cependant, les leviers d'action sont plus importants pour attirer les vendeurs et augmenter l'offre (campagne promotionnelle de gratuité des frais d'insertion par exemple) que pour attirer les acheteurs. L'offre de vente étant très variable, il n'est pas possible de faire de promotion sur les produits d'occasion proposés à la vente puisque ceux-ci varient en permanence.

Pour attirer les acheteurs, les sites d'annonces et places de marché utilisent la technique marketing de l'affiliation. L'affiliation est un partenariat entre un éditeur de site et un site commercial (eBay, PriceMinister, Leboncoin.fr, etc.) cherchant à développer ses ventes en ligne. L'éditeur de site intègre en miroir une partie de l'offre du site internet de mise en relation (correspondant au centre d'intérêt de l'internaute) et redirige les internautes vers le site commercial, en échange d'une rémunération.

De manière plus générale, pour un site internet les moyens pour attirer vendeurs et acheteurs, reposent sur l'ergonomie et le design du site. Les sites internet évoluent régulièrement pour s'adapter aux exigences des internautes : meilleure disposition des photos, plus grande visibilité des produits, outils de recherche plus performants, service de géolocalisation, sont des éléments importants. Les sites internet de mise en relation se développent aussi vers les applications mobiles : Vivastreet.fr, Leboncoin.fr et eBay.fr, pour ne citer qu'eux, proposent chacun une application permettant de photographier un bien et de le mettre en ligne rapidement sur le site.

#### **Les attentes des acheteurs**

En 2014, 20% des français ayant acheté ou échangé un objet d'occasion déclaraient l'avoir fait pour la dernière fois sur un site internet. C'est le moyen de vente privilégié mais ça ne l'est pas en termes d'achat puis qu'il est devancé par l'achat auprès d'une connaissance ou d'un intermédiaire de l'entourage des acheteurs. La part de personnes a toutefois augmenté de 18 points par rapport à 2004 soit une révolution des pratiques d'achat.<sup>81</sup>

Les attentes principales des acheteurs sur internet en 2011 sont principalement :

- le besoin de garantie sur les produits achetés ;
- des frais de ports adaptés ;
- un service d'assistance en cas de litige.

Selon eBay, en 2010, ces profils de vendeurs et d'acheteurs d'occasion sur internet, de même que celui des autres internautes, tendaient à s'équilibrer et rejoindre celui de la population française. Leboncoin.fr confirmait ce fait en 2012 : le profil type de l'internaute consultant Leboncoin.fr était sensiblement identique à celui de l'internaute français moyen.

---

<sup>81</sup> Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi des produits, ADEME, 2014

**Tableau 56 : Composition de l'audience de Leboncoin.fr en % par rapport à l'audience type en France, janvier 2012 (source : Médiamétrie)**

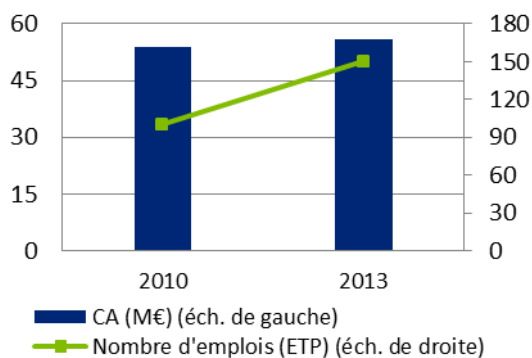
Critères	Internaute Français	Internaute Leboncoin.fr
Hommes	49.4%	49.2%
Femmes	50.6%	50.8%
2 à 11 ans	2.9%	8.1%
12 à 24 ans	11%	17.2%
25 à 34 ans	21.9%	15.5%
35 à 49 ans	35.3%	26.6%
50 ans et plus	28.8%	32.5%
CSP+	27.6%	22.7%
CSP-	39.4%	31.3%
Pas d'enfants	52.6%	53.2%
1 enfant ou +	47.4%	46.8%

De manière générale, il faut noter que les acheteurs sont souvent aussi des vendeurs. Opinionway notait également en 2011 que deux vendeurs sur trois sont aussi acheteurs.

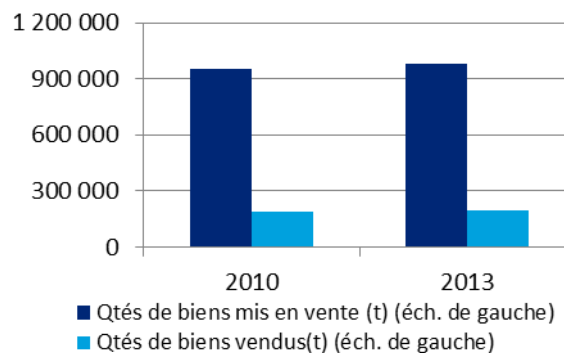
#### 4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2010

##### Tendances d'évolutions

###### Sites d'annonces

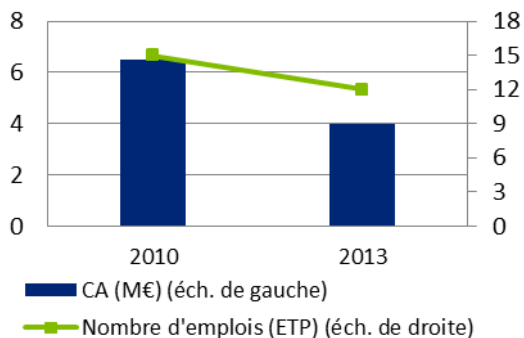


**Figure 82 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2013**

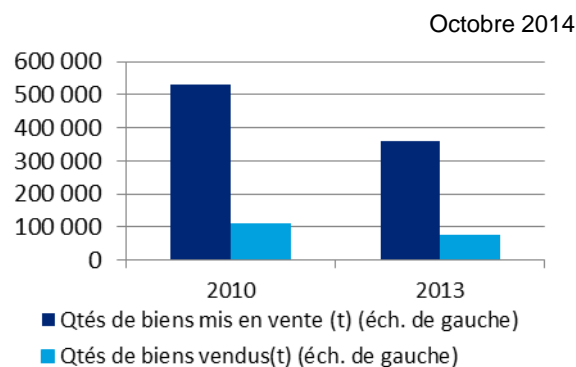


**Figure 83 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2013**

###### Places de marché



**Figure 84 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013**



**Figure 85 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013**

### Remarque

La méthodologie d'estimation des quantités collectées puis réutilisées et réemployées a été revue pour les données 2013. La comparaison 2010/2013 est donc à prendre avec précaution.

### Tendances d'évolution

Globalement, le secteur des sites internet de mise en relation est en croissance sur le marché d'occasion et remporte des parts de marché aux autres acteurs de l'occasion. L'audience des sites internet de mise en relation suit la **tendance à la généralisation et à la démocratisation de l'usage d'internet** dans les foyers français, renforcée par l'émergence d'une **consommation plus collaborative**.

Depuis 2012, **leboncoin.fr s'est imposé en réalisant une croissance de 25% de son chiffre d'affaires entre 2010 et 2013** grâce à un modèle simple et gratuit alors que ses deux concurrents principaux, eBay et Priceminister, prélèvent une commission sur la vente. Ces derniers se réorientent ainsi vers le BtoC (voir Définitions) suite à une décroissance de près de 40% de leur chiffre d'affaires entre 2010 et 2013. A l'inverse de celles de leboncoin.fr, les quantités de biens d'occasion vendus sur les places de marché ont diminué de moitié entre 2012 et 2014. La situation a évolué vers un **oligopole à frange BtoC** (voir Définitions)<sup>82</sup>.

La **tendance est à la concentration** en raison des effets de réseaux croisés : l'utilité d'une plateforme pour les acheteurs croît lorsque le nombre de vendeurs croît et vice-versa. Ainsi le chiffre d'affaires réalisé par les sites d'annonces concurrents de leboncoin.fr a chuté de près de 80%. Toutefois, le marché a vu **l'arrivée récente de nombreux nouveaux entrants**, des e-commerçants multi spécialistes avec une place de marché mais aussi des sites spécialisés dans l'occasion s'affrontant sur le terrain de l'offre plutôt que sur celui du business model. On pourrait donc voir évoluer la

<sup>82</sup> La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta

Octobre 2014

situation vers un monopole à frange BtoC (voir Définitions): leboncoin serait opposé à une multitude de plateformes thématiques.<sup>83</sup>

**Développement de la présence sur téléphones mobiles.** Cette tendance, déjà identifiée en 2010 et 2012, s'est renforcée depuis. **La population française est de plus en plus connectée à internet**, y compris via les téléphones portables. Aujourd'hui, les principaux acteurs des sites internet de mise en relation développent leur présence sur les supports mobiles.

**Les sites internet ne représentent plus uniquement des concurrents** pour les acteurs du secteur du réemploi et de la réutilisation mais aussi **des partenaires**. Certaines structures des grands réseaux spécialisés réalisent jusqu'à la moitié de leur chiffre d'affaires grâce aux sites internet. Les dépôts-vente et les revendeurs mettent aussi progressivement en place des vitrines sur ces sites.

Depuis quelques années, des sites de troc comme Troc.com se développent et semblent se spécialiser sur des types de biens.





---

<sup>83</sup> La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta



## Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

Tableau 57 : L'évaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012

RECOMMANDATIONS 2012	ANALYSE DES RETOMBÉES		LIMITES ET RECOMMANDATIONS
<b>MENER UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION DES INTERNAUTES AUX BONNES PRATIQUES D'ACHAT EN LIGNE</b>		<p>Aucune campagne de sensibilisation n'a été identifiée.</p> <p>Seul eBay a réalisé des efforts afin d'éduquer ses acheteurs en proposant dans un espace sécurisé des leçons sur les différents aspects de l'achat. Les autres sites internet de mise en relation se contentent de mettre en ligne les réglementations et une série de questions/réponses.</p>	<p>Il y a un travail de sensibilisation à faire pour prévenir les risques d'excès (achat compulsif, vente à perte, prix excessifs) qui freinent le développement du marché de l'occasion de façon générale. Internet est en effet dorénavant utilisé par l'ensemble des acteurs du secteur de l'occasion mais aussi progressivement par ceux du secteur de l'ESS.</p>
<b>RELAYER PAR DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION LOCALES LES CAMPAGNES DE PROMOTION DU REEMPLOI (GUIDES LOCAUX DU REEMPLOI)</b>		<p>RAS</p>	<p>RAS</p>
<b>METTRE EN PLACE DES INDICATEURS DE SUIVI ET ASSURER UN SUIVI REGULIER DES ACTIVITES DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION (REPORTING ANNUEL CHIFFRE + ENTRETIENS QUALITATIFS TOUS LES DEUX ANS)</b>		<p>RAS</p>	<p>RAS</p>
<b>MENER DES PROJETS DE RECHERCHE DEDIES A LA THEMATIQUE DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION</b>		<p>Leboncoin.fr est régulièrement sollicité par des chercheurs sur les thématiques suivantes : achat/vente d'objets d'occasion, catégories les plus vendues.</p>	<p>RAS</p>

## Les freins à l'activité en 2014

### ► Frein lié à la sécurité en ligne

L'un des principaux freins à l'activité des sites internet de mise en relation est la sécurité des transactions en ligne. C'est une préoccupation plus présente lorsque vendeur et acheteur ne se rencontrent pas physiquement. Cela peut représenter une barrière importante pour certains internautes.

La plupart des sites internet de mise en relation diffusent des messages bien visibles à différents stades de la transaction pour aider les vendeurs et les acheteurs à éviter les pièges. Ils proposent aussi une fonction pour signaler un contenu abusif. Toutefois, prévenir les risques d'escroqueries reste un enjeu majeur. Le défaut de paiement est toujours le principal frein au développement cité par les internautes.


### ► Frein sociologique : sensibiliser les internautes aux bonnes pratiques d'achat/vente

Le secteur de l'achat vente sur internet est encore jeune. Il faut encore éduquer les consommateurs au bon comportement sur internet, afin de prévenir les excès (achat compulsif, vente à perte, prix excessifs). Il y a un travail de sensibilisation en ce sens à réaliser auprès des internautes. Afin de tenir leur rôle pédagogique, les acteurs donnent donc des conseils sur leur site internet.

### ► Frein structurel : complexité d'une interface impersonnelle

Même si la plupart des français sont sensibilisés aux nouvelles technologies, le fait de ne pas avoir affaire à une personne physique peut représenter un frein, en particulier pour certaines classes d'âges. Dans ce cas, la simplicité et l'intuitivité de l'interface du site internet sont des atouts majeurs. Pour pallier à cela, certains sites développent un service consommateur accessible 24 heures sur 24 permettant de parler à quelqu'un quand c'est nécessaire. La première raison citée pour le non-achat sur internet est « Je préfère voir le produit avant de l'acheter », et le niveau de confiance des internautes envers le service après-vente des sites d'achat-vente est cité comme le frein principal à la confiance dans l'achat en CtoC<sup>191</sup>.

## ANNEXE IV.2 Les revendeurs

<b>Principaux réseaux</b>	
	
<b>Définition</b>	Acteurs de l'occasion achetant un bien à un vendeur pour le revendre à un acheteur, au niveau d'une implantation physique.
<b>Spécificités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Paiement immédiat du vendeur</li> <li>➔ Rémunération via une plus-value entre prix d'achat et prix de revente (environ 50%)</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2013)</b>	~ 700 implantations, dont ~ 50% d'indépendants
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi (2013)</b>	~ 1800 salariés en 2012 pour les 5 principaux réseaux (7 salariés par point de vente standard, 3 pour les petits formats)
<b>Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2013</b>	~ Environ 200 000 tonnes de biens d'occasion pour les 5 principaux réseaux. Tous les flux collectés sont revendus d'après les dires d'un expert du secteur
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2013 (€)</b>	~ 280M€ réalisés sous enseigne pour les 5 principaux réseaux
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché de l'achat-vente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un secteur en croissance et se concentrant</li> <li>- Développement de points de vente de petit format en centre-ville</li> <li>- Démocratisation de l'achat d'occasion</li> <li>- Une concurrence externe limitée mais une concurrence interne (entre revendeurs) importante</li> <li>- Une frontière de plus en plus floue avec les dépôts-ventes</li> </ul>
<b>Principaux freins à l'activité d'achat-vente identifiés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il est difficile de trouver des locaux adéquats à des prix abordables</li> <li>- La crise économique limite le développement du secteur</li> <li>- Une évolution des attentes des consommateurs au détriment des revendeurs</li> </ul>

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

Cette fiche a été réalisée sur la base des sources d'information suivantes :

- Etude sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisée en 2010 par BIO Intelligence Service pour le compte de l'ADEME ;
- Etude sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisée en 2012 par BIO Intelligence Service pour le compte de l'ADEME ;
- Entretien téléphonique le 16/04/12 avec Roger Beille, PDG de Cash Express.

Les données quantitatives sont issues :

- Pour l'année 2008 : de l'étude portant sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisée en 2010 ;
- Pour l'année 2011 : de l'entretien téléphonique réalisé le 16/04/12 avec Roger Beille, PDG de Cash Express.
- Pour l'année 2013 : d'estimations sur la base des données de l'année 2011 et de recherches bibliographiques
- Des recherches bibliographiques ont été également été menées. Les sources bibliographiques sont précisées en notes de bas de page tout au long de la fiche.

### Guide de lecture

Les revendeurs communiquent peu d'informations quantitatives brutes et celles-ci ont donc été estimées avec la limite suivante : elles sont le fruit d'estimations et d'extrapolations réalisées sur la base d'entretiens, de données bibliographiques, et de relevés statistiques menés sur une échelle de temps restreinte.

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

### Modèle économique

Parmi les revendeurs (parfois désignés « entreprises d'achat-vente » ou « entreprises d'achat-cash »), on distingue plusieurs types d'acteurs :

- Les structures proposant une offre relativement large de produits non encombrants, généralement sous enseigne de franchise (Cash Converters, Cash Express, Easy Cash) ;
- Certains commerces spécialisés exerçant l'activité de revendeur en plus de leur activité de vente de produits neufs, généralement des produits culturels (Gibert Joseph, Micromania...).

Le premier type d'acteurs représente la majeure partie des flux matériels d'occasion du secteur de l'achat-vente pris en compte dans la présente étude. Les informations sur l'autre type d'acteur et son volume d'activité n'étant pas ou peu disponibles, ils seront présentés de façon qualitative uniquement.

## Historique

Par rapport aux réseaux de dépôt-vente, majoritairement créés entre la fin des années 1970 et le début des années 1980, les réseaux d'achat-vente sont récents (fin des années 1990 - début des années 2000). Le premier à s'implanter en France est Cash Converters en 1994, dix ans après l'ouverture du premier magasin en Australie. La raison de ce décalage tient au fait que l'achat-vente est un concept importé, qui a d'abord fait ses preuves dans des pays anglo-saxons avant d'arriver en France<sup>84</sup>.

Le réseau Cash Converters, développé en France via une master-franchise<sup>85</sup>, est constitué au début des années 2000 de 84 implantations. Ces franchisés jugent les conditions financières de l'enseigne (droit d'entrée, royalties, frais de formation, droit de renouvellement de contrat, rentabilité réelle inférieure à celle annoncée) défavorables vis-à-vis de la concurrence à cause des nombreux niveaux de franchise, et se regroupent en association pour les renégocier. La réorganisation du système de franchise par la maison-mère australienne a permis à certains franchisés de reprendre les master-franchises régionales pour la France, la Suisse et l'Italie. D'autres franchisés se sont au contraire regroupés pour développer des réseaux concurrents : Cash Express, EuroCash, Easy Cash et Happy Cash.

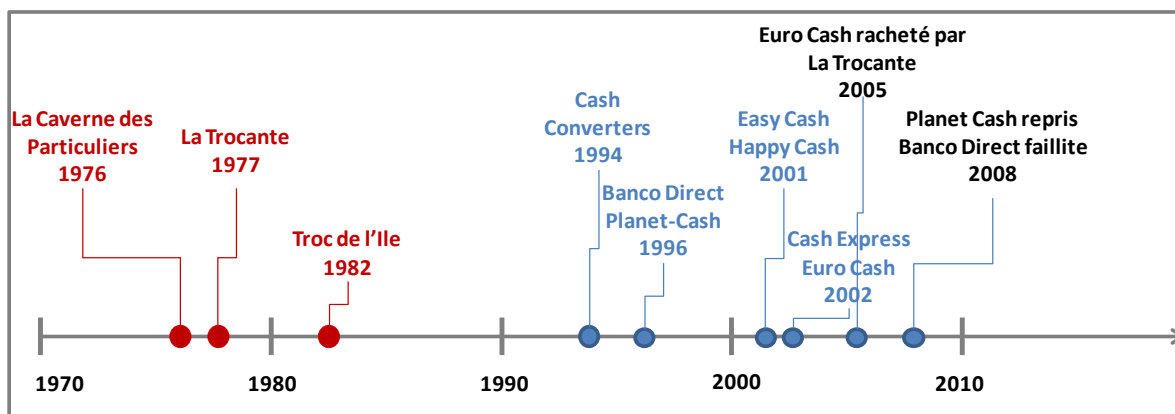


Figure 86 - Principaux mouvements au sein des réseaux de dépôt-vente et d'achat-vente<sup>1</sup>

Comme l'illustre la frise ci-dessus, sept réseaux d'achat-vente ont cohabité entre 1996 et 2009. En 2005, l'enseigne Euro Cash a été rachetée par le réseau de dépôts-ventes La Trocante<sup>86</sup>.

En 2008, Planet Cash et Banco Direct ont été mis en liquidation judiciaire<sup>87</sup>. Planet Cash a cependant été repris par un investisseur, contrairement à Banco Direct. Il reste donc aujourd'hui cinq réseaux d'achat-vente principaux : Cash Converters, Cash Express, Easy Cash, Happy Cash et Planet Cash.

<sup>84</sup> Source : Xerfi, Distribution de biens d'occasion, décembre 2008

<sup>85</sup> La master-franchise consiste à céder à un partenaire local (master) le droit de développer une enseigne sur un territoire, en laissant au master la possibilité d'adapter le concept aux spécificités du pays. Les royalties sont généralement partagées entre la maison-mère et le master, ce qui augmente parfois leur coût pour le franchisé. (Source : <http://www.masterfranchise.fr>)

<sup>86</sup> Source : Observatoire de la franchise : <http://www.franchise-magazine.com/actualite/breves/eurocash-mise-sur-la-master-franchise-regionale-2011.html>

<sup>87</sup> Source : Societe.com : <http://www.societe.com/societe/eurocash-452391675.html> et <http://www.societe.com/societe/banco-direct-developpement-477564546.html>

## Fonctionnement des acteurs du marché

### ► Mode de financement

Les revendeurs se rémunèrent via une marge (plus-value) réalisée entre le prix d'achat et le prix de revente des biens.

La logique du modèle économique des revendeurs est différente de celui des dépôts-ventes. Ces derniers proposent au client-vendeur un service de présentation de son bien aux clients-acheteurs potentiels, le prix de vente est donc fixé d'un commun accord avec le vendeur et l'intérêt des deux parties se rejoignent sur une vente la plus rapide (optimisation de la rotation) et au meilleur prix possible (maximisation de la commission). A l'inverse, les intérêts de l'entreprise d'achat-vente et du fournisseur-vendeur sont opposés en termes de prix de rachat. La vente du bien aux clients-acheteurs suit ensuite la même logique que pour les dépôts-ventes : elle doit être la plus rapide (optimisation de la rotation) et au meilleur prix possible (maximisation de la plus-value).

Le prix de revente étant tributaire de la demande des acheteurs, la plus-value réalisée sur l'achat-vente va dépendre du prix d'achat négocié avec le vendeur. Par ailleurs, si le vendeur désire également acheter un autre produit, une prime au troc lui permet de bénéficier d'un montant en bons d'achat supérieur.

A prix de revente équivalent, la plus-value réalisée par les revendeurs est plus élevée que la commission prélevée par les dépôts-ventes, étant donné que le service fourni au vendeur n'est pas le même : il repart directement avec le montant de sa vente en espèces, sans avoir à attendre la revente de son bien auprès des acheteurs. Ainsi, d'après Cash Express, la marge brute réalisée par un revendeur est de l'ordre de 50% en 2011, contre 30 à 40% pour un dépôt-vente traditionnel.

## Analyse quantitative

### Chiffre d'affaires et résultats économiques

Dans les différentes études disponibles, les revendeurs sont considérés comme une catégorie particulière de dépôts-ventes. Il y a souvent confusion entre ces deux activités. Ainsi, les estimations de chiffre d'affaires disponibles ne distinguent pas ces deux types d'acteurs. Les estimations présentées ci-dessous sont donc issues des informations collectées lors des entretiens réalisés et de sources bibliographiques.

Le chiffre d'affaires sous enseigne des principaux réseaux d'achat-vente **s'élève en 2013 à environ 370 M€, dont environ 276 M€ au titre de l'occasion, soit une augmentation de 50% par rapport à 2011.**

Mis à part ces principaux réseaux, il existe des indépendants et réseaux secondaires de quelques implantations qui représentent 50% du marché environ en nombre de structures. Leur nombre est plus réduit qu'au sein du secteur des dépôts-vente, l'achat-vente nécessitant un important volume de trésorerie. On peut estimer **le chiffre d'affaires 2013 du marché lié à l'occasion aux environs de 315 M€.**

Les chiffres d'affaires ont été estimés selon la méthodologie suivante :

- Principaux réseaux :
  - CA 2011 : source bibliographique ; CA 2010 si CA 2011 non disponible
  - CA 2013 : estimé en fonction du chiffre d'affaires/nombre de magasins annoncé sur les sites des structures ou de l'évolution du nombre de structures
  - CA périmètre de l'étude : multiplication de la part d'objets dans le périmètre de l'étude estimée à 74% à partir du détail des ventes de Cash Express
- Réseaux secondaires et indépendants : les chiffres sont issus d'extrapolations à partir des réponses d'un échantillon d'acteurs à une action de phoning. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 20.

Le secteur est très hétérogène, les réseaux principaux, c'est-à-dire 50% des acteurs en nombre de structures, réalisant 87% du chiffre d'affaires total. Comme le montre Tableau 58 ci-dessous, ces disparités se retrouvent également au sein des principaux réseaux.

Réseau	CA occasion (M€)	
	2011	2013
Cash Converters	52	107
Easy Cash	63	73
Cash Express	55	66
Happy Cash	7	24
Planet Cash	7	6,5
<b>TOTAL</b>	<b>185</b>	<b>276</b>

**Tableau 58 - Evolution entre 2011 et 2013 du chiffre d'affaires sous enseigne et lié à l'occasion des principaux réseaux de revendeurs**

### **Structure du marché**

Les principaux réseaux de dépôts-vente, telles que La Trocante et La Caverne du Particulier proposent en plus de leur activité principale de dépôt-vente une offre d'achat-vente, le vendeur choisissant la formule qui l'intéresse. En 2012, La Trocante réalisait 50 à 70% de son chiffre d'affaires sur de l'achat-vente plutôt que sur son activité de dépôt-vente<sup>88</sup>.

L'ensemble des principaux réseaux ont vu leur nombre de structures augmenter, excepté Planet cash qui semble sur le déclin. Le leader du secteur Cash Converters a vu son parc doubler entre 2011 et 2013.

Le nombre d'implantations des principaux réseaux d'achat-vente généralistes est fourni par le Tableau 59, en se basant sur les informations publiques communiquées par les acteurs.

<sup>88</sup> Toute-la-franchise.com, Septembre 2011, <http://www.toute-la-franchise.com/article-26031-premier-bilan-pour-la-trocante-un-an-apres-le-rachat-par-le-groupe-fitroc.html>

**Tableau 59 - Evolution entre 2011 et 2013 du nombre de structures des principaux réseaux de revendeurs**

Nombre de structures	2011	2013
Cash Converters	58	124
Easy Cash	48	95
Cash Express	68	103
Happy Cash	14	55
Planet Cash	28	13
<b>TOTAL</b>	<b>310</b>	<b>390</b>

Sur la base du recensement réalisé dans le cadre de la mise à jour de l'annuaire des structures de réemploi et de réutilisation en France, le nombre de revendeurs indépendants et appartenant à des réseaux secondaires a été estimé à 324. C'est une estimation basse car le recensement n'est pas exhaustif. **Le nombre total de revendeurs a ainsi estimé à environ 714 (estimation basse).**



Octobre 2014

Selon Cash Express<sup>89</sup>, le concept fonctionne aussi bien en zone rurale qu'en zone urbaine. Les points de vente de surface comprise entre 100 et 300 m<sup>2</sup> sont plutôt implantés en centre-ville, ceux de surface supérieure sont plutôt implantés en zones commerciales.

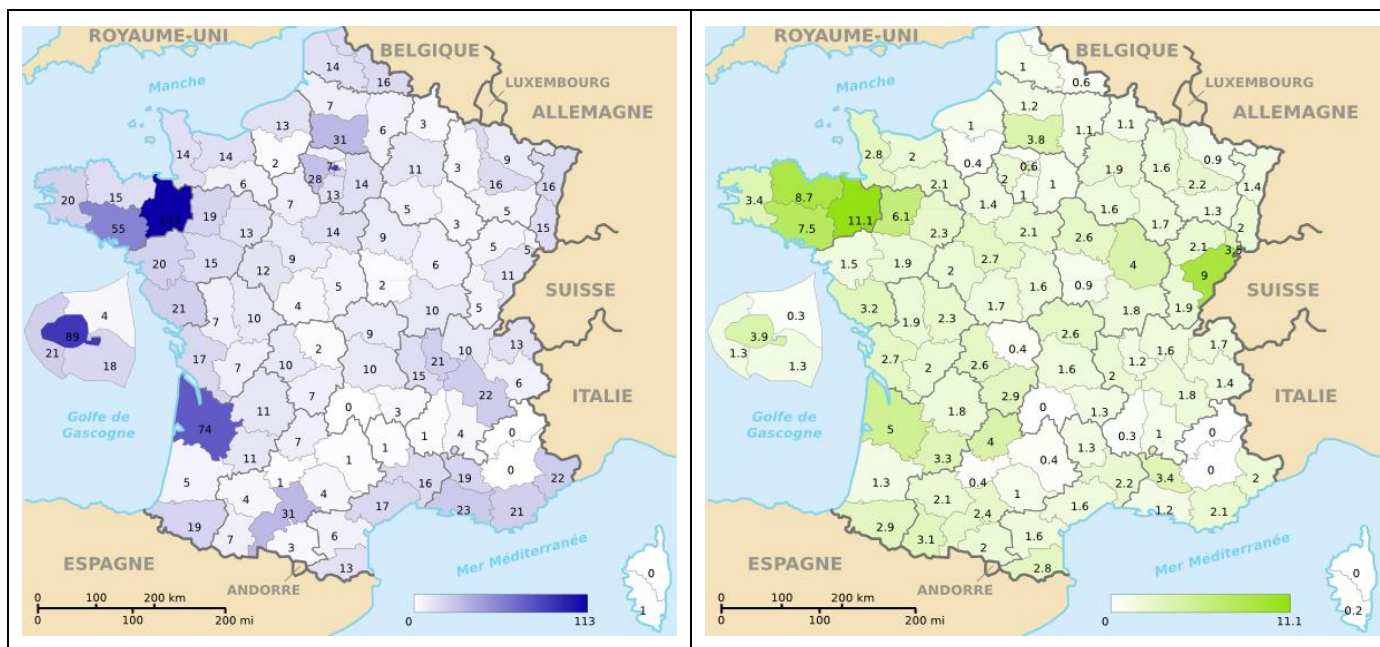
Les deux cartes ci-dessous représentent la répartition géographique des revendeurs recensés lors de la mise à jour de l'annuaire des structures de réemploi et de réutilisation en France. Cette répartition a pour limite que l'annuaire est estimé exhaustif qu'à 80-90%.

Répartition des revendeurs en France par département en 2014

Répartition des revendeurs en France par département pour 1000 habitants en 2014

---

1. <sup>89</sup> Entretien téléphonique réalisé le 16/04/12 avec Roger Beille, PDG de Cash Express.



**Figure 87 - Répartition géographique des revendeurs en France en 2014**

Les enseignes développent actuellement des formats de surface inférieure, de l'ordre de 100 m<sup>2</sup> pour les agglomérations de taille inférieure à 50 000 habitants. Ces nouvelles structures compactes visent une zone de chalandise comprise entre 30 000 et 50 000 habitants.

## Ressources humaines

Aucune estimation du nombre d'emplois du secteur n'est disponible à date.

L'effectif moyen par structure est plus élevé que pour les dépôts-ventes. Par exemple, Troc.com emploie en moyenne quatre salariés par implantation alors que les réseaux importants de dépôts-vente comme Easy Cash, Cash Express et Cash Converters emploient en moyenne sept salariés par implantation (en fonction du chiffre d'affaires et de la superficie, cinq à huit ETP dont 1 à 1,5 caissier – bijoutier, 1,5 à 2 acheteurs, 2 à 4 vendeurs et 0 à 1 responsable des ventes). Les points de vente de petit format, d'environ 100 m<sup>2</sup> de surface et développés par Happy Cash et Planet Cash, emploient environ trois salariés, dirigeant compris.

Les principaux réseaux de revendeurs emploient ainsi de l'ordre de 1 800 ETP au sein des grands réseaux comme détaillé dans le Tableau 60 ci-dessous.

**Tableau 60 - Evolution entre 2011 et 2013 du nombre de personnes occupées par l'occasion au sein des principaux réseaux de revendeurs**

Nombre d'employés (ETP)	2011	2013
Cash Converters	301	643
Easy Cash	249	493
Cash Express	352	534
Happy Cash	31	122
Planet Cash	62	29
<b>TOTAL</b>	<b>996</b>	<b>1 821</b>

Si l'on inclut les réseaux secondaires et indépendants, **le nombre total de personnes occupées par l'occasion au sein du secteur des dépôts-vente peut être estimé à environ 2 150 ETP.**

- Les chiffres des réseaux secondaires et indépendants sont issus d'extrapolations à partir des réponses d'un échantillon d'acteurs à une action de phoning. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 21

## 3. Analyse de la chaîne de valeur

### Les activités exercées

L'activité d'achat-vente s'articule autour de :

- l'achat : test des produits, estimation de leur valeur, négociation avec le vendeur, nettoyage/reconditionnement ;
- la vente : agencement des rayons, présentation des produits et conseil auprès de l'acheteur.

## L'offre d'achat

### **Spécificités de l'approvisionnement**

L'approvisionnement principal des revendeurs provient des produits que leur vendent les particuliers, qui sont ainsi à la fois fournisseurs et clients. L'achat étant l'enjeu principal de l'activité, il s'agit à la fois pour le revendeur d'acheter des biens à un prix minimum afin d'optimiser la plus-value réalisée, mais également de fidéliser le vendeur<sup>90</sup>.

Les structures généralistes ne réparent généralement pas les produits et acceptent uniquement en approvisionnement ceux n'ayant pas de défaut de fonctionnement. S'agissant souvent de produits technologiques, les produits sont testés, soit directement au niveau de la salle de vente devant le client, soit pour les produits nécessitant un diagnostic approfondi via leur « dépôt-test » par le vendeur pour une durée de 48 heures généralement. Dans ces cas, le bien est en dépôt « conditionnel » le temps d'être testé afin de valider le dépôt. Certaines enseignes indiquent nettoyer systématiquement les produits.

Game Cash, réseau d'achat-vente spécialisé sur les jeux vidéo, propose des produits reconditionnés : les disques rayés sont resurfacés et les boîtiers rayés sont remplacés par des neufs.

Chez Cash Express, le prix d'achat est établi à partir d'une base de données contenant plus de 6 millions de références<sup>10</sup> (prix du produit neuf, date de sortie/ancienneté, historique des prix proposés dans le réseau Cash Express et rotations des stocks associées). Ce prix peut faire l'objet de négociations avec le vendeur en fonction de l'état du produit et du nombre en stock.

### **Modes d'approvisionnement**

Étant donné que les biens ne sont pas volumineux en comparaison aux dépôts-ventes (produits high-tech, bien culturels notamment), l'estimation et l'achat se font généralement sur site uniquement, dans un espace achat dédié. Hormis ceux avec dépôt-test préalable, les achats ont lieu directement. Le concept Cash Express promet ainsi aux vendeurs une attente maximale de 20 minutes avant de se voir proposer une offre d'achat.

Une part non négligeable de l'approvisionnement est constituée de produits neufs déstockés ou déclassés ou de second choix provenant de grossistes, de brokers, d'importateurs et de fins de série. Cash Express dispose par exemple d'une centrale de référencement chargée de négocier annuellement auprès de ces fournisseurs les conditions tarifaires applicables à l'ensemble du réseau<sup>10</sup>. La part de produits neufs chez Cash Express est évaluée à 20% du chiffre d'affaires.

### **Flux d'approvisionnement**

Mis à part les rebus de vente qui sont rares, les flux d'approvisionnement sont égaux aux flux vendus (voir partie Flux vendus).

## Les attentes des vendeurs

### **Vendeurs et spécificités**

Chez Cash Express, les vendeurs représentent environ 25 % des clients. Ils ont pour la plupart entre 18 et 35 ans<sup>14</sup>. Les seniors, (35-45 ans) du fait d'une réticence culturelle à revendre leurs biens, sont pour l'instant moins représentés mais ce phénomène est en diminution. On note en particulier depuis 2010 un net recul de leur réticence envers l'achat-vente. En termes de catégorie socioprofessionnelle,

---

<sup>90</sup> Source : entretien réalisé le 16/04/12 avec Roger Beille, PDG de Cash Express.

on constate une clientèle très large qui inclut notamment une part importante de personnes issues des catégories socioprofessionnelles élevées (CSP+).

En termes de fidélisation, Cash Express précise qu'en 2011 un vendeur unique est venu en moyenne 1,8 fois par an vendre cinq produits, pour un total de 57 €. Ces chiffres sont stables depuis 2010.

### Attentes des vendeurs identifiées par les acteurs du marché

Selon Cash Express, la motivation écologique est présente dans la vente de biens d'occasion mais reste secondaire, la motivation première étant économique<sup>14</sup>. Cependant la communication effectuée par les revendeurs, et notamment Cash Express, met l'accent sur les deux aspects afin de déculpabiliser les acheteurs et vendeurs qui hésiteraient à fréquenter leurs magasins. En effet, la dimension économique peut être perçue négativement par certaines catégories de consommateurs (notamment les plus âgés), alors que la dimension écologique est au contraire perçue plus positivement dans un contexte de sensibilisation au développement durable.

## L'offre de vente

### Spécificités de l'offre

Les principaux types de biens pris en charge par les revendeurs généralistes sont les produits culturels (jeux vidéo, CD, DVD), les équipements électriques et électroniques (petit électroménager, équipements audiovisuels (son, image, téléphonie, consoles de jeux vidéo), équipements informatiques et la bijouterie (hors étude). Viennent ensuite les équipements de loisir (instruments de musique, équipements de sport, jouets), la décoration et l'outillage.

La superficie moyenne des magasins de revendeurs généralistes étant inférieure à celle des dépôts-ventes généralistes (300 m<sup>2</sup> contre 1 000 m<sup>2</sup>), les biens encombrants ne sont pas pris en charge. Ainsi, le gros électroménager est très peu proposé et les meubles pas du tout. Le textile n'est pas non plus pris en charge.

La Figure 88 et la Figure 89 montrent par exemple la répartition en 2010 de l'offre Cash Converters proposée via le site de vente en ligne de l'enseigne Toutcash.com, et par l'enseigne Cash Express en 2011.

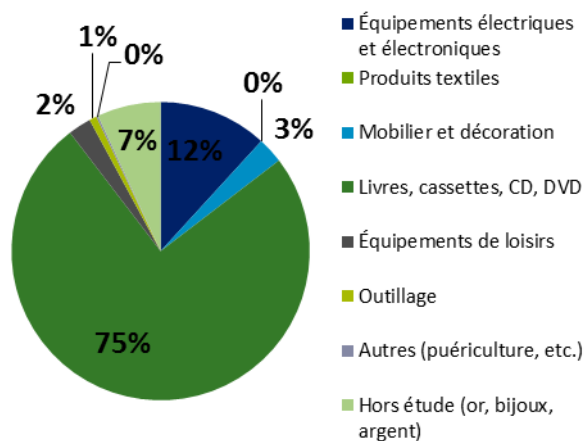


Figure 88 - Répartition de l'offre Cash Converters proposée via Toutcash.com en 2010

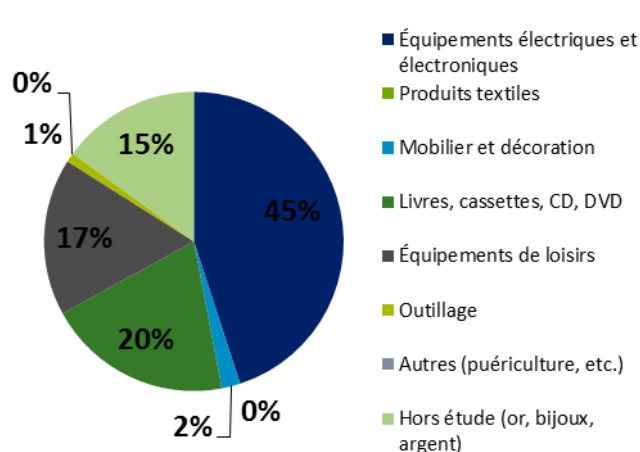


Figure 89 - Répartition de l'offre par Cash Express par types de biens, en 2011

La partie « hors étude » inclut les bijoux, l'or et l'argent. Ces biens ne font pas partie du périmètre de la présente étude, mais sont présentés dans ce tableau car ils comptent pour une part non négligeable de leur chiffre d'affaires. Il est important de noter que l'essor de ces acteurs est en partie dû à l'explosion du prix des matières premières, autant qu'à la crise économique. Même si rapporté à l'ensemble du réseau

Octobre 2014

leur poids est moindre, dans certains magasins ils peuvent compter pour une part très importante du chiffre d'affaires des franchisés<sup>91</sup>.

L'offre proposée par les revendeurs est ainsi différente de celle proposée par les dépôts-ventes. Le Tableau 61 résume les principales différences observées.

---

<sup>91</sup> Source : entretiens téléphoniques réalisés avec Roger Beille, PDG de Cash Express, et Simon Obligi de la Caverne des Particuliers

Type de biens	Présence en dépôt-vente	Présence en achat-vente
<b>Équipements électriques et électroniques</b>		
Gros électroménager froid	+	
Gros électroménager hors froid	+	
Petit électroménager	+	++
Écrans	+	++
Équipements audiovisuels (hors écran)	+	++
Équipements informatiques (hors écran)	+	++
<b>Produits textiles</b>		
Vêtements	+	
Maroquinerie (sacs et accessoires)	+	
Chaussures	+	
Linge de maison		
<b>Mobilier</b>	+	
<b>Bibelots/Vaisselle/Décoration</b>		
Décoration	+	
Luminaires	++	+
Vaisselle	+	
<b>Livres, cassettes, CD, DVD</b>		
CD, DVD, Cassettes	+	++
Livres, revues, BD, etc.	+	+
<b>Équipements de loisirs</b>		
Instruments de musique	+	+
Jouets	++	+
Équipements de sport	+	+
<b>Vélos/Cycles</b>	+	
<b>Outillage</b>		
Bricolage	++	+
Jardinage	+	
<b>Autres</b>		
Puériculture	++	+
Matériel paramédical		
Divers		

**Tableau 61 - Différences entre les offres des dépôts-ventes et des revendeurs  
(+ : présence dans l'offre, ++/+ : offre la plus/moins développée)**

De plus, certains commerces spécialisés exercent l'activité de revendeur en plus de leur activité de vente de produits neufs. Les produits concernés ont généralement la particularité de ne pas être frappés d'obsolescence trop rapidement (produits culturels notamment) :

- Jeux vidéo : quasiment tous les commerces spécialisés de jeux vidéo pratiquent le rachat ou l'échange de jeux d'occasion (Micromania, Game Group, Antares Multimedia, Jeux Vidéo & Co, Dynamite Games, Game Cash, Jeuxvidéo.fr par exemple). Ce marché permet de répondre aux prix élevés et à l'obsolescence rapide de ces produits, qui entraînent un besoin de rotation élevé. ;

- Livres, notamment les manuels d'enseignement scolaire et les livres pratiques (Gibert Joseph, Gibert Jeune, Decitre par exemple) ;
- CD/DVD (Gibert Joseph, Gibert Jeune, quelques indépendants).

Comme vu précédemment, Cash Express réalise 20 % de son chiffre d'affaires sur des produits neufs déstockés ou de second choix. Les biens concernés sont principalement issus des secteurs suivants<sup>92</sup> :

- Les équipements audio (sonorisations hi-fi en éléments séparés), car des prix compétitifs peuvent être atteints sur ces produits étant donné la faible présence d'un commerce organisé sur ce secteur ;
- Le petit électroménager, pour des raisons d'hygiène alimentaire ;
- Les accessoires, afin de compléter l'offre.

La rotation des stocks moyenne chez Cash Express est de 28 jours. Cette fréquence n'a pas évolué depuis 2010 (27 jours).

Les produits qui se vendent le mieux sont ceux faisant l'objet d'un renouvellement technologique rapide, incitant les consommateurs à un renouvellement fréquent et entraînant donc une forte demande d'achat d'occasion (pour éviter le prix élevé du neuf) : jeux vidéo, consoles de jeu, équipements informatiques, etc<sup>14</sup>.

### **Flux vendus**

**Tableau 62 - Evolution entre 2011 et 2013 des flux de vente liés à l'occasion par les principaux réseaux de revendeurs**

Flux de vente des principaux réseaux	2011	2013
Nombre d'objets vendus (unités)	10 000 000	15 000 000
Tonnage des objets vendus (t)	140 000	210 000

En incluant les réseaux secondaires et indépendants, le volume de vente total des revendeurs a été estimé à environ **17 millions d'unités, soit environ 240 000 t.**

<sup>92</sup> Source : entretien téléphonique réalisé avec Roger Beille, PDG de Cash Express



## Méthodologie d'estimation

- Principaux réseaux : les quantités de biens mis en vente par les principaux réseaux ont été calculées sur la base de sources et de dires d'experts et selon des méthodologies détaillées ci-dessous :

PARAMETRES DU CALCUL	SOURCES	METHODOLOGIE	CALCUL
Nombre d'unités vendues par Cash Express en 2011	Cash express (Roger Beille)	Retraitement des données de Cash Express afin de les adapter aux catégories de l'étude	a
Chiffre d'affaires 2011 de Cash Express	Cash express (Roger Beille)		b
Chiffre d'affaires 2013 de Cash Express	Internet	Estimation à partir du chiffre d'affaires 2012 et de l'augmentation du nombre de structures entre 2012 et 2013	c
<b>Nombre d'unités vendues par Cash Express en 2013 dans le périmètre de l'étude (en unités)</b>			$d=a*c/b$
Chiffres d'affaires 2011 des autres principaux réseaux	* Internet * Etude : La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta	Choix du chiffre d'affaires 2010 si chiffre d'affaires 2011 non disponible	e, e', e'', e''' (4 autres réseaux)
Nombre d'unités vendues par les autres réseaux principaux en 2011 dans le périmètre de l'étude	Cash express (Roger Beille)	Retraitement des données de Cash Express afin de les adapter aux catégories de l'étude	$f=d/b*e$ $f'=d/b*e'$ ...
Chiffre d'affaires 2013 des autres principaux réseaux	* Internet * Etude : La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta	Chiffres d'affaires 2013 estimés en fonction du chiffre d'affaires/nombre de magasins annoncé sur les sites des structures ou de l'évolution du nombre de structures	g, g', g'', g'''
<b>Nombre d'unités vendues par les autres principaux réseaux en 2013 dans le périmètre de l'étude (en unités)</b>			$h=g*f/e$ $h'$ ...
Poids équivalent moyen (kg)	Abaque	Moyenne des poids de référence des objets de l'abaque entrant dans une même catégorie de produits.	i
<b>Quantités de produits réemployés en 2013 (en tonnes)</b>			$=i*(d+h+h'+h''+h''')/1000$

**Figure 90 - Sources et méthodologies de calcul pour les principaux réseaux de dépôts-vente**

- Réseaux secondaires et indépendants : les chiffres sont issus d'extrapolations à partir des réponses d'un échantillon d'acteurs à une action de phoning. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 20/ Tableau 21.

### Stratégie d'offre

Si le produit est encore sous garantie constructeur et que le vendeur fournit les justificatifs, l'acheteur pourra bénéficier de la fin de la garantie. Sinon, les biens revendus par les revendeurs sont en général tout de même garantis trois mois. Certains réseaux développent des extensions de garantie, comme Cash Express qui propose une extension de garantie de un an ou de deux ans, proposée à titre onéreux en fonction de la valeur du bien (par exemple, pour l'achat d'un ordinateur portable valant 400€, l'extension de garantie de deux ans coûtera 79€)<sup>93</sup>. En cas de dysfonctionnement d'un produit, Cash Express offre un bon de transport pour l'envoyer au service après-vente. Si le dysfonctionnement est avéré, le produit est remboursé en bon d'achat de la valeur initiale du produit.

Étant donné la taille modeste des biens proposés, aucun service de livraison n'est proposé, excepté en cas d'achat à distance via un site marchand.

<sup>93</sup> Source : Cash Express, Dossier de presse : [http://www.cashexpress.fr/uploads/\\_cashexpress/franchise\\_presse/cp\\_extension\\_de\\_garantie\\_juin\\_2010.pdf](http://www.cashexpress.fr/uploads/_cashexpress/franchise_presse/cp_extension_de_garantie_juin_2010.pdf)

Octobre 2014

La surface moyenne des points de vente des structures généralistes d'achat-vente est inférieure à celle des structures généralistes de dépôt-vente. Ainsi, pour le réseau Cash Express par exemple, la surface varie entre 150 et 600 m<sup>2</sup> avec une moyenne de 300 m<sup>2</sup>, dont environ 30 m<sup>2</sup> pour la salle d'achat<sup>14</sup>. Pour le réseau Cash Converters, la surface varie de 80 à 600 m<sup>2</sup>.

Les différentes enseignes développent actuellement des formats de points de vente de taille inférieure, de l'ordre de 100 m<sup>2</sup>, à destination des centres-villes. Afin que ces formats soient rentables, l'offre y est moins large mais à plus forte valeur ajoutée que celle des points de vente standards : aucun gros électroménager, équipement sportif ni instrument de musique et une place plus importante accordée aux équipements audiovisuels (téléphonie, électronique, informatique, hifi) et aux produits culturels (DVD, jeux vidéo). L'enseigne Happy Cash a initié et développé ce format, actuellement en développement par la plupart des enseignes : Cash Express, Cash Converters avec le format Cash Converters City, Planet-Cash avec le format Planet-Cash City, Easy Cash avec le déploiement en plus de son « grand format » (500 m<sup>2</sup>) d'un petit et d'un moyen format (150 et 250 m<sup>2</sup>), etc. Cash Express compte à ce jour 20 magasins de format compact, soit 20% de son réseau.

L'enseigne Cash Converters propose les références disponibles dans l'ensemble des magasins franchisés à la vente sur un site internet (Toutcash.com). L'acheteur peut se rendre en magasin ou acheter le produit à distance et être livré par Coliposte ou transporteur en fonction du poids. Le chiffre d'affaires du site, en croissance, est identique à celui réalisé par un magasin<sup>94</sup>. Planet-Cash dispose également d'un site marchand (Planet-Cash.com) mais proposant une petite partie de l'offre disponible dans les magasins de l'enseigne. Les autres réseaux disposent de sites vitrines non marchands.

L'enseigne Cash Express a développé un autre modèle de vente en ligne, qui ne passe pas par un site dédié mais par un partenariat avec eBay. Les ventes liées à ce partenariat représentent 6% du chiffre d'affaires annuel de l'enseigne.

Selon Cash Express, l'écart entre les prix pratiqués sur l'occasion et ceux du neuf dépend principalement de la nouveauté du produit : par exemple, une console de jeux vidéo sortie sur le marché un mois auparavant sera revendue aux alentours de 80 % du neuf alors qu'un produit sorti deux ans auparavant sera revendu 50 %, voire jusqu'à 30 % du prix neuf. En 2010, Happy Cash confirmait cette fourchette de 30 à 80 % du prix neuf. Planet-Cash indiquait alors une fourchette de 30 à 70 %.

Pour le marché de l'occasion en général, selon Cash Express, l'absence de stock fixe et prévisible ne permet pas de communiquer efficacement sur le prix et l'urgence d'une offre promotionnelle. La communication ne peut être faite qu'occasionnellement sur un stock ponctuel. La communication à destination de l'acheteur est ainsi limitée à des messages généraux. Depuis 2010, l'accent est mis sur la dimension à la fois économique et écologique chez Cash Express, avec le développement d'une nouvelle accroche : « l'éco-réflexe » qui vise à déculpabiliser les vendeurs et les acheteurs qui hésiteraient encore<sup>14</sup>.

Toutefois, les enseignes proposent ou mettent en place les outils marketing existants dans la distribution de produits neufs : carte de fidélité, facilités de paiement, site internet vitrine de l'enseigne (et de vente à distance pour Cash Converters), relations presse, etc. De plus, à l'échelle du magasin, la publicité locale et régionale représente chez Cash Express par exemple 2 % du chiffre d'affaires<sup>14</sup>.

---

<sup>94</sup> Source : Observatoire de la franchise, Les franchises d'achat-cash alliées d'internet, mars 2010

## Les attentes des acheteurs

### **Acheteurs et spécificités**

Chez Cash Express, les acheteurs représentent environ 75 % des clients. Leur profil est identique à celui des vendeurs<sup>14</sup>. Cash Converters précisait en 2010 qu'une part non négligeable de sa clientèle était à la fois vendeur et acheteur.

Pour l'ensemble du secteur de l'achat-vente, la dernière étude en date menée par BVA en 2007 sur l'évolution du marché de l'occasion indiquait que 45 % des visiteurs viennent au moins une fois par semaine, et 36 % au moins une fois par mois.

### **Attentes des acheteurs identifiées par les acteurs du marché**

D'après Cash Express, il s'agit principalement de sur-consommateurs, qui cherchent à acheter d'occasion pour pouvoir acheter davantage de biens pour le même budget<sup>14</sup>.

## 4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2010

### Les tendances d'évolutions liées à l'environnement extérieur

#### ▶ Démocratisation de l'achat d'occasion

Comme constaté en 2012, on note une évolution vers la déculpabilisation et la démocratisation de l'achat-vente. Les barrières psychologiques tombent, et les acheteurs viennent plus nombreux de toutes les catégories de population, y compris les personnes un peu plus âgées (40-45 ans) qui étaient traditionnellement plus réticentes.<sup>95</sup> Les revendeurs semblent bénéficier de la démocratisation liée au développement de cette pratique sur internet.<sup>96</sup>

#### ▶ Une concurrence externe limitée

L'achat-vente est un secteur particulier de l'occasion, dont l'offre est clairement distincte des autres secteurs, qui ne le concurrencent donc pas de façon frontale.

Le développement des sites internet de mise en relation, loin de concurrencer les revendeurs, a permis la médiatisation et le développement du secteur de l'occasion. Ils ne constitueraient pas une concurrence directe pour l'achat-vente, étant donné que le service rendu est différent. Les sites internet jouent le rôle d'intermédiaire alors que les revendeurs rachètent directement les biens en espèces.

En revanche, la concurrence interne est forte dans un contexte de développement du nombre d'implantations des différents réseaux d'achat-vente. Cependant, elle doit être nuancée car elle n'est pas systématique et dépend des dynamiques locales. On peut noter ainsi des cas où elle crée une émulation : s'implanter près d'un concurrent ne nuit pas forcément aux affaires, au contraire cela peut faire augmenter les ventes de part et d'autre.

#### ▶ Une frontière de plus en plus floue avec les dépôts-ventes

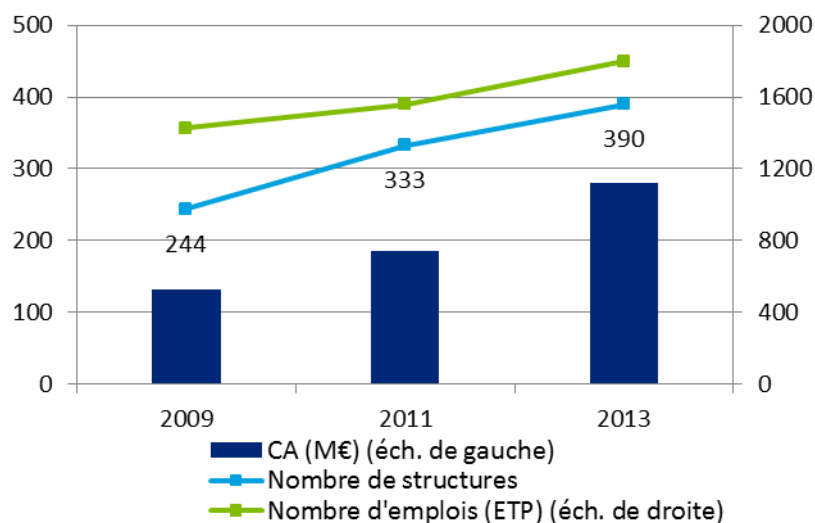
Les revendeurs font une concurrence importante aux dépôts-ventes traditionnels, et les obligent à s'orienter de plus en plus vers de l'achat cash. La Trocante, qui était auparavant un dépôt-vente

<sup>95</sup> Les français et le réemploi des produits usagés, TNS Sofres, 2012

<sup>96</sup> Source : Roger Beille, PDG de Cash Express

traditionnel, a racheté le revendeur Euro Cash, et réalise maintenant la majorité de son chiffre d'affaires grâce à une offre de type « revendeur ».

## Les facteurs et tendances d'évolutions internes



**Figure 91 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de revendeurs entre 2011 et 2013**

### REMARQUES

- Les informations de CA, nombre d'emplois et quantités de biens collectés ont été estimés et extrapolés d'après les dires d'acteurs du secteur et présentent donc des limites. Le détail de la méthodologie et des limites sont précisées dans Tableau 20 de la fiche acteur au sein du rapport
- L'ensemble des biens collectés sont revendus, d'après les dires d'un expert du secteur.
- La précision des estimations des flux de biens ne permet pas de calculer une évolution entre 2009 et 2013.

### TENDANCES D'ÉVOLUTION

Le secteur conserve sa dynamique de croissance puisque le chiffre d'affaires des 5 principaux réseaux a doublé entre 2011 et 2013. Le nombre de structures au sein des principaux réseaux a lui augmenté de plus de 15% entre 2011 et 2013.

#### ► Concentration du secteur

Le mouvement de concentration du secteur constaté en 2012 ne ralentit pas. La croissance générale du secteur s'accompagne de celle des quatre réseaux dominants que sont Cash Express, Cash Converters, Easy Cash et Happy Cash. Cependant, après avoir tour à tour fait faillite puis été repris par un investisseur, le 5<sup>ème</sup> réseau principal Planet Cash a perdu 5 de ses 18 magasins entre 2012 et 2014.

#### ► Développement d'une stratégie pluricanale

Les réseaux leaders que sont Cash Converters et Cash Express développent une stratégie pluricanale grâce à leur site marchand leur permettant de vendre en ligne, le client se déplaçant ensuite en magasin (Easy Cash) ou recevant son colis par un distributeur (Easy Cash, Cash Converters). Ces réseaux se développent également à l'international pour gagner de nouveaux marchés, en particulier en Belgique.

#### ► Evolution vers des magasins plus compacts

Octobre 2014

La plupart des réseaux d'achat-vente développent des formats de magasins plus compacts. Ces structures plus petites sont souvent installées dans les centres villes et ciblent une clientèle différente. Cette évolution est due à la volonté de développement des enseignes, ainsi qu'à la pression exercée par les prix de l'immobilier.

## **Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012**

Les recommandations n'ont pas pu être évaluées faute de disponibilité des responsables des principaux réseaux des dépôts-vente.

### **Les freins à l'activité en 2014**

On note relativement peu de freins au développement de l'activité des revendeurs, le secteur étant en forte croissance depuis 2012.

#### ▶ Frein au développement : l'immobilier reste un frein aux nouvelles implantations

Les prix de l'immobilier professionnel restent depuis 2010 un des principaux freins au développement des réseaux d'achat-vente, en particulier en milieu urbain. Ceci est compensé par le développement de formats de magasins plus petits, mais le frein est réel.

#### ▶ Frein économique : la crise est ressentie comme un frein modéré


Selon Cash Express, contrairement aux idées reçues, la crise, sans être néfaste, n'est pas une aubaine pour les revendeurs. Le secteur se porte mieux en période économiquement favorable.

La clientèle des enseignes d'achat-vente est constituée de sur-consommateurs, réalisant des achats non liés à des besoins essentiels. La crise interpelle, mais ne change pas radicalement les habitudes des consommateurs.

#### ▶ Frein sociétal

Les besoins des consommateurs évoluent au détriment des revendeurs. Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent des meubles compacts et fonctionnels, alors que les revendeurs proposent souvent malgré eux du mobilier ancien, massif.

## ANNEXE IV.3 Les dépôts-vente

<i>Principaux réseaux</i>	
	
<b>Définition</b>	Acteurs de l'occasion proposant un service de mise en relation indirecte entre vendeur et acheteur au niveau d'une implantation physique
<b>Spécificités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Assure la relation de vente de façon indirecte</li> <li>➤ Rémunération via une commission sur chaque vente (entre 20 et 50 %)</li> </ul>
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2013)</b>	~ 1300 implantations, dont ~ 85 % d'indépendants
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi (2013)</b>	~ 450 ETP pour les 5 principaux réseaux
<b>Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2013</b>	~ 3 millions d'objets pour les 5 principaux réseaux
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2013 (€)</b>	~ 125 M€ réalisés sous enseigne par les 5 principaux réseaux
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché du dépôt-vente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un secteur en crise : -25% de chiffre d'affaires en France</li> <li>- Evolution vers un modèle économique hybride (dépôt-vente, achat cash et internet)</li> <li>- Diversification de l'offre de vente</li> <li>- Professionnalisation des acteurs appartenant aux grandes franchises</li> </ul>
<b>Principaux freins à l'activité de dépôt-vente identifiés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concurrence majeure des sites internet de mise en relation et des revendeurs</li> <li>- Le contexte de crise économique pénalise les dépôts-ventes</li> <li>- Les besoins des consommateurs évoluent vers des meubles compacts et fonctionnels alors que les dépôts-ventes proposent du mobilier ancien, massif</li> <li>- Augmentation du coût du bail immobilier et des délais d'ouverture</li> <li>- Difficultés du déploiement sur internet</li> </ul>

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

Cette fiche a été réalisée sur la base des sources d'information suivantes :

- Etude sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisée en 2010 par BIO Intelligence Service pour le compte de l'ADEME, en particulier des extraits de l'entretien téléphonique réalisé en 2010 avec Henri Rustici, Directeur Général de Troc.com.
- Entretien téléphonique le 22/05/12 avec Simon Obligi, Directeur du réseau de distribution de La Caverne des Particuliers.
- Entretien téléphonique le 22/05/2014 avec Patrick GASSELAIN, Responsable du réseau de distribution La Caverne du Particuliers
- Les sites internet Troc.com et lacaverne.com ont également été consultés pour réaliser cette fiche.

Les données quantitatives sont issues :

- Pour les années 2009 à 2011 : des études portant sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et 2012.
- Pour l'année 2013 : des estimations et extrapolations ont été réalisées par BIO Intelligence Service (voir guide de lecture ci-dessous).

### Guide de lecture

Les dépôts-vente communiquent peu d'informations quantitatives brutes et celles-ci ont donc été estimées avec la limite suivante : elles sont le fruit d'estimations et d'extrapolations réalisées sur la base d'entretiens, de données bibliographiques, et de relevés statistiques menés sur une échelle de temps restreinte.

### Lexique

**Revendeur** : désigne l'activité des acteurs de l'occasion qui rachètent les biens « cash », pour les revendre ensuite à leur compte. Contrairement aux dépôts-ventes traditionnels, la transaction se fait directement : le vendeur est payé tout de suite et n'a pas à attendre la vente du bien pour recevoir une contrepartie financière. C'est pour cette raison qu'on trouve aussi le terme « achat cash » pour désigner l'activité des revendeurs. Il y a souvent une confusion entre leur activité et celle des dépôts-ventes traditionnels qui est présentée dans cette fiche.

**Produits neufs déclassés** : sont considérés comme produits déclassés, les produits qui proviennent d'une fabrication défectueuse ou de rebuts ou dont les utilisations en l'état sont limitées par leurs dimensions ou par des défauts, y compris des défauts de qualité, et qui sont vendus au-dessous des prix publiés dans les barèmes des entreprises pour les produits de premier choix.

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

### Modèle économique

L'activité de dépôt-vente est une activité de prestation de service, à savoir la mise en relation indirecte d'un vendeur et d'un acheteur. Selon le type de biens pris en charge, on distingue les marchés suivants :

- Les dépôts-ventes généralistes (tous types de biens hors produits textiles), généralement organisés en réseaux ouverts à la franchise : Troc.com, La Caverne des Particuliers, La Trocante et Troc 3000 ;
- Les dépôts-ventes spécialisés dans le prêt-à-porter, les plus nombreux et généralement indépendants : TrocMod, Griff'mod ;
- Les dépôts-ventes spécialisés sur d'autres types de biens, plus rares, généralement indépendants mais parfois organisés en réseaux ouverts à la franchise comme Bébé Futé.

## Historique

La formule du dépôt-vente existe depuis plus de 30 ans, les grands réseaux étant apparus dans les années 70 ou 80, et elle a explosé au début des années 1990. En l'espace d'un quart de siècle, le nombre de dépôts-ventes est passé de quelques dizaines à plus d'un millier.

Les premiers dépôts-ventes de prêt-à-porter féminin ont eux aussi commencé leur activité dans les années 70<sup>97</sup>.

Depuis 2010, le secteur est en restructuration. Le nombre de dépôts-ventes est en baisse. L'enseigne La Trocante a été rachetée par Troc.com, qui a lui-même été racheté par le fond d'investissement luxembourgeois Saphir Capital Partners.

## Fonctionnement des acteurs du marché

### ► Code d'activité

L'activité de dépôt-vente ne possède pas de code NAF spécifique. En principe, ces entreprises sont classées dans le code NAF 4779Z (Commerce de détail de biens d'occasion en magasin). En pratique, elles peuvent être classées dans un type de commerce particulier. Par exemple :

- Ataos : 4764Z (Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé) ;
- Réciproque : 4771Z (Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé).

De plus, le code NAF 4779Z comprend également les brocantes et les solderies, 5 % seulement du chiffre d'affaires étant réalisé par les dépôts-ventes<sup>1</sup>. Ces deux éléments expliquent qu'une étude de marché sur les dépôts-ventes ne puisse se baser sur ce code NAF, ni entièrement ni exclusivement.

Par ailleurs, les franchiseurs sont généralement classés dans un code NAF différent des franchisés. Par exemple :

- La société Troc.com, à la fois holding des magasins détenus en propre par l'enseigne et société franchiseuse des magasins détenus par les franchisés, possède le code NAF 4649Z (Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres biens domestiques) ;
- Les magasins détenus par les franchisés Troc.com possèdent eux le code NAF théorique des dépôts-ventes 4779Z (Commerce de détail de biens d'occasion en magasin)<sup>98</sup>.

### ► Mode de financement

Le dépôt-vente se situe à l'interface entre le vendeur et l'acheteur. Il s'agit donc d'une activité de prestation de service qui peut être qualifiée de « CtoBtoC » : Consumer (vendeur) to Business (dépôt-vente) to Consumer (acheteur). Dans le cadre de cette prestation, le dépôt-vente cherche à répondre aux intérêts des deux parties, c'est-à-dire :

- Pour le vendeur, vendre son bien le plus rapidement et au meilleur prix possible ;
- Pour l'acheteur, accéder à une offre large de produits répondant à ses besoins et au meilleur prix possible.

---

<sup>97</sup> TPE-PME.com, Ouvrir un dépôt-vente, septembre 2009

<sup>98</sup> Entretien réalisé en 2010 avec Henri Rustici, DG de Troc.com



Le dépôt-vente se rémunère via une commission sur chaque vente. Selon la valeur de l'objet, celle-ci varie généralement entre 20 et 50 %<sup>1</sup>.

Dans le cadre d'un réseau de franchise, le franchiseur ne peut pas juridiquement imposer cette commission à ses franchisés. Il peut toutefois définir une politique et leur conseiller de l'appliquer.

Ainsi, pour un des principaux réseaux, une commission de 45 % était appliquée en 2010 pour tous les types de biens dont la valeur de vente était comprise entre 0 et 300 €, puis le taux était dégressif selon la valeur du bien, comme indiqué dans la deuxième colonne du le Tableau 63. Ces données n'ont pas pu être mises à jour, et sont données à titre indicatif. Pour un autre réseau principal, les commissions appliquées en 2012 se déclinaient comme mentionnées dans la 3<sup>ème</sup> colonne du Tableau 63 - Commissions appliquées par deux des principaux réseaux de dépôt-vente en 2010 et 2012..

Prix de vente	Commission Réseau A 2010	Commission Réseau B 2012
0 - 299 €	45 %	38 %
300 - 499 €	42 %	38 %
500 - 999 €	40 %	36 %
1000 € et plus	38 %	33 %

**Tableau 63 - Commissions appliquées par deux des principaux réseaux de dépôt-vente en 2010 et 2012.**

Des frais de contrat fixes étaient généralement facturés au vendeur pour chaque vente, mais ils représentaient une part marginale du chiffre d'affaires. Certains réseaux ne font toutefois pas payer de frais de contrat et le dépôt est gratuit.

## Analyse quantitative

### Chiffre d'affaires et résultats économiques

Face aux difficultés rencontrées par les dépôts-ventes traditionnels (hors activité d'achat cash), le chiffre d'affaires global du marché est en diminution. Pour l'année 2013, **le chiffre d'affaires des principaux réseaux lié à l'occasion est estimé à 125 M€** contre 164 en 2011 soit une baisse de 31%. Dans un secteur très atomisé où 85% du marché environ est constitué d'indépendants, on peut estimer **le chiffre d'affaires du marché lié à l'occasion aux environs de 220 M€ par an**.

Les chiffres d'affaires ont été estimés selon la méthodologie suivante :

- Principaux réseaux :
  - CA 2011 : source bibliographique ; CA 2010 si CA 2011 non disponible
  - CA 2013 : estimé en fonction du chiffre d'affaires/nombre de magasins annoncé sur les sites des structures ou de l'évolution du nombre de structures
  - CA périmètre de l'étude : multiplication de la part d'objets dans le périmètre de l'étude estimée à 90%<sup>99</sup>
- Réseaux secondaires et indépendants : les chiffres sont issus d'extrapolations à partir des réponses d'un échantillon d'acteurs à une action de phoning. Leurs limites sont expliquées dans le.

<sup>99</sup> Entretien le 22/05/2014 avec Patrick GASSELLAIN, Responsable du réseau La Caverne des Particuliers

Le secteur est très hétérogène, les réseaux principaux, c'est-à-dire 15% des acteurs en nombre de structures, réalisant 56% du chiffre d'affaires total. Comme le montre le Tableau 64 ci-dessous, ces disparités se retrouvent également au sein des principaux réseaux.

Chiffre d'affaires (M€)	2011	2013
Troc.com	125	93
La Caverne des Particuliers	15	11
La Trocante	14	13
Troc 3000	5,5	5
ABC Dépôts Vente	3	3
Réseaux secondaires et indépendants	/	97
Total	<b>164</b> (hors réseaux secondaires et indépendants)	<b>222</b>

**Tableau 64 - Evolution entre 2011 et 2013 du chiffre d'affaires des principaux réseaux de dépôts-ventes lié à l'occasion**

Pour l'activité de dépôt-vente, la marge commerciale correspond approximativement à la commission prélevée sur les ventes. A partir des greffes des tribunaux de commerce pour un échantillon de 24 sociétés, Xerfi estimait ce taux pour les réseaux de dépôt-vente à 32,6 % du chiffre d'affaires pour l'année 2007, soit un taux moins élevé que les réseaux de revendeurs à l'époque. Ce taux était également moins élevé que pour l'ensemble des spécialistes de l'occasion (37,6 %). Ces chiffres n'ont pas pu être mis à jour faute d'actualisation de l'étude Xerfi sur cet aspect.

Les dépôts-ventes ne sont pas les vendeurs des objets et ne sont donc soumis à la TVA, à 19,6%, que sur la commission.

### **Structure du marché**

Depuis 2010, le secteur des dépôts-ventes a subi de nombreux changements.

De manière générale, le secteur des dépôts-ventes est en crise. On assiste à une **diminution générale du nombre de dépôts-ventes** : les principaux réseaux ont vu leur nombre de structures diminuer de 25 % depuis 2011 ce qui contraste avec l'augmentation d'environ 15% du nombre de structures au sein des principaux réseaux des revendeurs.

Les dépôts-ventes pâtissent de la concurrence des sites internet et des revendeurs. En effet, ces derniers rachètent immédiatement cash les produits, alors que les dépôts-ventes les laissent en exposition un certain temps, avec une promesse de vente et de paiement pour le vendeur plus lointaine.

On observe un recul du nombre de magasins dans les principaux réseaux de dépôts-ventes. L'ouverture de nouveaux magasins est principalement due à une croissance externe, c'est-à-dire à des magasins indépendants rejoignant un réseau. Ouvrir un nouveau dépôt-vente coûte cher, en raison de sa superficie, et des règles d'urbanisme très strictes.

Dans un contexte de crise, les dépôts-ventes avec leur superficie importante pâtissent des prix de l'immobilier. Les loyers élevés relèvent le seuil de rentabilité des dépôts-ventes. Avec la concurrence des sites internet et des revendeurs, ce seuil est de plus en plus difficile à atteindre pour beaucoup de magasins.

► L'ensemble des principaux réseaux ont vu leur nombre de structures diminuer. Le leader du secteur a ainsi perdu plus de 30 structures entre 2011 et 2013.

**Tableau 65 - Evolution entre 2011 et 2013 du nombre de structures des principaux réseaux de dépôts-ventes**

Nombre de structures	2011	2013
Troc.com	133	99
La Caverne des Particuliers	32	22
La Trocante	30	28
Troc 3000	12	10
ABC Dépôts Vente	7	7
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>166</b>

Pour certains réseaux, le nombre de structures fin 2013 n'était pas disponible et celui-ci a donc été estimé à partir du nombre de structures en juin 2014 en calculant la courbe d'évolution à partir de fin 2011, donnée issue du panorama de la seconde vie des produits en France de 2012.

Sur la base du recensement réalisé dans le cadre de la mise à jour de l'annuaire des structures de réemploi et de réutilisation en France, le nombre de dépôts-vente indépendants et appartenant à des réseaux secondaires a été estimé à 1140. C'est une estimation basse, l'exhaustivité du recensement étant estimée à 80-90%. **Le nombre total de dépôts-vente a alors été estimé à environ 1300 structures (estimation basse).**

Les évolutions se font essentiellement entre grands réseaux et indépendants : certaines structures peuvent quitter un réseau pour retrouver leur indépendance, et inversement.

Les enseignes de dépôt-vente ont presque toutes adopté le modèle de la franchise comme mode de développement principal, ce qui s'explique par le modèle économique spécifique du dépôt-vente qui ne requiert pas de centrale d'achat, l'approvisionnement provenant des clients. Cela laisse par ailleurs une certaine liberté aux magasins dans leur gestion, tout en bénéficiant de la notoriété et de la communication de l'enseigne.

Pour faire face à la concurrence, les dépôts-ventes développent de plus en plus leur présence sur internet à la manière des sites internet de mise en relation. Troc de l'Île a même changé son nom pour mettre en avant cette évolution en devenant Troc.com.

Par ailleurs, les enseignes de dépôts-ventes pratiquent maintenant l'achat cash pour les produits qu'elles sont sûres d'écouler le plus rapidement. Pour certaines enseignes, la part de dépôt-vente est même devenue minoritaire. La Trocante par exemple réalise maintenant la majorité de son chiffre d'affaires sur de l'achat cash et a d'ailleurs changé son slogan « Dépôt – Achat – Vente » pour y rajouter cette fonction « Dépôt ou Cash ».

Octobre 2014

Les dépôts-ventes se répartissent entre Paris et la Province. Si dans certaines régions le marché est saturé (la Bretagne par exemple), il est sous-exploité dans d'autres. Les deux cartes ci-dessous représentent la répartition géographique des dépôts-ventes recensés lors de la mise à jour de l'annuaire des structures de réemploi et de réutilisation en France. Cette répartition a pour limite que l'annuaire est estimé exhaustif qu'à 80-90%.

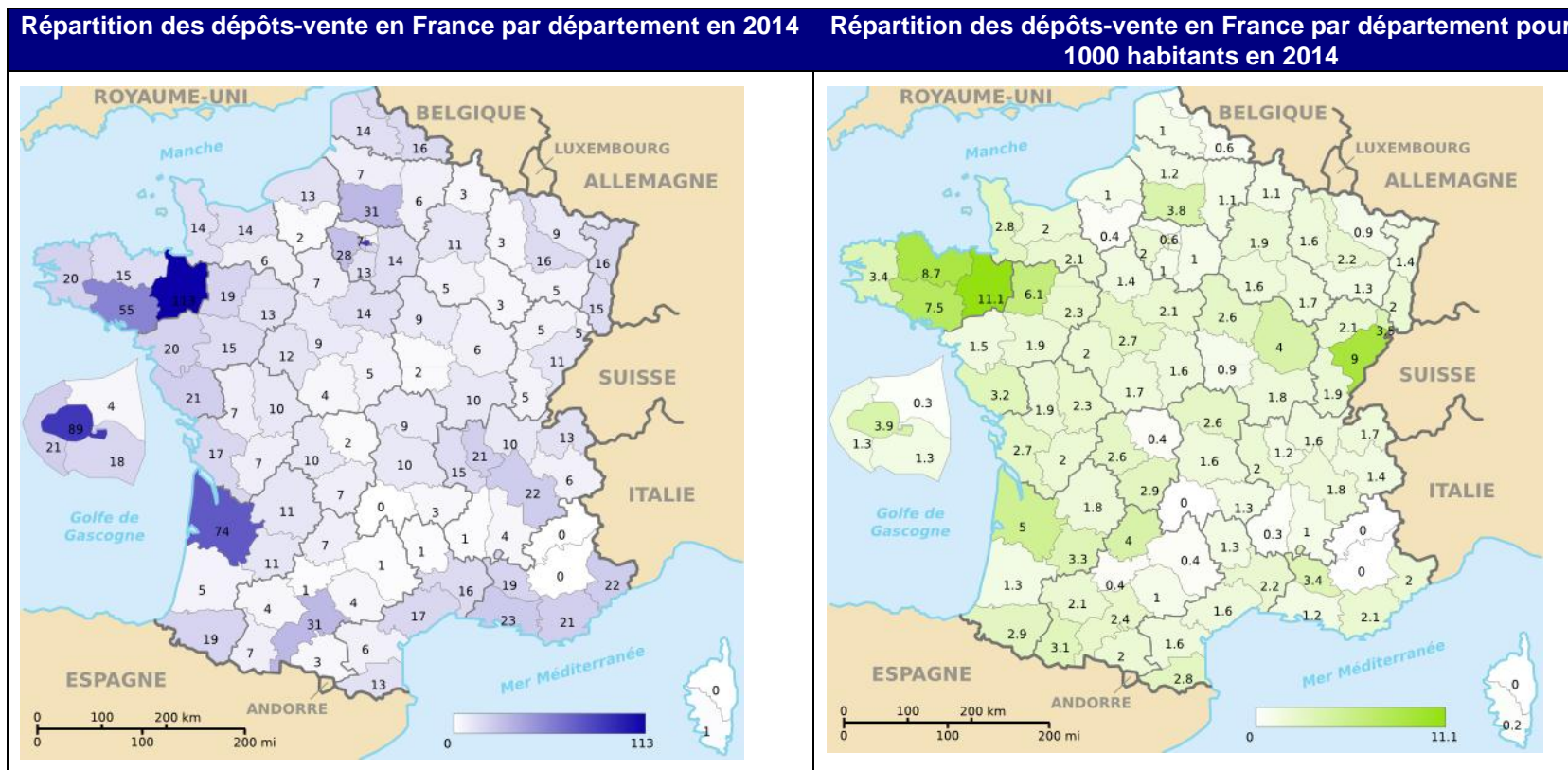


Figure 92 - Répartition géographique des dépôts-ventes en France en 2014

Pour les dépôts-ventes classiques (hors vêtements), la zone de chalandise (zone couverte pour l'approvisionnement et la vente) est d'environ 50 000 habitants en moyenne, répartis dans un rayon de 12 km.

## Ressources humaines

Selon La Caverne des Particuliers, un magasin appartient en général à un couple d'exploitants, qui peuvent employer jusqu'à quatre personnes. Il y a donc le plus souvent deux à quatre salariés en plus des gérants par magasin, selon leur taille. L'hypothèse suivante a été émise afin d'estimer le nombre total de personnes occupées par l'activité de réemploi, c'est-à-dire la vente d'objets d'occasion dans le périmètre de l'étude : un chiffre d'affaires généré de 23 000 € par mois, soit 276 000 par an, permet d'employer une personne avec parmi les employés entre 1/5 et 2/5 de salariés à temps partiel et en contrat pro.

**Tableau 66 - Evolution entre 2011 et 2013 du nombre de personnes occupées par l'occasion au sein des principaux réseaux de dépôts-ventes**

Nombre d'employés (ETP)	2011	2013
Troc.com	337	453
La Caverne des Particuliers	38	55
La Trocante	49	52
Troc 3000	17	21
ABC Dépôts Vente	17	12
Total	<b>214</b>	<b>166</b>

Si l'on inclut les réseaux secondaires et indépendants, **le nombre total de personnes occupées par l'occasion au sein du secteur des dépôts-vente peut être estimé à 2 100 ETP.**

Les chiffres des réseaux secondaires et indépendants sont issus d'extrapolations à partir des réponses d'un échantillon d'acteurs à une action de phoning. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 21.

## 3. Analyse de la chaîne de valeur

### L'offre d'achat

#### *Spécificités de l'approvisionnement*

Les dépôts-ventes généralistes acceptent en général uniquement les biens en bon état, afin de garantir une vente effective et rapide.

Par exemple, les équipements électriques et électroniques qui s'y prêtent sont testés lors du dépôt, en présence du client. Certaines enseignes, telle Troc.com, ont ensuite recours à de la sous-traitance pour réparer certains équipements électroménagers défectueux, mais cela représente une part minoritaire des produits mis en vente.

L'estimation des biens se fait généralement sur site, cependant les dépôts-ventes généralistes proposent des offres gratuites d'estimation à domicile. L'estimation peut enfin se faire à distance, à partir d'une description et de photos, confirmée ensuite lors de l'apport en magasin.

Le prix de vente est déterminé d'un commun accord entre le vendeur et le dépôt-vente. Dans le cadre d'un réseau, l'expérience en matière d'estimation de la valeur des biens est mutualisée via des logiciels spécifiques de suivi des transactions. En outre, de même que pour les commissions, la politique tarifaire d'un réseau de franchise ne peut pas être imposée aux franchisés, juridiquement indépendants, mais est généralement respectée.

Si l'objet n'est pas vendu passé un certain délai, son prix de vente baisse. En règle générale, la baisse est de 10 % à 20 % au bout d'un mois et ainsi de suite. Les dépôts-ventes de vêtements n'accordent, pour la plupart, qu'un délai d'exposition de deux mois, parfois trois. Au-delà, le dépôt-vente estime

qu'il ne vendra pas le vêtement déposé qui, avec l'accord du vendeur, sera soldé à 50 % de son prix. Si l'objet n'est pas vendu à l'expiration du délai fixé, le déposant peut le reprendre, mais le dépositaire peut exiger le règlement de frais pouvant aller jusqu'à 10 % du prix initialement fixé, si précisé dans le contrat de dépôt.

Depuis 2010, les dépôts-ventes subissent une concurrence très forte de la part des sites internet de mise en relation. La crise aidant, les consommateurs préfèrent vendre eux-mêmes les biens. Pour s'adapter à ce changement, les enseignes Troc.com et La Caverne des Particuliers ont développé leur présence sur internet.

Depuis 2010, Troc.com propose aux vendeurs de mettre en vente leur bien directement de chez eux, à partir d'une description, de photos, et en fixant leur prix. Le dépôt physique du bien dans le dépôt-vente se fera uniquement au moment de la vente, pour valider la description et l'état. L'objectif mis en avant par Troc.com est de faire bénéficier ses clients à la fois des avantages des dépôts-ventes et des sites d'annonces en ligne :

- Pour le vendeur, pouvoir vendre son bien auprès d'un public plus large, plus rapidement et au prix souhaité ;
- Pour l'acheteur, pouvoir choisir parmi une offre de produits plus large, de chez soi, et être garanti sur la transaction matérielle (conformité et qualité) et financière (sécurité du paiement).

La commission prélevée au vendeur, de l'ordre de 30%<sup>100</sup>, est inférieure à celle pratiquée en magasin (45%). Elle est toutefois supérieure à celle pratiquée par les places de marché, en contrepartie du service supplémentaire offert, c'est-à-dire la prise en charge de la transaction avec l'acheteur, une fois le bien déposé en magasin. Cette information n'a pas pu être vérifiée auprès de Troc.com en 2014. La Caverne des Particuliers ne prélève pas de commission spécifique à l'offre internet. Le retrait se faisant en magasin, c'est la commission habituelle qui est appliquée.

### ***Modes d'approvisionnement***

L'approvisionnement en produits d'occasion provient du dépôt des particuliers. Le plus souvent il s'agit d'un apport volontaire sur site, cependant les dépôts-ventes généralistes proposent des offres avec enlèvement des biens à domicile, suite à leur estimation à domicile. Pour Troc.com par exemple, ce mode d'approvisionnement représentait environ 20 % des dépôts en 2008 et concerne les biens encombrants (mobilier et gros électroménager).

---

<sup>100</sup> Source : Le Journal du Net, Troc de l'Île devient Troc.com et adapte son métier au Web, janvier 2008

Par ailleurs, les dépôts-ventes complètent souvent leur offre avec des produits neufs déclassés (voir lexique). C'est notamment le cas pour le prêt-à-porter, pour lequel certains réseaux s'approvisionnent à hauteur de 20 % en produits neufs, via des invendus de boutiques de marques célèbres, des fins de série, des ventes de presse, etc. C'est également le cas dans d'autres secteurs (équipements électriques et électroniques, mobilier et décoration), dont une partie de la marchandise provient de saisies en douanes, de lots vendus par adjudication et de liquidations. Les dépôts-ventes peuvent ainsi être amenés à développer des partenariats avec des professionnels tels que fabricants, distributeurs, entreprises de gros, soldeurs, etc.

Troc.com a entamé depuis 2011 une diversification des sources d'approvisionnement, afin de ne plus dépendre uniquement des apports des particuliers. L'enseigne se tourne vers les hôtels et centres de loisirs pour proposer des produits plus diversifiés<sup>101</sup> ainsi que vers les grossistes européens pour proposer des produits neufs.

### **Flux d'approvisionnement**

Les nombres de biens mis en vente dans les dépôts-vente n'ont pas pu être fournis dans le cadre de la réalisation de cette étude. Les flux d'approvisionnement peuvent être considérés égaux aux flux de vente puisque les objets non vendus sont récupérés par leurs propriétaires qui les conservent ou les transmettent/vendent par un autre circuit.

Depuis 2008, les flux ont évolués. Certains produits sont déviés vers d'autres types de structures d'occasion. Ainsi, les produits de petits volumes à forte marge comme les produits high-tech, livres, CD et DVD, ont connu une baisse très importante depuis 2010. Aujourd'hui, ils ont quasiment disparu des rayonnages des dépôts-ventes. Les vendeurs préfèrent les apporter chez des revendeurs qui les rachètent immédiatement cash, ou les vendre eux-mêmes via les sites internet de mise en relation.

Ceci s'explique parce que ces produits sont plus légers à transporter, et les revendeurs sont souvent situés dans les centres urbains alors que les dépôts-ventes de par leur grande superficie sont généralement implantés en périphérie des grandes villes et nécessitent un véhicule.

### **L'offre de vente**

#### **Spécificités de l'offre**

Les dépôts-ventes généralistes (réseaux Troc.com, La Caverne des Particuliers, Troc 3000 et indépendants) vendent des types de biens couverts par la typologie définie dans le cadre de cette étude (équipements électriques et électroniques, mobilier et décoration, produits culturels, équipements de loisir, outillage, autres).

De nombreux dépôts-ventes de plus petite taille, et souvent indépendants, sont spécialisés sur un type de biens particulier :

- Le prêt-à-porter féminin (les plus nombreux), comprenant les vêtements, la maroquinerie et les chaussures. Les dépôts-ventes de prêt-à-porter pour hommes étant peu nombreux ;
- Le mobilier et la décoration ;
- Les équipements de loisir (articles de sport, instruments de musique) ;
- Les articles de puériculture et vêtements pour enfants ;

---

<sup>101</sup> Source : Les Echos, « TROC.COM révolutionne son mode d'approvisionnement », Juillet 2011  
<http://entrepreneur.lesechos.fr/entreprise/franchise/actualites/franchise-depot-vente-troc-com-revolutionne-son-mode-d-approvisionnement-114630.php>

- Les équipements électriques et électroniques spécifiques (ordinateurs, matériel photo) ;
- Les biens culturels (CD, DVD, livres, etc.) ;
- Etc.

Ils sont généralement indépendants, bien que certaines franchises existent notamment pour la puériculture (Bébé Futé, Les bébés de Sabine, etc.).

Outre un moyen d'approvisionnement alternatif, l'offre en produits neufs déclassés permet aussi aux dépôts-ventes généralistes de compléter leur gamme de produits d'occasion. Par exemple, Troc.com et La Caverne des Particuliers complètent leur offre de lits d'occasion avec une offre de literie neuve (matelas et sommiers) approvisionnée auprès de fabricants. La Caverne des Particuliers possède une rubrique dédiée sur son site internet<sup>102</sup>.

Dans le cadre de cette étude, la part de produits neufs vendus par La Caverne des Particuliers a été estimée à 90% en 2014 sur la base des informations de chiffre d'affaires fournies par le réseau et en prenant l'hypothèse que la cette part n'a pas changé depuis 2012. Pour Troc.com, la part de neuf représentait 15% du chiffre d'affaires en 2011<sup>103</sup>. Pour La Trocante en revanche, la part de neuf s'élevait à 60% en moyenne.

Selon Patrick GASSELAIN<sup>104</sup> et les dires des acteurs interrogés lors d'une action de phoning, les dépôts-ventes indépendants vendent uniquement des objets d'occasion. La part de neuf a donc été considéré nulle.

Pour les biens de haute valeur, les dépôts-ventes généralistes fournissent un service de vente aux enchères, afin de permettre au vendeur de vendre son bien au meilleur prix en fonction de la demande des acheteurs.

### Flux vendus

**Tableau 67 - Evolution entre 2011 et 2013 des flux de vente liés à l'occasion par les principaux réseaux de dépôts-ventes**

Flux de vente liés à l'occasion des principaux réseaux	2011	2013
Nombre d'objets d'occasion vendus (unités)	3 700 000	2 800 000
Tonnage des objets d'occasion vendus (t)	52 000	40 000

En incluant les réseaux secondaires et indépendants, le volume de vente total des dépôts-vente a été estimé à environ **5 millions d'unités, soit environ 70 000 t.**

### Méthodologie d'estimation

<sup>102</sup> Matelas troc.com

<sup>103</sup> « Troc.com revoit son modèle de développement », Meridien mag, Mars 2011 : [http://www.meridienmag.fr/Actualites/Troc-com-revoit-son-modele-de-developpement-\\_449.html](http://www.meridienmag.fr/Actualites/Troc-com-revoit-son-modele-de-developpement-_449.html)

<sup>104</sup> Entretien le 22/05/2014 avec Patrick GASSELAIN, Responsable du réseau La Caverne des Particuliers



- Principaux réseaux : les quantités de biens mis en vente par les principaux réseaux ont été calculées sur la base de sources et de dires d'experts et selon des méthodologies détaillées ci-dessous :

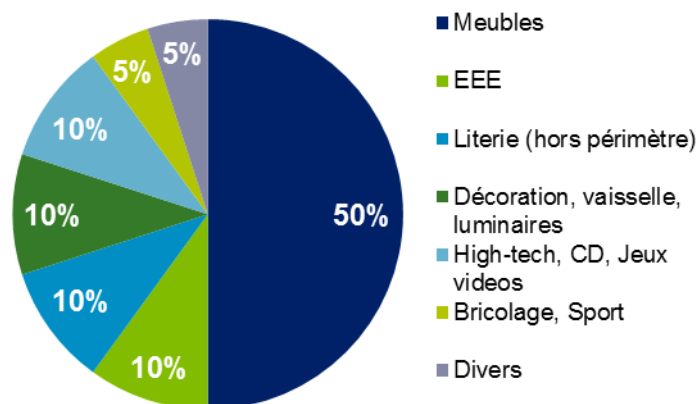
PARAMETRES DU CALCUL	SOURCES	METHODOLOGIE	CALCUL
Nombre d'unités vendues par La caverne des particuliers en 2011	La caverne des particuliers (patrick Gasselain)	Estimations à partir des données d'1mois de 2 magasins extrapolées à l'année puis à l'ensemble des magasins	a
Part d'objets dans le périmètre de l'étude	La caverne des particuliers	Correspond à la part d'occasion	b
<b>Nombre d'unités vendues par La caverne des particuliers en 2011 dans le périmètre de l'étude</b>			$c=a * b$
Chiffre d'affaires 2011 de La caverne des particuliers	Internet		d
Chiffre d'affaires 2013 de La caverne des particuliers	Internet	Estimé à partir du chiffre d'affaires 2011 et de l'évolution du nombre de magasins	e
<b>Nombre d'unités vendues par La caverne des particuliers en 2013 dans le périmètre de l'étude (en unités)</b>			$f=c * e / d$
Chiffres d'affaires 2011 des autres principaux réseaux	* Internet * Etude : La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta	Choix du chiffre d'affaires 2010 si chiffre d'affaires 2011 non disponible	g, g', g'', g''' (4 autres réseaux)
Nombre d'unités vendues par les autres réseaux principaux en 2011 dans le périmètre de l'étude	Cash express (Roger Beille)	Retraitement des données de Cash Express afin de les adapter aux catégories de l'étude	$h=f / d * g$ $h'=f / d * g'$ ...
Chiffre d'affaires 2013 des autres principaux réseaux	* Internet * Etude : La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta	Chiffres d'affaires 2013 estimés en fonction du chiffre d'affaires/nombre de magasins annoncé sur les sites des structures ou de l'évolution du nombre de structures	i, i', i'', i'''
<b>Nombre d'unités vendues par les autres principaux réseaux en 2013 dans le périmètre de l'étude (en unités)</b>			$j=f / e * i$ $j'=f / e * i'$ ...
Poids équivalent moyen (kg)	Abaque	Moyenne des poids de référence des objets de l'abaque entrant dans une même catégorie de produits.	k
<b>Quantités de produits réemployés en 2013 (en tonnes)</b>			$=k * (f+j+j'+j''+j''') / 1000$

Figure 93 - Sources et méthodologies de calcul pour les principaux réseaux de dépôts-vente

- Réseaux secondaires et indépendants : les chiffres sont issus d'extrapolations à partir des réponses d'un échantillon d'acteurs à une action de phoning. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 21.

### Répartition par type d'objet

La répartition par type d'objet n'a pas pu être déterminée. En 2011, les flux vendus de La Caverne des Particuliers se répartissaient comme suit en proportion du chiffre d'affaires :



**Figure 94 - Répartition des ventes de la Caverne des Particuliers en pourcentage du chiffre d'affaires, en 2011**

### Stratégie d'offre

Les points de vente des dépôts-ventes généralistes développent une panoplie de services, afin de répondre à la demande des acheteurs et les vendeurs :

- Offre de financement, paiement en plusieurs fois ;
- Service de livraison et d'enlèvement à domicile pour les biens encombrants ;
- Retouches (pour les vêtements) et réparations (pour les EEE) possibles de la part des dépôts-ventes spécialisés.

Par ailleurs, la stratégie d'offre a évolué pour certains acteurs depuis 2010. Troc.com propose encore 80% de meubles, alors que La Trocante se concentre dorénavant davantage sur les bijoux et les produits high-tech<sup>105</sup>.

La localisation géographique des points de vente dépend des types de biens vendus.

- L'implantation des dépôts-ventes de prêt-à-porter se fait en centre-ville avec une surface de quelques dizaines de mètres carrés (20 à 40 m<sup>2</sup> et une réserve de 10 à 20 m<sup>2</sup>).
- L'implantation des dépôts-ventes généralistes se fait sur les grands axes routiers, avec une surface moyenne de l'ordre de 1 000 m<sup>2</sup>. La surface moyenne des dépôts-ventes Troc.com est de 1 250 m<sup>2</sup>, et celle de La Caverne des Particuliers de 1 200 m<sup>2</sup>.

Le dépôt-vente observe les mêmes règles qu'un commerce ordinaire : qualité de l'emplacement, situation sur une zone de passage, magasin avec vitrine sont des gages de fréquentation.

<sup>105</sup> <http://www.toute-la-franchise.com/article-26031-premier-bilan-pour-la-trocante-un-an-apres-le-rachat-par-le-groupe-fitroc.html>

Afin de maximiser le nombre d'acheteurs potentiels, certains réseaux de dépôt-vente affichent la liste des biens mis en vente sur internet (biens en dépôt en magasin ou chez le vendeur s'il s'agit d'un dépôt virtuel). Cette pratique qui existait déjà en 2010 a continué à se développer depuis. Elle permet de donner une plus forte visibilité aux biens, et de les vendre plus rapidement. C'est devenu un outil important pour attirer acheteurs et vendeurs, et donc accélérer la rotation des stocks.

Chez La Caverne des Particuliers, tout nouveau dépôt est photographié et mis en ligne sur le site, qui devient ainsi un catalogue des biens disponibles dans l'ensemble du réseau. Cet outil marketing est essentiellement bénéfique en termes d'image. Il permet également d'augmenter la visibilité des produits afin de générer du trafic en magasins. Si les acheteurs peuvent payer directement sur le site internet, ils doivent toujours se déplacer en magasin pour récupérer leur achat. Certains préfèrent aussi se déplacer pour voir le produit, avant de réaliser la transaction finale en magasin. Il est possible de se faire livrer le bien, sous certaines conditions selon les dépôts-ventes (montant de la transaction, distance, taille de l'achat).

Selon Troc.com, en 2008 le chiffre d'affaires réalisé directement par le site internet était en croissance. Il correspondait à celui d'un magasin moyen. Cette information n'a pas pu être mise à jour, ni vérifiée pour d'autres acteurs.

L'offre de vente a évolué parallèlement aux changements remarquables sur les flux d'approvisionnement. Le gros mobilier, qui était l'élément emblématique des dépôts-ventes, se vend de moins en moins bien. Il est par conséquent moins présent qu'avant en magasin, et est remplacé par du mobilier plus petit et plus fonctionnel, neuf, ou en kit.

La Caverne des Particuliers propose maintenant des espaces cuisine, salon et salle de bain. Les magasins vendent des kits d'équipement complets.

## Les attentes des vendeurs

Une étude de TNS Sofres réalisée en 2012 révélait que le dépôt-vente était le moyen de vente le moins plébiscité par les français, 8% des français seulement le recommandant.<sup>106</sup>

En 2014, 6% des français ayant vendu ou échangé un objet d'occasion déclaraient l'avoir fait pour la dernière fois en dépôt-vente soit une baisse de 2% par rapport à 2012.<sup>107</sup>

En 2010, les femmes qui déposaient leurs vêtements dans un dépôt-vente étaient plutôt aisées, très fidèles au magasin. Elles faisaient le tri de leur armoire deux fois par an. Ce sont des vêtements qu'elles estimaient trop beaux pour être donnés et elles trouvaient là une certaine manière de gérer leur garde-robe et de la rentabiliser.

Les vendeurs cherchent à vendre leur bien rapidement et au meilleur prix. Si en 2010 le fait de pouvoir mettre en dépôt un bien encombrant et la possibilité de prise en charge de l'aspect logistique étaient également recherchés, aujourd'hui ils constituent de moins en moins un avantage sur les solutions en ligne. Les vendeurs veulent vendre au plus vite en évitant les intermédiaires. Ceci doit néanmoins être nuancé selon le type de bien considéré. Pour les biens encombrants comme les meubles, les vendeurs auront toujours tendance à se tourner vers les dépôts-ventes ou les revendeurs, même si ces biens ne se vendent plus aussi bien qu'avant, parce qu'ils bénéficient d'une surface de stockage qui leur permet de se débarrasser rapidement des meubles encombrants. Par contre pour les biens plus compacts et à forte valeur ajoutée, comme les EEE, les sites internet de mise en relation sont devenus la solution quasi exclusive.

<sup>106</sup> Les Français et le réemploi des produits usagés, ADEME, 2012

<sup>107</sup> Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi des produits, ADEME, 2014

## Les attentes des acheteurs

En 2014, 7% des français ayant acheté ou échangé un objet d'occasion déclaraient l'avoir fait pour la dernière fois en dépôt-vente ce qui est stable depuis 2012 mais représente une baisse de 3% par rapport à 2010.<sup>108</sup>

Les acheteurs dans les dépôts-ventes constituent un public disparate, motivé par l'idée de faire de bonnes affaires. Nous ne disposons pas d'informations plus récentes que celles données par Troc.com en 2010 : 50 % des acheteurs de meubles et 100 % des acheteurs d'électroménager venaient pour des achats basiques d'équipements. Cette clientèle, jeune ou à faibles revenus, était en augmentation selon Troc.com. Une autre partie de la clientèle, marginale, était constituée de clients plus âgés, plutôt aisés et qui se rendaient au magasin très fréquemment pour « chiner ». Ces deux catégories d'acheteurs purs (non vendeurs) représentaient 57 % des clients des dépôts-ventes. D'après les entretiens que nous avons menés, ces deux populations constituent toujours une part importante des acheteurs en dépôts-ventes, sans que cela puisse être quantifié puisqu'il n'y a pas eu d'étude récente à ce sujet.

Concernant les dépôts-ventes de prêt-à-porter, en 2010 les femmes qui achetaient n'étaient pas celles qui déposaient. Il s'agissait de femmes qui voulaient s'offrir des produits de marque, de qualité et à la mode, mais moitié moins cher que le neuf, et qui, pour un budget donné, pouvaient ainsi acheter plus.

## 4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2010

### Principales tendances d'évolution liées à l'environnement

#### ► Evolution des consommateurs : la disparition des freins culturels

En 2010, on estimait que l'un des freins majeurs du secteur des dépôts-ventes était l'approvisionnement, du fait de la réticence des vendeurs potentiels à venir déposer leurs biens en dépôts-ventes. Cette option n'était considérée qu'après le jet ou le don.

Aujourd'hui, comme constaté en 2012, ceci ne semble plus être un frein. Au contraire, selon La Caverne des Particuliers, il y a moins de réticences à venir déposer des biens en dépôts-ventes. Il y a eu une évolution culturelle favorable à l'occasion, tant du côté des consommateurs qui n'hésitent plus à acheter d'occasion, que des vendeurs qui proposent plus facilement leurs biens à la vente.

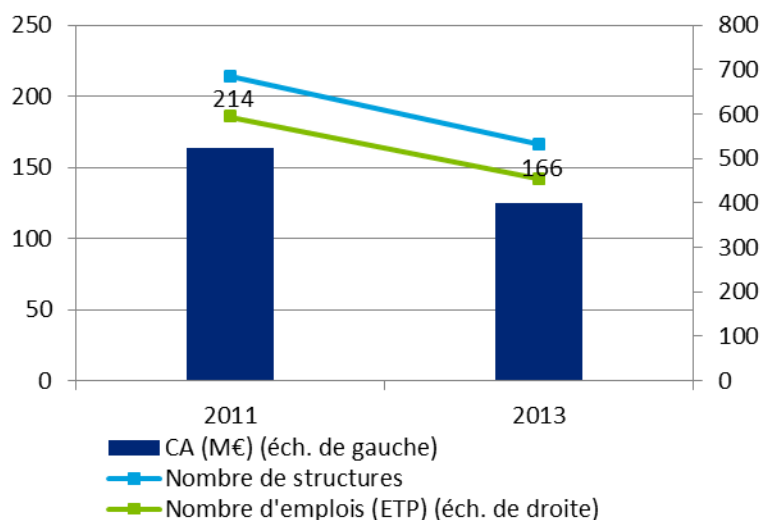
#### ► Le développement de la demande en achat cash

Sans doute à cause du contexte économique, les consommateurs préfèrent de plus en plus la solution de l'achat cash de leur bien plutôt que le dépôt-vente. . Pour faire face à la concurrence, les dépôts-ventes évoluent **vers un modèle économique hybride** intégrant la présence sur **internet** (via des sites vitrines ou des sites marchands), et l'achat-cash (inspiré du modèle des revendeurs).

---

<sup>108</sup> Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi des produits, ADEME, 2014

## Les facteurs et tendances d'évolutions internes



**Figure 95 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de dépôts-vente entre 2011 et 2013**

### REMARQUE :

- Les informations de CA, nombre d'emplois et quantités de biens collectés ont été estimés d'après les dires d'acteurs du secteur et présentent donc des limites. Le détail de la méthodologie et des limites sont précisées dans Tableau 21.
- La précision des estimations des flux de biens ne permet pas de calculer une évolution entre 2011 et 2013.

### TENDANCES D'ÉVOLUTION :

Tout comme en 2012, le secteur est en difficulté puisque **le chiffre d'affaires des 5 principaux réseaux a chuté de 25%** entre 2011 et 2013.

#### ▶ Une diminution générale du nombre de dépôts-ventes

Les principaux réseaux ont vu leur nombre de structures diminuer de 25 % depuis 2011 ce qui contraste avec l'augmentation d'environ 15% du nombre de structures au sein des principaux réseaux des revendeurs.

#### ▶ Une évolution vers un modèle économique hybride intégrant : la présence sur internet et l'achat cash

Pour faire face à la concurrence, les dépôts-ventes développent de plus en plus leur présence sur internet à la manière des sites internet de mise en relation. Troc de l'île a même changé son nom pour mettre en avant cette évolution en devenant Troc.com.

Par ailleurs, les enseignes de dépôts-ventes pratiquent maintenant l'achat cash pour les produits qu'elles sont sûres d'écouler le plus rapidement. Pour certaines enseignes, la part de dépôt-vente est même devenue minoritaire. La Trocante par exemple réalise maintenant la majorité de son chiffre d'affaires sur de l'achat cash et a d'ailleurs changé son slogan « Dépôt – Achat – Vente » pour y rajouter cette fonction « Dépôt ou Cash ».

#### ▶ Une évolution de l'offre de vente : plus de neuf, moins de biens culturels, de EEE et de meubles

Face aux évolutions sociétales et économiques, les dépôts-ventes sont amenés à faire évoluer leur offre de vente.

Ils proposent maintenant plus de bien neufs déclassés, mais aussi des espaces cuisines, salle de bain et salon.

Les produits mis en vente ont aussi évolué : les biens culturels et produits high-tech ont été déviés vers les revendeurs et sites internet de mise en relation. Leur présence devient rare dans les dépôts-ventes, à l'exception des enseignes spécialisées (certains établissements de La Trocante par exemple). Même l'offre de mobilier, pourtant produit historique des dépôts-ventes, a été amenée à évoluer : face aux difficultés d'écoulement du mobilier ancien, les dépôts-ventes proposent maintenant des meubles plus modernes, plus compacts, en kit, ou même vendus déjà montés.

#### ► Une professionnalisation des acteurs

La tendance existante en 2012 se poursuit toujours actuellement. Troc.com était le premier réseau à avoir appliqué aux dépôts-ventes les méthodes de la grande distribution. Aujourd'hui, l'ensemble des acteurs du secteur se professionnalisent, c'est une condition importante pour assurer leur survie dans un contexte difficile.

La Caverne des Particuliers note que cette professionnalisation s'exerce surtout dans l'organisation et les méthodes de travail. Alors que les dépôts-ventes étaient souvent assimilés à des « fourre-tout », aujourd'hui les méthodes de vente et de présentation des biens en rayons se rapprochent des pratiques de la grande distribution. L'espace est optimisé, et les biens sont mis en valeur pour faciliter la vente.

#### ► Le développement à l'international des acteurs

Les réseaux leaders que sont Troc.com et La Trocante se développent à l'international pour gagner de nouveaux marchés, en particulier en Belgique.

### **Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Actualisation du panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2012**

Les recommandations n'ont pas pu être évaluées faute de disponibilité des responsables des principaux réseaux des dépôts-vente.

### **Les freins à l'activité en 2014**

#### ► Frein économique

Le contexte de baisse du pouvoir d'achat pénalise les dépôts-ventes. Les acheteurs se recentrent sur l'achat utile. Dans un même temps, les vendeurs se débarrassent de biens souvent inutiles et difficilement revendables et se tournent vers l'achat cash qui leur permet d'obtenir immédiatement de l'argent en échange de leurs biens. Ce dernier frein affecte principalement les structures proposant uniquement du dépôt-vente.

#### ► Frein sociétal

Les besoins des consommateurs évoluent au détriment des dépôts-ventes. Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent des meubles compacts et fonctionnels, alors que les dépôts-ventes proposent souvent malgré eux du mobilier ancien, massif.

#### ► Frein concurrentiel

Les dépôts-ventes subissent la concurrence des sites internet de mise en relation et des revendeurs. Les premiers permettent aux consommateurs de vendre par eux-mêmes sans intermédiaires, alors que les seconds leur permettent de toucher immédiatement leur paiement sans avoir à attendre la vente. Le modèle économique et la chaîne de valeur des dépôts-ventes sont remis en question.




#### ► Frein administratif

Le coût du bail immobilier et l'importance des délais d'ouverture rendent difficile l'ouverture de nouvelles structures, d'autant que les dépôts-ventes ont besoin de surfaces importantes (1 000 m<sup>2</sup> en moyenne).

► Frein technologique

Les difficultés du déploiement en ligne. Si les grands réseaux peuvent se permettre de développer un site internet complexe et donnent la possibilité aux acheteurs et vendeurs de virtualiser leurs achats, les indépendants et les réseaux plus petits n'ont pas les compétences pour le faire.

## ANNEXE IV.4 Les vides-greniers/brocantes

	<b>Principaux guides/agendas de manifestations</b>  	<b>Principal syndicat</b> 
<b>Définition</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ventes au déballage de biens d'occasion (vides-greniers/brocantes) :</b> Manifestations publiques mises en place par un organisateur afin de mettre en relation de façon directe un vendeur et un acheteur particuliers, parfois via les professionnels du secteur de l'antiquité (brocanteurs et antiquaires)</li> <li>- <b>Brocantes :</b> ce terme désigne également les commerces où se déroulent des ventes d'objets d'occasion c'est-à-dire les structures physiques des brocanteurs</li> </ul>	
<b>Spécificités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Participation des particuliers limitée par la réglementation à deux par an pour vendre des biens personnels usagés uniquement</li> <li>➔ Forte saisonnalité</li> </ul>	
<b>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventes au déballage : ~70 000 soit ~7 millions de stands par an</li> <li>- Brocanteurs : entre 1000 et 1200</li> </ul>	
<b>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi en ETP (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brocanteurs : ~1550 ETP</li> <li>- Organismes de brocantes : ~9 500 bénévoles en ETP ; le nombre de professionnels occupés par l'organisation de brocantes n'est pas connu</li> </ul>	
<b>Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2013 (t)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ventes au déballage : les flux mis en vente sont estimés à environ 500 000 t par an dont 34% sont vendus soit environ 175 000 t</li> <li>- Brocanteurs (en magasin et hors magasin) : non connus</li> </ul>	
<b>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2013 (€)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brocanteurs (en magasin et hors magasin) : ~100 M€</li> <li>- Volumes monétaires liés aux ventes de particuliers : ~1 000 M€</li> </ul>	
<b>Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi</b>	<p>Ventes au déballage :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le succès des brocantes et vide-greniers ne se dément pas</li> <li>- Une spécialisation des vides-greniers et brocantes</li> <li>- Une évolution des types de biens vendus vers des objets plus récents</li> <li>- Une diversification du public vers les catégories les plus aisées</li> </ul> <p>Brocanteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un secteur en déclin</li> <li>- Une évolution des attentes du public au détriment des brocanteurs</li> <li>- Une baisse de la fréquentation</li> <li>- La crainte du développement des vides-maisons</li> </ul>	
<b>Principaux freins à l'activité de réemploi identifiés</b>	<p>Ventes au déballage : pas de frein majeur identifié</p> <p>Brocanteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une réglementation non respectée</li> </ul>	



- L'évolution des attentes des consommateurs au détriment des brocanteurs
- La concurrence des particuliers et d'acteurs bénéficiant d'allègements de charge

## 1. Sources et guide de lecture de la fiche

### Les principales sources

Cette fiche a été réalisée sur la base des sources d'information suivantes :

- Etudes sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010 et en 2012 par BIO Intelligence Service pour le compte de l'ADEME;
- Entretien téléphonique le 04/06/2014 avec Marie Hudry, Directrice de rédaction de L'Agenda des Brocantes
- Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO
- Entretien téléphonique le 16/05/2014 avec Guillaume DESOMBRES, Directeur Commercial chez 118 000, société propriétaire de Info-Brocantes

Les données quantitatives sont issues :

- Pour l'année 2008 : de l'étude portant sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisée en 2010 ;
- Pour l'année 2011 : de l'entretien téléphonique réalisé le 18/06/12 avec Maxime Germain, webmestre du site info-brocantes.com ;
- Pour l'année 2013 : de l'entretien téléphonique du 04/06/2014 avec Marie Hudry, Directrice de rédaction de L'Agenda des Brocantes
- Des recherches bibliographiques ont été également été menées. Les sources bibliographiques sont précisées en notes de bas de page tout au long de la fiche.

### Guide de lecture

Il existe peu d'informations quantitatives brutes concernant les vides-greniers / brocantes. Celles-ci ont donc été estimées avec la limite suivante : elles sont le fruit d'estimations et d'extrapolations réalisées sur la base d'entretiens, de données bibliographiques, et de relevés statistiques menés sur une échelle de temps restreinte.

### Lexique

**Plusieurs définitions peuvent être proposées pour les termes antiquaires et brocanteurs.**

**Brocanteur :**

- Définition 1 : personne qui achète ou échange des objets d'occasion pour les revendre ou les échanger<sup>109</sup>.
- Définition 2 : revendeur d'objets sans avoir fait de réparation<sup>110</sup>

#### Antiquaire :

- Définition 1 : commerçant qui achète et vend des objets anciens de qualité<sup>111</sup>.
- Définition 2 : vendeur d'objets sélectionnés et restaurés<sup>112</sup>

## 2. Caractéristiques et place sur le secteur

Les vide-greniers, brocantes, etc. sont regroupés sous le terme de « vente au déballage », défini comme l'ensemble des ventes de marchandises effectuées dans des locaux ou sur des emplacements non destinés à la vente au public de ces marchandises. Ce secteur comprend plusieurs types d'acteurs, qui interviennent sur différents types de manifestations :

- Les vide-greniers, dans lesquels les vendeurs sont théoriquement des particuliers. En pratique, certains particuliers transgressent la réglementation (« faux professionnels », voir partie Réglementation) et exercent l'activité de brocanteur sans être déclarés afin de réaliser un complément de revenus ;
- Les brocantes, dans lesquelles les vendeurs sont théoriquement des brocanteurs professionnels (à l'origine, la brocante désigne le commerce d'objets usagés mais par métonymie, le terme désigne aussi les boutiques et les ventes au déballage où se pratique ce commerce) ;
- Les salons d'antiquaires, dans lesquels les vendeurs sont théoriquement des antiquaires professionnels.

Les brocanteurs s'intéressent aux objets anciens du quotidien, alors que les antiquaires sont spécialistes des objets anciens de qualité, à valeur historique.

Dans les faits, certaines manifestations mixtes peuvent regrouper des exposants-vendeurs de différents types, comme des particuliers et des brocanteurs par exemple. La terminologie employée tend de plus à se mélanger, certains vide-greniers accueillant des exposants particuliers peuvent par exemple être parfois appelés brocantes. La dénomination « marché aux puces » désigne quant à elle tous types de ventes au déballage, brocantes ou vide-greniers.

**Ce chapitre traite des ventes au déballage pratiquées par les particuliers et les brocanteurs professionnels, qui portent sur des objets du quotidien<sup>113</sup>, ainsi que des ventes des brocanteurs en magasin.** L'activité d'antiquaire ne rentre pas dans le cadre de l'étude étant donné que les objets ne sont pas achetés pour être utilisés mais pour leur valeur historico-artistique.

Il est nécessaire, en préambule, de noter certaines limites qui apparaissent lorsqu'il s'agit de traiter spécifiquement de l'activité de vente au déballage par des brocanteurs professionnels :

<sup>109</sup> Larousse.fr [http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/brocanteur\\_brocanteuse/11277](http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/brocanteur_brocanteuse/11277)

<sup>110</sup> Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

<sup>111</sup> Larousse ;fr <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/antiquaire>

<sup>112</sup> Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

<sup>113</sup> Pour rappel, le champ de la présente étude couvre : EEE, Textiles, Mobilier et décoration, Biens culturels, Equipement de loisir hors DEEE, Outillage, Autres (puériculture, matériel paramédical)

- cette activité est souvent traitée, dans les études disponibles, avec celle d'antiquaire (exclue du champ de cette étude), et les données disponibles sont généralement agrégées ;
- ces deux métiers sont souvent exercés conjointement, notamment dans le cas de professionnels en début d'activité : la brocante permet à l'antiquaire de générer des liquidités le temps de se former aux techniques de restauration et d'expertise et de constituer un premier stock d'objets de valeur ;
- la part de l'activité exercée en vente au déballage (par rapport aux ventes effectuées en magasin) est difficilement estimable.

## Modèle économique

### Historique

- Ventes au déballage (vides-greniers/brocantes)

L'origine de la Braderie de Lille, constituant aujourd'hui la plus importante manifestation française et accueillant des exposants particuliers et professionnels, semble remonter au 12<sup>ème</sup> siècle. Les commerçants de la région venaient écouler leur stock une fois par an et progressivement femmes de chambre et valets eurent la possibilité, un seul jour par an, de vendre les objets que leurs patrons ne souhaitaient plus garder. A cette époque, les plus riches répugnaient à vendre par eux-mêmes des biens leur appartenant, la coutume étant de donner ou jeter<sup>114</sup>. La vente des biens de rebuts ou d'occasion était laissée aux plus démunis. Ainsi, on trouve de nombreuses références aux chiffonniers œuvrant à Paris, et repoussés au 19<sup>ème</sup> siècle à la périphérie, où les actuelles « puces » ont fini par s'installer. Elles désignaient alors un terrain vague situé porte de Clignancourt où ces minorités vendaient « à la sauvette ». Au lendemain de la première guerre mondiale, cette habitude fut régularisée en tant que droit coutumier. Il n'y avait pas l'aspect sédentaire des « puces » actuelles : la réglementation limitait au samedi et au dimanche, en journée, ces manifestations. Le terme de « puces » est venu du caractère hâtif des gens qui s'activaient pour déballer le matin et remballer le soir des biens usagés tels que mobilier et literie<sup>115</sup>

La vente d'objets de seconde main au travers de vide-greniers communaux par des particuliers n'a commencé que dans les années 70, pour enfin connaître un franc succès auprès de la classe moyenne en 1980<sup>116</sup>. Le nom provient du fait que les biens mis en vente étaient généralement des objets anciens provenant des greniers familiaux. Cependant, du fait de la multiplication de ces événements, le stock d'objets anciens des greniers a considérablement diminué. Ainsi, les acteurs du secteur observent depuis une dizaine d'années une tendance d'évolution vers des objets récents de la vie courante.

- Brocanteurs

Au Moyen-âge apparaissent les prêteurs sur gage qui, afin d'écouler tout ce qu'on leur a donné en échange d'argent pour partir en croisade ou en pèlerinage, ouvriront les premières échoppes de fripiers-brocanteurs et rechercheront les objets rares, précieux ou seulement curieux. Beaucoup de rois vont légiférer sur le commerce de l'occasion. Louis XIV ordonnera ainsi le premier « carnet du brocanteur », qui précisera le prix et l'origine des objets acquis par le commerçant. Le brocanteur au sens actuel du terme recherchant des objets usagés du quotidien apparaît dans la seconde moitié du 17<sup>ème</sup> siècle. Cela marque le déclin des merciers et fripiers proprement dits : on voit naître le mercier-

<sup>114</sup> Entretien téléphonique le 16/06/12 avec Maxime Germain, webmestre du site info-brocante.com

<sup>115</sup> Pour rappel, le champ de la présente étude couvre : EEE, Textiles, Mobilier et décoration, Biens culturels, Equipement de loisir hors DEEE, Outillage, Autres (puériculture, matériel paramédical)

<sup>116</sup> Jean Cathelin et Gabrielle Gray, Guide de la Brocante et des Puces à Paris et en Province, Hachette, 1967

brocanteur, le fripier-brocanteur. Le brocanteur-antiquaire apparaît ainsi, à la fois marchand et connaisseur des biens, expérimenté dans l'art d'acheter à bon prix chez les particuliers et de contrôler les ventes publiques<sup>117</sup>.

Le milieu des brocanteurs est individualiste et il n'existe donc pas de réseau de brocanteurs. Certains d'entre eux adhèrent toutefois à des syndicats. Le plus conséquent d'entre eux est le SNCAO auquel adhèrent 1200 antiquaires, brocanteurs et galeristes (Syndicat National du Commerce de l'Antiquité, de l'Occasion et des Galeries d'Art. Il existe ensuite le SNA (Syndicat National des Adhérents ; 200 adhérents), le CPGA (Comité Professionnel des Galeries d'Art ; 200 adhérents) et le SLAM (Syndicat National de la Librairie Ancienne et Moderne, 200)<sup>118</sup>.

### **Fonctionnement des acteurs du marché**

#### ▶ Autres types d'acteurs

Outre les particuliers, les brocanteurs et les antiquaires, déjà définis, il existe un autre type d'acteurs intervenant sur les ventes au déballage : les organisateurs. Ces acteurs sont à l'origine de l'événement et se chargent de recruter les exposants, de remplir les obligations légales auprès de la mairie (voir partie REGLEMENTATION), d'organiser les conditions pratiques et de communiquer auprès des visiteurs. On distingue :

- Les organisateurs associatifs. Il s'agit d'associations communales (« comités des fêtes »), d'associations de quartier pour les villes importantes, d'associations de commerçants ou encore d'associations caritatives (section locale de la Croix Rouge Française par exemple) ;
- Les organisateurs professionnels ;
- Les collectivités locales (mairies) organisant directement la manifestation.
- Les organisateurs de salons professionnels (brocantes et salons d'antiquaires) sont généralement professionnels.

Pour les vide-greniers, les organisateurs associatifs sont pour l'instant les plus nombreux, mais le nombre d'organisateur professionnels est en augmentation. De plus, il existe une distinction entre la Province et l'Île-de-France :

- En Province, les manifestations sont organisées dans environ 90 % des cas par des organisateurs associatifs et dans environ 10 % des cas par des organisateurs professionnels ;
- En Île-de-France, les organisateurs professionnels sont relativement plus nombreux (50 % d'organisateur associatifs et 50 % d'organisateur professionnels).
- Les manifestations organisées directement par les mairies des communes où elles ont lieu sont peu fréquentes. Cependant, les collectivités aident généralement les associations organisatrices (prêt de matériel, etc.), notamment dans les petites communes.

#### ▶ Mode de financement<sup>119</sup>

---

<sup>117</sup> Jean Cathelin et Gabrielle Gray, Guide de la Brocante et des Puces à Paris et en Province, Hachette, 1967

<sup>118</sup> Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

<sup>119</sup> Etude « Panorama de la deuxième vie des produits en France », 2012. Ces informations n'ont pas pu être actualisées dans le cadre de cette étude.

Les **brocanteurs** (et les antiquaires) se rémunèrent sur leur activité d'achat-vente de biens d'occasion via une plus-value réalisée entre le prix d'achat et le prix de revente de l'objet. Certains brocanteurs proposent aux vendeurs particuliers une offre de dépôt-vente, au choix avec leur offre d'achat-vente. Le montant rétrocedé au vendeur lors de la vente de l'objet est alors plus élevé que dans le cas d'un achat cash (la commission prélevée est moins élevée).

La Fédération des Centres de Gestion Agréés indiquait en 2010 que les antiquaires et brocanteurs prélevaient une marge brute moyenne de 46,5 %, à partir d'une enquête sectorielle auprès des entreprises du secteur adhérant à des centres de gestion<sup>120</sup>.

Sur les **vide-greniers**, la vente au déballage réalisée par des exposants particuliers ne constitue pas en théorie une activité professionnelle.

Les **organisateur**s des ventes au déballage, qu'il s'agisse de leur activité principale ou d'une source de revenus complémentaire, se rémunèrent principalement via un droit de places facturé aux exposants. Celui-ci est généralement fonction de la taille de l'emplacement demandé par l'exposant mais peut être forfaitaire si cette taille est imposée. En Province, le prix est en moyenne de 3 € par mètre linéaire, les stands ayant une profondeur de 2 mètres, alors qu'en Île-de-France, il est généralement supérieur à 10 € par mètre linéaire. Le prix dépend également du type de manifestation : alors qu'il est facturé à Paris entre 0 et 30 € par mètre carré aux exposants particuliers sur les vide-greniers, il est facturé entre 100 et 300 € par mètre carré aux brocanteurs et antiquaires sur les salons professionnels.

L'**accès aux ventes au déballage** est de manière générale gratuit pour les visiteurs. Il est plus fréquemment payant pour les manifestations professionnelles (brocantes) que pour les vide-greniers. En fonction du type de manifestation, le droit d'entrée demandé aux visiteurs peut varier entre 1,50 et 6 €. Les **charges** à déduire pour les organisateurs concernent :

- S'il s'agit d'un lieu privé, sa location ;
- S'il s'agit d'un lieu public, une éventuelle compensation financière pour l'occupation du domaine public. Les mairies n'en demandent généralement pas, exception faite de certaines grandes villes telles que la Ville de Paris, à laquelle l'organisateur doit reverser une partie des revenus perçus par les locations de parcelles via le paiement d'un droit d'occupation (0,53 €/jour/m<sup>2</sup> pour les rues, 0,99 €/jour/m<sup>2</sup> pour les espaces aménagés pour recevoir un marché) et d'une redevance de nettoyage (0,69 €/m<sup>2</sup>).

Les événements sont en majorité organisés sur le domaine public (dans les rues l'été et dans les salles publiques telles que salles polyvalentes ou omnisports l'hiver), certains sont toutefois organisés sur le domaine privé (sur le parking d'un supermarché par exemple).

Les recettes des vide-greniers ou des brocantes organisés par une association sont exonérées de tout impôt ou taxe, sous certaines conditions dont celle du caractère exceptionnel de la manifestation<sup>121</sup>.

### ► Réglementation

Les vide-greniers et brocantes sont des manifestations soumises au régime des ventes au déballage et aux manifestations publiques de revente d'objets mobiliers<sup>122</sup>. Les particuliers sont responsables

<sup>120</sup> Centre de Gestion Agréé de la Région Parisienne, Fiche métier Antiquité Brocante, 2008 – non actualisée depuis

<sup>121</sup> Source : Service-Public.fr, Comment organiser un vide-grenier ou une brocante ?, <http://vosdroits.service-public.fr/F1813.xhtml>

des objets vendus et soumis aux mêmes règles que les professionnels sur les vices cachés<sup>123</sup> et les ventes réglementées (armes, contrefaçons, denrées alimentaires, règles sanitaires et vétérinaires, etc.).

Face à l'augmentation du nombre de « faux professionnels », particuliers participant à de nombreux vide-greniers dans le but de réaliser des plus-values financières, une loi a été votée, qui se décline comme suit : « Les particuliers non-inscrits au Registre du Commerce et des Sociétés sont autorisés à participer aux ventes au déballage en vue de vendre exclusivement des objets personnels et usagés deux fois par an au plus ».

Cette loi simplifie également la déclaration des ventes au déballage auprès des autorités. Désormais, l'organisateur doit simplement effectuer une déclaration préalable auprès du maire de la commune dont dépend le lieu de vente<sup>124</sup>, quelle que soit la surface consacrée à la vente. Cependant, les ventes au déballage ne peuvent excéder deux mois par année civile dans un même local ou sur un même emplacement<sup>125</sup>.

L'organisateur doit également tenir un registre permettant l'identification des exposants (particuliers ou professionnels)<sup>126</sup>. Ce registre doit être tenu à la disposition des services de police et de gendarmerie, des services fiscaux, des douanes ainsi que des services de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes pendant toute la durée de la manifestation et déposé au terme de la manifestation à la préfecture ou à la sous-préfecture du lieu de la manifestation. Si la vente au déballage a lieu sur le domaine public, une demande d'occupation du domaine public doit également être demandée par l'organisateur.

Les participants non professionnels doivent remettre à l'organisateur une attestation sur l'honneur de non-participation à deux autres manifestations de même nature au cours de l'année civile.

Les professionnels doivent, pour leur activité en magasin comme pour leur participation à des ventes au déballage, tenir à jour un registre contenant une description des objets acquis ainsi que l'identification des personnes qui les leur ont vendus.

## Analyse quantitative

### **Chiffre d'affaires et résultats économiques**

L'estimation du chiffre d'affaires réalisé sur les ventes au déballage et de celui des brocanteurs est délicate. Les marchands ne sont en effet pas soumis à une autorité de régulation contrairement aux commissaires-priseurs.

Différentes estimations ont tout de même été réalisées afin d'obtenir des ordres de grandeur :

- Le DEPS (Département des études, de la prospective et des statistiques) a réalisé avec l'INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques) une estimation statistique des chiffres d'affaires des entreprises du commerce du marché de l'art. Les ventes d'objets de récupération à des

---

<sup>122</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Décret n°96-1097 du 16 décembre 1996 pris pour l'application du titre III, chapitre Ier, de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 et relatif aux ventes en liquidation, ventes au déballage, ventes en soldes et ventes en magasins d'usines

<sup>123</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Articles 1641 et suivants du Code Civil

<sup>124</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Article R310-8 du Code du Commerce

<sup>125</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Article L310-2 du Code du Commerce

<sup>126</sup> Source : Journal Officiel de la République Française, Article 321-7 du Code Pénal

particuliers, ce qui correspondrait au chiffre d'affaires des brocanteurs, représentaient un montant estimé de 104 M€ en 2006.<sup>127</sup>

- Le SNCAO estimait le volume des ventes générées par les brocanteurs et les antiquaires en 2010 compris entre 2,2 et 2,3 milliards d'euros. Une partie importante des brocanteurs ne gagnerait souvent que le SMIC.<sup>128</sup>

**Pour l'année 2013, le chiffre d'affaires des brocanteurs, en structures physiques et hors structures physiques, en France peut être évalué à environ 100 M€.** Ce montant paraît cohérent puisqu'il est inférieur à celui estimé par le DEPS en 2006 ce qui peut s'expliquer par une la décroissance du secteur compensée par l'inclusion de catégories hors périmètre de l'étude dans les chiffres du DEPS. **Les volumes monétaires liés aux ventes de particuliers sont quant à eux estimés à environ 1 000 M€ en 2013.** Le chiffre d'affaires global des organisateurs de brocantes est jugé négligeable.

Ces estimations ont réalisés selon la méthodologie ci-dessous :

- Brocanteurs

Le chiffre est issu d'une extrapolation à partir des réponses d'un échantillon de brocanteurs à une action de phoning. Ses limites sont expliquées dans le Tableau 22.

### **Volumes monétaires associés aux ventes des particuliers**

---

<sup>127</sup> Les entreprises du commerce du marché de l'art, DEPS, 2009

<sup>128</sup> Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

PARAMETRES DU CALCUL	SOURCES	METHODOLOGIE	CALCUL
Nombre d'exposants	Agenda des brocantes	Somme de nombre d'exposants pour : * Les manifestations récurrentes (hors bourses) * manifestations non récurrentes (hors bourses) * les bourses Voir Chapitre "Ressources humaines"	a
CA moyen par stand	Info-brocantes	Estimé à 150 euros	b
<b>CA total</b>			$c=a*b$
Part d'objets hors scope	Info-brocantes	Estimé égale à la part de bijoux, car pas de neuf, soit 5%	d
<b>CA périmètre de l'étude</b>			$e=c*(1-d)$
Part de vente par des particuliers	Bio Intelligence Services	Estimé à 14/15 à partir de dires d'experts et de tests de cohérence	f
<b>Volume monétaire associé aux ventes des particuliers</b>			$f*e$

**Figure 96 - Sources et méthodologies de calcul pour le volume monétaire associé aux ventes de déballage par des particuliers**

Les chiffres sont jugés moyennement fiables puisqu'un test de cohérence a permis de valider l'ordre de grandeur : le volume monétaire associé aux ventes des professionnels en vente de déballage est estimé à environ 70 M€ selon la méthodologie décrite dans la Figure 96. Si l'on recoupe avec le chiffre d'affaires total des brocanteurs, on estimerait donc les ventes de brocanteurs en structures physiques à 30% du volume total des ventes des brocanteurs (100-70 soit 30%\*100M€) ce qui est cohérent avec les dires d'experts du secteur.

### Structure du marché

Le nombre de manifestations de ventes au déballage était estimé à 55 000 ventes au déballage par an sur la base du recensement des événements par le site info-brocantes.com.

Cette année, l'estimation a été affinée avec l'aide de l'Agenda des Brocantes : **environ 69 400 manifestations ont eu lieu en 2013**. C'est une estimation basse.

**Tableau 68 - Nombre de ventes au déballage par type de manifestation en 2013**

Type de manifestation	Nombre de manifestations (2013)
Manifestations récurrentes (hors bourses)	16 000
Manifestations non récurrentes (hors bourses)	45 000
Bourses (hors bourses exclues du périmètre de l'étude)	8 400
<b>TOTAL</b>	<b>69 400</b>

Sur la base du recensement réalisé dans le cadre de la mise à jour de l'annuaire des structures de réemploi et de réutilisation en France, **le nombre de brocantes (au sens structure physique d'un**



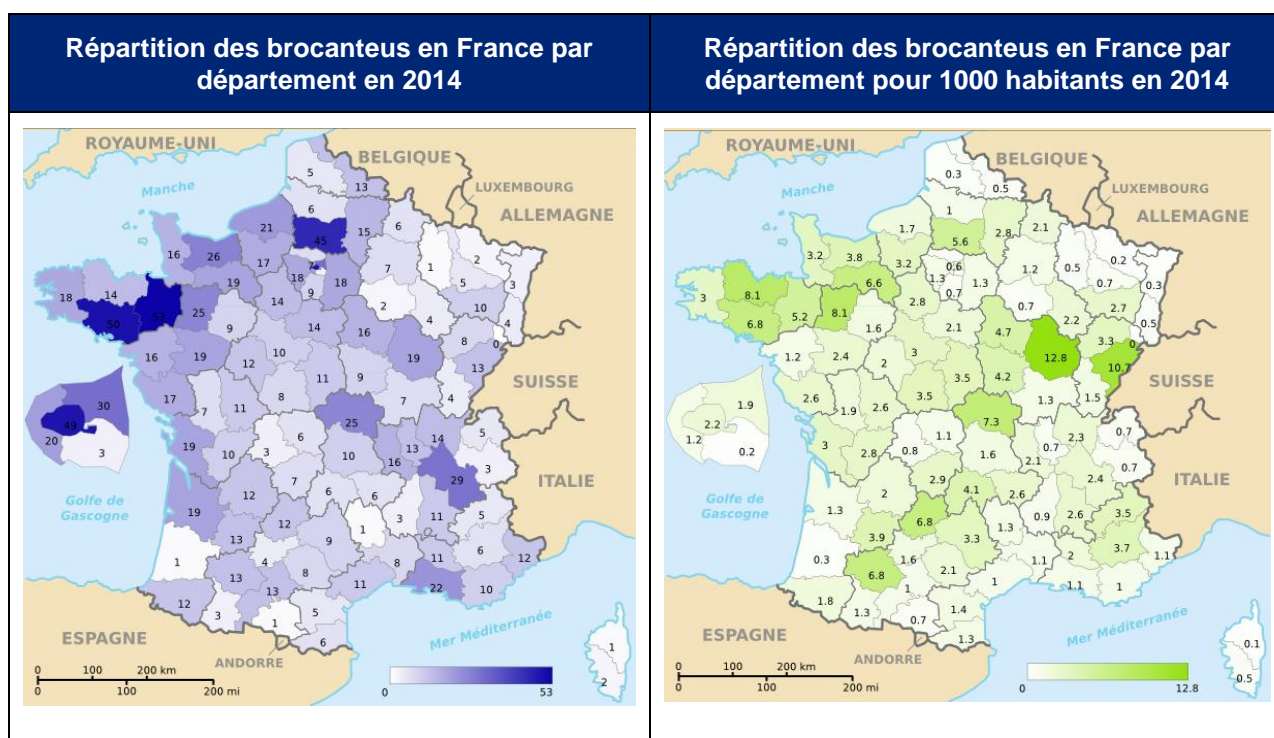
**brocanteur) a été estimé à environ 1100.** Ce nombre est en décroissance car il y a davantage de brocanteurs mettant fin à leur activité que de brocanteurs la démarrant<sup>129</sup>.

Selon l'étude du DEPS, le nombre d'entreprises exerçant de la vente d'objets de récupération en magasin était de 1073 en 2006.<sup>130</sup>

Entre la petite brocante de village et la Braderie de Lille (10 000 exposants et environ deux millions de visiteurs), les ventes au déballage montrent de fortes disparités.

► Répartition géographique

Les deux cartes ci-dessous représentent la répartition géographique des structures physiques des brocanteurs recensées lors de la mise à jour de l'annuaire des structures de réemploi et de réutilisation en France. Cette répartition a pour limite que l'exhaustivité du recensement est estimée à 80-90%.



**Figure 97 - Répartition géographique des structures physiques des brocanteurs en France en 2014**

Les brocanteurs sont principalement situés dans les grandes villes dans lesquelles ils se regroupent dans des quartiers ou rues. Le SNCAO note ainsi une tendance au regroupement, notamment en région parisienne (puces de St Ouen, village Suisse, village Saint Paul, village de la geôle et du bailliage à Versailles), à Bordeaux (village Notre-Dame, passage Saint-Michel, marché des

<sup>129</sup> Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

<sup>130</sup> Les entreprises du commerce du marché de l'art, DEPS, 2009

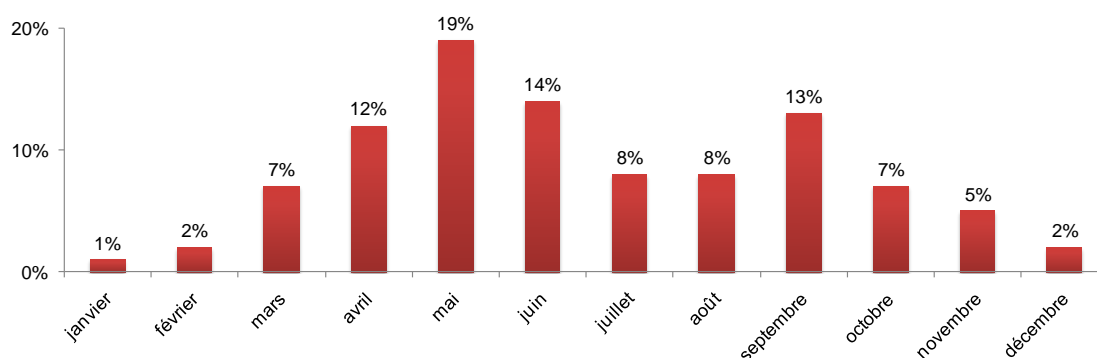
Quinconces), à Lyon (rue Auguste Comte) et à Marseille. Certains adhérents à la SNCAO font ainsi partie d'associations de commerçant de quartiers ou de rues.<sup>131</sup>

Lorsqu'ils ne sont pas installés dans des grandes villes, les brocanteurs sont généralement installés dans des régions touristiques et aisées, comme celles de Deauville, Biarritz et Antibes. Enfin le Nord-Est de la France est particulièrement fourni en raison de sa proximité avec les Foires et la Belgique.

La répartition géographique des ventes au déballage n'a pas pu être cartographiée mais celle-ci suit celle des brocanteurs.

### ► Saisonnalité

Comme le montre la Figure 98, les ventes au déballage sont sujettes à une forte saisonnalité, 80 % ayant lieu entre avril et octobre. Par ailleurs, les ventes au déballage sont organisées en très grande majorité le dimanche et les jours fériés, celles organisées le samedi étant moins fréquentes.



**Figure 98 : Saisonnalité des ventes au déballage sur une année d'après info-brocantes.com en 2010**

L'activité des brocantes et vide-greniers n'a pas connu de changements majeurs et reste soumise à la même saisonnalité qu'en 2010.

### ► Zone de chalandise et localisation des vendeurs

#### • Ventes au déballage (vides-greniers/brocantes)

La zone de chalandise est inférieure au département, les acheteurs habitant majoritairement dans un rayon de 15 km autour de la commune accueillant la manifestation. Ces estimations valent pour des vide-greniers de taille modeste. Certaines ventes au déballage, telle la Braderie de Lille, ont en effet des zones d'attraction des vendeurs et de chalandise nationales. Les professionnels fréquentant les brocantes sont également basés à des distances supérieures aux particuliers.

#### • Brocanteurs

Le territoire d'intervention des marchands est large et ne peut être spécifié parce qu'ils se déplacent avec facilité au fil des contacts.

<sup>131</sup> Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

## Ressources humaines

- Ventes au déballage (vides-greniers/brocantes)

Les vide-greniers déplaçaient de l'ordre de 1,5 million d'exposants par an d'après les chiffres de 2010<sup>132</sup>. Le nombre d'exposants en 2013 a été estimé à **environ 7 millions de personnes dans le cadre de cette étude**. C'est une estimation basse.

Tableau 69 - Nombre d'exposants par type de manifestation en 2013

Type de manifestation	Nombre d'exposants (2013)	Source
Manifestations récurrentes (hors bourses)	1 680 000	Multiplication nombre d'exposants par 105 (estimation du nombre moyen d'exposants par manifestations à partir du ratio calculé pour les manifestations non récurrentes)
Manifestations non récurrentes (hors bourses)	4 725 000	Donnée brute fournie par Agenda des brocantes
Bourses (hors bourses exclues du périmètre de l'étude)	882 000	Idem manifestation non récurrentes (hors bourses)
<b>TOTAL</b>	<b>7 287 000</b>	<b>/</b>

**Toutefois ce nombre d'exposants ne présage pas du nombre d'emplois concernés par cette activité.** Aucune estimation fiable n'est disponible à ce jour concernant le nombre d'emplois concernés (ETP relatifs aux exposants professionnels, et aux organisateurs).

**Le nombre de bénévoles a toutefois pu être estimé à environ 9500 ETP** faisant l'hypothèse suivante : il y a 1,5 bénévole par manifestation qui consacre 2 jours par mois.

- Brocanteurs

Les brocanteurs travaillent généralement seuls mais certains font appel à des personnes de façon ponctuelle (pas au noir) ou travaillent en couple. **Le nombre d'emplois a été estimé à environ 1500 ETP.** Le chiffre est issu d'une extrapolation à partir des réponses d'un échantillon de brocanteurs à une action de phoning. Ses limites sont expliquées dans le Tableau 22.

### 3. Analyse de la chaîne de valeur

#### Les activités exercées

Les activités exercées par les **brocanteurs** consistent à collecter les biens d'occasion auprès de particuliers ou d'autres brocanteurs, les réparer ou les faire réparer si besoin, et les revendre auprès de particuliers ou d'autres professionnels du secteur (brocanteurs spécialisés, antiquaires), en magasin, sur des brocantes ou les deux.

<sup>132</sup> La Gazette de l'Hôtel Drouot, Guide juridique des enchères - Le régime juridique des brocantes

Les **organiseurs** de ventes au déballage organisent les conditions pratiques de l'événement (fléchage vers le lieu de la manifestation, stand de restauration, toilettes, etc.) et communiquent auprès des visiteurs. Ils peuvent, en fonction du type de vente (vide-greniers avec exposants particuliers ou salons professionnels), fournir aux exposants le matériel pour les stands, mais pour les vide-greniers, ce n'est généralement pas le cas.

## L'offre d'achat

### **Spécificités de l'approvisionnement**

La réglementation limite les particuliers non-inscrits au Registre du Commerce et des Sociétés à vendre exclusivement des objets personnels et usagés, n'ayant pas été achetés ou fabriqués dans l'intention de les vendre. Les brocanteurs quant à eux vendent des objets anciens de la vie courante, qu'ils ont acquis via différentes sources d'approvisionnement, la principale étant les particuliers.

### **Modes d'approvisionnement**

Pour s'approvisionner, le brocanteur utilise plusieurs sources et modes d'approvisionnement, variables en proportion d'un professionnel à l'autre :

- La source d'approvisionnement traditionnelle des brocanteurs est la chine de biens usagés auprès des particuliers, via différents modes d'approvisionnement. Le plus courant est le débarras à domicile par camion (le brocanteur achète le contenu du local d'un particulier afin de le vider entièrement), puis sur les vide-greniers de particuliers, l'apport sur site par le particulier étant proportionnellement assez faible. La communication auprès de cette source d'approvisionnement peut comprendre des annonces dans des journaux locaux, une publicité sur leur camion de débarras, parfois des annonces sur internet ou une collecte en porte-à-porte, toutefois cette dernière est relativement faible ;
- Les autres brocanteurs constituent une autre source d'approvisionnement. Le brocanteur ayant chiné l'objet prélèvera une plus-value et la valeur de l'objet augmentera ainsi à chaque changement de mains. L'approvisionnement auprès de cette source se fait directement via le réseau relationnel de chaque professionnel ou au niveau des salons réservés aux professionnels ; Les salles de ventes aux enchères constituent également une source d'approvisionnement. Les biens mis en vente sont généralement des objets d'art, d'où la présence plus importante d'antiquaires. Du mobilier ancien est également vendu par ce biais, en provenance directe des particuliers ou via des successions, tutelles, partages, saisies judiciaires, etc. Les brocanteurs généralistes s'approvisionnent auprès de sources d'approvisionnement multiples (particuliers et ventes aux enchères essentiellement). Les brocanteurs spécialisés s'approvisionnent principalement auprès d'autres professionnels plus généralistes, qui ont tendance à proposer la marchandise à un prix inférieur à sa valeur réelle afin de ne pas la garder trop longtemps en stock<sup>133</sup>.
- Un nombre croissant de brocanteurs s'approvisionne également sur internet sur lequel il est possible de dégager des marges plus importantes en dénichant la bonne affaire.

### **Flux d'approvisionnement**

Au-delà des estimations en termes de chiffre d'affaires, il est difficile d'estimer les flux d'approvisionnement en tonnages, que ce soit au niveau des brocanteurs ou au niveau des ventes au

<sup>133</sup> Cabinet d'expertise comptable Ad Valorem, Secteur de l'Antiquité-Brocante, <http://www.advalorem-expertise.fr/Antiquites-Brocante.html>

déballage. En effet, aucune étude sur les flux matériels échangés au niveau d'une vente au déballeage, qui permettrait une extrapolation à l'échelle nationale, n'est disponible.

On peut tout de même estimer, selon la méthodologie décrite ci-dessous, le nombre d'objets mis en vente à environ **1 milliards d'objets soit environ 512 000 t.**

- Ventes au déballeage (vides-greniers/brocantes)

Le nombre d'objets mis en vente dans les ventes au déballeage a été estimé à **environ 510 000 t.** Cette estimation a été réalisée selon la méthodologie ci-dessous :

PARAMETRES DU CALCUL	SOURCES	METHODOLOGIE	CALCUL
Nombre d'exposants	Agenda des brocantes	Somme de nombre d'exposants pour : * les manifestations récurrentes (hors bourses) * manifestations non récurrentes (hors bourses) * les bourses Voir Chapitre "Ressources humaines"	a
Nombre d'objets en vente par exposant	Info-Brocantes	Estimé à 200 tous types de manifestations confondus	b
<b>Nombre d'objets mis en vente (manifestations)</b>			c=a*b
Poids moyen des objets	Info-Brocantes	0,5 kg	d
<b>Tonnage total des objets mis en vente (manifestations)</b>			c*d
Part d'objets dans chaque manifestation déjà présentés	Info-Brocantes		30% e
<b>Tonnage total réel des objets mis en vente (manifestations)</b>			f=d*e

**Figure 99 - Sources et méthodologies de calcul pour les quantités d'objets mis en vente dans les ventes au déballeage**

- Brocanteurs

Les flux d'approvisionnement des brocanteurs ont été considérés égaux à leurs flux de vente, dont le calcul est disponible dans le paragraphe Flux Vendus.

Les flux d'approvisionnement totaux, c'est-à-dire les quantités de biens mis en vente, ont alors pu être estimés selon une formule identique à celle utilisée pour les flux de ventes et détaillée dans le paragraphe Flux Vendus.

### **Les attentes des vendeurs**

Aucune étude n'est disponible en France sur le profil des vendeurs, qu'il s'agisse des particuliers vendant leurs biens à un professionnel ou exposant leurs biens lors d'une vente au déballeage.

D'après info-brocantes.com et Agenda des Brocantes, on note depuis 2010 une légère évolution, avec une part plus importante de personnes issues de milieux aisés, aussi bien du côté des vendeurs que des acheteurs.

Une étude réalisée en 2010 par le Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs (CRIOC) belge sur les ventes au déballage en Belgique<sup>134</sup> révèle que les vendeurs participent à ce type d'événements en moyenne trois fois par an et y réalisent des ventes s'élevant à 119 € par participation.

Ce chiffre est confirmé par le webmestre d'info-brocantes.com, qui évalue les ventes réalisées par un exposant particulier en France à environ 150 € pour la première participation.

## L'offre de vente

### *Spécificités de l'offre*

#### ► Types de biens vendus

La tendance observée depuis une dizaine d'années s'est perpétuée depuis 2010 : l'ancienneté des biens échangés sur les vide-greniers tend à diminuer. Ceci est dû à la diminution du stock d'objets anciens dans les greniers familiaux, au profit d'objets de la vie courante plus récents. Tous types de biens peuvent s'échanger sur un **vide-greniers**. D'après le webmestre du site info-brocantes.com, les types de biens les plus fréquemment échangés sur les vide-greniers sont ceux donnés par le **Erreur ! Source du renvoi introuvable.** ci-après. Les plus fréquents sont les jouets et le matériel de puériculture (poussettes, landaus, chauffe-biberons, porte-bébés, ...), les vêtements (notamment ceux pour enfants), la vaisselle et la décoration, les livres. Le mobilier et l'électroménager, trop encombrant, sont peu proposés lors de ces manifestations.

---

<sup>134</sup> CRIOC, Brocantes et marchés aux puces, 2010

**Tableau 70 – Estimation de la présence des différents types de biens sur les vide-greniers en 2011**

Type de biens		Présence sur les vide-greniers ++ : très fréquent + : fréquent - : peu fréquent -- : rare
<b>Equipements électriques et électroniques</b>		
	Gros électroménager froid	--
	Gros électroménager hors froid	--
	Petit électroménager	-
	Ecrans	-
	Equipements audiovisuels (hors écran)	-
	Equipements informatiques (hors écran)	-
<b>Produits textiles</b>		
	Vêtements	++
	Maroquinerie (sacs et accessoires)	+
	Chaussures	++
	Linge de maison	+
<b>Mobilier</b>		+
<b>Bibelots/Vaisselle/Décoration</b>		
	Décoration	++
	Luminaires	+
	Vaisselle	++
<b>Livres, cassettes, CD, DVD</b>		
	CD, DVD, Cassettes	++
	Livres, revues, BD, etc.	++
<b>Equipements de loisirs</b>		
	Instruments de musique	-
	Jouets	++
	Equipements de sport	+
<b>Vélos/Cycles</b>		+
<b>Outillage</b>		
	Bricolage	++
	Jardinage	++
<b>Autres</b>		
	Puériculture	++
	Matériel paramédical	--
	Divers	

Traditionnellement, les biens proposés sur les **brocantes** sont plus anciens que ceux échangés sur les vide-greniers. On observe cependant une évolution vers des objets de fabrication plus récente même sur les brocantes. Celle-ci s'explique par une évolution de la demande vers des objets plus récentes et par un épuisement du stock d'objets plus anciens. Aujourd'hui, on trouve de moins en moins de gros mobilier. Les vide-greniers se concentrent presque exclusivement sur les objets du quotidien.

► Part de l'occasion et du neuf

La réglementation interdit aux particuliers de vendre des produits neufs sur des ventes au déballage. Des contrôles de police peuvent avoir lieu sur l'événement pour vérifier l'état de la marchandise et interpeler les « faux professionnels ». Les brocanteurs professionnels quant à eux n'en proposent pas dans leur offre.

Les braderies sont des ventes au déballage sur lesquelles de la marchandise neuve est vendue à prix réduit. Certaines ventes au déballage hybrides brocante-braderie proposent à la fois des objets neufs et d'occasion et regroupent les deux types d'exposants. L'autorisation délivrée par la mairie pour l'organisation de la vente au déballage spécifie généralement si la vente d'objets neufs est autorisée ou interdite, limitée à l'alimentaire, etc.

Dans le cadre de cette étude, la part d'objets neufs est considérée comme nulle pour les brocantes et vide-greniers.

**Flux vendus**

On peut estimer le **nombre d'objets vendus dans des ventes au déballage et dans les magasins des brocanteurs à environ 350 millions d'unités, soit environ 175 000 t** dont la répartition est détaillée dans le Tableau 71 ci-dessous.

**Tableau 71 - Ventes d'objets dans les ventes au déballage et par les brocanteurs**

Flux vendus	Ventes au déballage	Brocanteurs (ventes au déballage comprises)
Nombre d'objets vendus (unités)	345 000 000	7 000 000
Nombre d'objets vendus (t)	173 000	7 000

Ces estimations ont réalisés sur la base de la méthodologie ci-dessous :

- Brocanteurs

Le chiffre est issu d'une extrapolation à partir des réponses d'un échantillon de brocanteurs à une action de phoning. Ses limites sont expliquées dans le **Tableau 21**

- Ventes au déballage (vides-greniers/brocantes)



PARAMETRES DU CALCUL	SOURCES	METHODOLOGIE	CALCUL
Nombre d'exposants	Agenda des brocantes	Somme de nombre d'exposants pour : * les manifestations récurrentes (hors bourses) * manifestations non récurrentes (hors bourses) * les bourses Voir Chapitre "Ressources humaines"	a
Nombre d'objets en vente par exposant	Info-Brocantes	Estimé à 200 tous types de manifestations confondus	b
<b>Nombre d'objets mis en vente (manifestations)</b>			$c=a*b$
Taux de vente moyen par stand	Info-Brocantes	Estimé à 25% tous types de manifestations confondus	d
<b>Nombre d'objets vendus (manifestations)</b>			$e=c*d$
Part d'objets hors scope	Info-brocantes	Estimé égale à la part de bijoux, car pas de neuf, soit 5%	f
<b>Nombre d'objets vendus dans périmètre étude (manifestations)</b>			$g=e*(1-f)$

**Figure 100 - Sources et méthodologies de calcul pour les quantités d'objets vendus dans les ventes au déballage**

Le nombre total d'objets vendus dans les ventes au déballage et dans les magasins des brocanteurs a finalement été estimé en définissant la part d'objets vendus par les brocanteurs en magasin égale à la part du chiffre d'affaires réalisé en magasin c'est-à-dire 30%.

**Le taux de réemploi des objets est donc estimé à environ 35%.** Le taux de vente de 25% dans les ventes au déballage est rehaussé par le fait que la part d'objets présentés ultérieurement dans des brocantes est estimée égale à 30%, selon les dires d'experts du secteur, et par un taux de vente estimé à 100% pour les brocanteurs.

### Fiabilité des informations

La fiabilité des informations liées aux flux d'objets est jugée faible car ils sont le fruit d'estimations sur la base de dires d'experts du secteur et d'un sondage réalisé auprès des vides-greniers et brocantes. Celles-ci doivent être prises avec une grande précision. Leurs limites sont expliquées dans le Tableau 22.

En particulier, la part d'objets vendus par les brocanteurs par rapport au nombre d'objets vendus dans les ventes au déballage est de 4% ce qui paraît faible, d'autant plus que cette part est de 9% en considérant les volumes monétaires.

### Stratégie d'offre

Les brocanteurs proposent par comparaison aux exposants particuliers des vides-greniers des biens de qualité et ancienneté supérieures et un éventail de services supplémentaires (livraison, etc.). Un nombre croissant de brocanteurs ont recours aux réseaux sociaux pour conquérir de nouveaux clients et les fidéliser.

Les professionnels généralistes disposent souvent d'un simple entrepôt et exposent sur les brocantes. Leur clientèle est principalement constituée d'autres professionnels plus spécialisés, mais également de particuliers. En effet, les brocantes sont généralement ouvertes à tous les visiteurs mais certains salons sont réservés aux professionnels. Par exemple, le déballage marchand de Châtelleraut, organisé par Débal Antic, constitue un de ces points de rencontre entre professionnels antiquaires et brocanteurs, chaque mois sur 15 000 m<sup>2</sup> d'exposition.

Il est difficile de dégager des généralités sur les prix pratiqués du fait de la diversité des biens proposés. Sur les vides-greniers, on estime que les objets sont vendus en moyenne entre 20% et 30% de leur valeur d'achat initiale.

Concernant les ventes au déballage, la communication réalisée par les organisateurs auprès des particuliers peut prendre plusieurs formes : sites de recensement de manifestations tels info-brocantes.com, annuaires papier des manifestations tels l'Agenda des Brocantes<sup>135</sup>, journaux locaux, affiches dans les commerces et sur les panneaux d'affichage, etc.

### **Les attentes des acheteurs**

Aucune étude n'est disponible en France sur le profil des vendeurs.

Les résultats de l'étude du CRIOC<sup>136</sup> sur les ventes au déballage montrent qu'un tiers environ des citoyens belges déclarent avoir visité une vente au déballage (brocante ou vide-greniers) au cours des douze derniers mois, en augmentation depuis 2008 (+40 %), avec une fréquence moyenne de huit visites par an. De même que pour la vente, aucune étude ne permet de connaître la fréquence de visite moyenne, il n'est donc pas possible de connaître le nombre de particuliers s'adonnant à cette activité.

En Belgique, l'intérêt pour ces manifestations est plus important parmi les ménages de cinq personnes et moins important chez les personnes âgées de 65 ans et plus. Les consommateurs de professions et catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) sont également significativement plus nombreux que la moyenne. Le webmestre du site info-brocantes.com confirmait en 2012 avoir observé la plus forte proportion de couples avec enfants parmi les visiteurs en France, et confirmait également une évolution sociologique similaire, depuis 2010.

En moyenne, ces visiteurs déclarent dépenser 63 € par visite. Cependant, les sommes dépensées sont plus conséquentes chez les consommateurs les plus intéressés par ces événements et dépassent largement les 100 €. En France, le webmestre du site info-brocantes.com estime que la somme dépensée par visite est inférieure à celle indiquée par l'étude du CRIOC en Belgique.

D'après le Syndicat National du Commerce de l'Antiquité et de l'occasion (SNCAO), en 2010 « on observe depuis quelques années que le mobilier peine à se vendre alors que les objets de décoration sont toujours recherchés »<sup>137</sup>. Plusieurs sources confirment qu'en 2014 cette tendance s'est confirmée, le mobilier est moins présent, alors que le succès des objets de décoration ne se dément pas.

Par ailleurs, on rencontre des différences de motivation entre les visiteurs de ventes au déballage :

- Certains visiteurs viennent avec l'intention d'acheter un objet précis (collectionneurs notamment) ;
- D'autres visiteurs avertis viennent chiner des objets anciens à des prix inférieurs à ceux pratiqués par les brocanteurs, sans toutefois avoir une idée précise du bien recherché ;
- D'autres visiteurs enfin viennent dans le cadre d'une promenade dominicale en famille, profiter de la convivialité du lieu.

Les deux premières catégories de visiteurs, ainsi que les brocanteurs, sont particulièrement présents le matin, pendant lequel la majeure partie du chiffre d'affaires est réalisée. En particulier, les visiteurs avertis s'activent auprès des vendeurs dès l'heure d'ouverture de la vente voire avant qu'ils n'aient eu le temps de décharger leur marchandise, afin de détecter les objets de valeur et les bonnes affaires. La troisième catégorie de visiteurs est plutôt présente l'après-midi. La fin de la journée peut également

---

<sup>135</sup> Agenda des Brocantes, <http://www.agendanationaldesbrocantes.com/>

<sup>136</sup> CRIOC, Brocantes et marchés aux puces, 2010

<sup>137</sup> HS Global Insight – DAFSA-PROs (service de veille sur les TPE), 5 questions à Michel Gomez – Président du SNCAO, <http://dafsapros.ihsglobalinsight.fr/blog/index.cfm/message/1/id/88/>, novembre 2009

être propice aux bonnes affaires, les vendeurs diminuant leurs prix de vente afin de se débarrasser d'un maximum d'objets.

## 4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2012

### Tendances d'évolution

- Ventes au déballage (vides-greniers/brocantes)

#### ▶ Le succès des brocantes et vide-greniers ne se dément pas

Le nombre de manifestations reste stable ou en légère croissance d'après Marie HUDRY d'Agenda des Brocantes. La baisse du pouvoir d'achat a suscité un intérêt pour l'achat d'occasion. Deux émissions ont ainsi vu le jour en 2014 sur France 2 et France 3, nos chers souvenirs et jour de brocante. Ce succès est également dû à un nombre croissant de particuliers vendant des objets d'occasion ainsi qu'à la prise en compte des enjeux du développement durable.

#### ▶ Une concurrence dont l'impact est difficile à mesurer

Celle-ci semble se durcir mais on retrouve dans ces manifestations des objets encore peu vendus par d'autres acteurs du marché de l'occasion : des livres, de la vaisselle, du matériel de puériculture et des jouets. Par ailleurs ces manifestations sont vécues par la clientèle comme des activités de loisir à part entière, ce qui n'est pas encore le cas dans les autres structures du marché.

#### ▶ Une spécialisation des vides-greniers et brocantes

On note depuis 2010, une tendance à l'augmentation du nombre d'évènements thématiques spécialisés, en particulier les vides-dressing mais aussi les bourses aux jouets et les bourses aux livres. On voit par ailleurs apparaître des vides-maisons, des vides-greniers organisés par les particuliers dans leur logement, souvent en prévision d'un déménagement.

#### ▶ Evolution des types de biens vendus vers des objets plus récents

Avec le succès des brocantes et vide-greniers, les types de biens présents lors des manifestations évoluent. De manière générale, on note une évolution depuis 2010 allant vers des objets mis en vente de plus en plus récents. Ceci peut s'expliquer par l'épuisement du stock d'objets anciens au fur et à mesure des participations à ces manifestations. En 2010, on observait une présence de moins en moins importante du mobilier, et cette tendance est toujours d'actualité. Aujourd'hui, on ne trouve presque plus de mobilier dans les brocantes et vide-greniers. Les principales catégories de produits représentées de manière invariable sont les jouets et le matériel de puériculture, les vêtements, la vaisselle et les bibelots, et enfin les livres. Toutes les autres catégories sont présentes de manière anecdotique et très variable selon les événements, même pour le petit électroménager qui était pourtant assez présent en 2010.

#### ▶ Une diversification du public vers les catégories les plus aisées

La conjoncture économique a contribué à démocratiser l'achat d'occasion. Celui-ci est désormais culturellement mieux accepté. Traditionnellement, le public de ces manifestations est constitué des classes moyennes. Depuis 2010, on note une plus grande proportion de personnes issues des catégories plus aisées (CSP+), aussi bien du côté des acheteurs, que des vendeurs.

- Brocanteurs

- ▶ Un métier en déclin

D'après Jean NOWICKI, les brocanteurs sont en déclin, touchés par une forte concurrence, en premier lieu celle des particuliers de plus en plus nombreux, ne payant pas de charge sur les transactions. Les brocanteurs ressentent également la concurrence de l'ESS, vendant à des prix semblables mais bénéficiant d'allègements de charges.<sup>138</sup>

- ▶ L'évolution des attentes du public au détriment des brocanteurs

Le secteur rencontre des difficultés à s'adapter à l'évolution de la demande du public. La jeune clientèle recherche ainsi davantage d'objets du 20<sup>ème</sup> siècle qu'avant. Par ailleurs la baisse du pouvoir d'achat pousse les consommateurs à prioriser leurs achats et ainsi à négliger les biens n'étant pas de nécessité, et qui représentent la majorité des biens vendus par les brocanteurs.

- ▶ Une baisse de la fréquentation

Les brocanteurs sont aussi touchés par la diminution du déplacement due à internet et certains marchands ont alors développé leur propre site internet et leur présence sur les réseaux sociaux afin de fidéliser leur clientèle. Le SNCAO insiste sur la nécessité de voir l'objet et les avantages liés à l'instauration une relation de confiance au fil du temps avec les brocanteurs.

- ▶ La crainte du développement des vides-maisons

Les vides-maisons se développent sans réglementation et sont donc vus d'un mauvais œil par les professionnels du secteur.

## **Evaluation des recommandations élaborées lors de l'étude « Panorama de la deuxième vie des produits en France » en 2014**

Les recommandations n'ont pas pu être évaluées faute de disponibilité de représentants des différents acteurs du secteur.

### **Les freins potentiels à l'activité en 2014**

- Ventes au déballage (vides-greniers/brocantes)

L'activité des vide-greniers et brocantes est relativement stable, et peu de freins ont été identifiés par les acteurs. On peut par contre citer des freins potentiels, qui n'existent pas pour l'instant, ou qui ont un impact négatif limité à ce jour.

- ▶ Frein réglementaire en cas d'évolution de la loi

La loi limitant le nombre de participation aux manifestations à deux par an et par personne a eu peu d'impact, parce qu'elle n'avait finalement pas intégré de volet limitant la participation au niveau géographique. Si elle reste en l'état, elle ne devrait pas constituer un frein, mais si ce volet est réintégré, alors elle risque d'être un frein majeur selon les acteurs interrogés.

- ▶ Frein structurel : l'organisation des manifestations

---

<sup>138</sup> Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

Les brocantes et vide-greniers sont souvent organisés par des particuliers et des associations et cela nécessite des compétences particulières.

Parfois, les collectivités locales qui hébergent ces manifestations semblent peu coopératives, notamment dans les grandes villes, où ces évènements ont lieu dans l'espace public. En Ile de France, il arrive que la préfecture donne son autorisation peu de temps avant le jour de la manifestation ce qui rend plus difficile l'organisation.

Un frein identifié serait donc le manque de communication entre les municipalités et les organisateurs, qui complique l'organisation de certains évènements. Il s'agit néanmoins d'un frein mineur.

- Brocanteurs

- ▶ Frein réglementaire

La réglementation ne parvient pas à endiguer la concurrence des particuliers, qui sont autorisés à participer à des ventes au déballage en vue de vendre exclusivement des objets personnels et usagés 2 fois par an. Selon les acteurs interrogés, cette réglementation n'est en réalité pas respectée et contrôlée.

- ▶ Frein sociétal

L'évolution des attentes des consommateurs ne bénéficie pas aux brocanteurs. Les prix fluctuent en fonction des effets de mode et le mobilier ancien ne se vend plus.

- ▶ Frein concurrentiel

Les brocanteurs ne parviennent pas à faire face à la concurrence des particuliers et d'acteurs de l'ESS qui ont su faire évoluer leur offre, proposent des biens à des prix semblables et bénéficient d'allègements de charges.

## ANNEXE V Représentations schématiques

### ANNEXE V.1 L'action des particuliers au cœur des structures de réemploi et de réutilisation

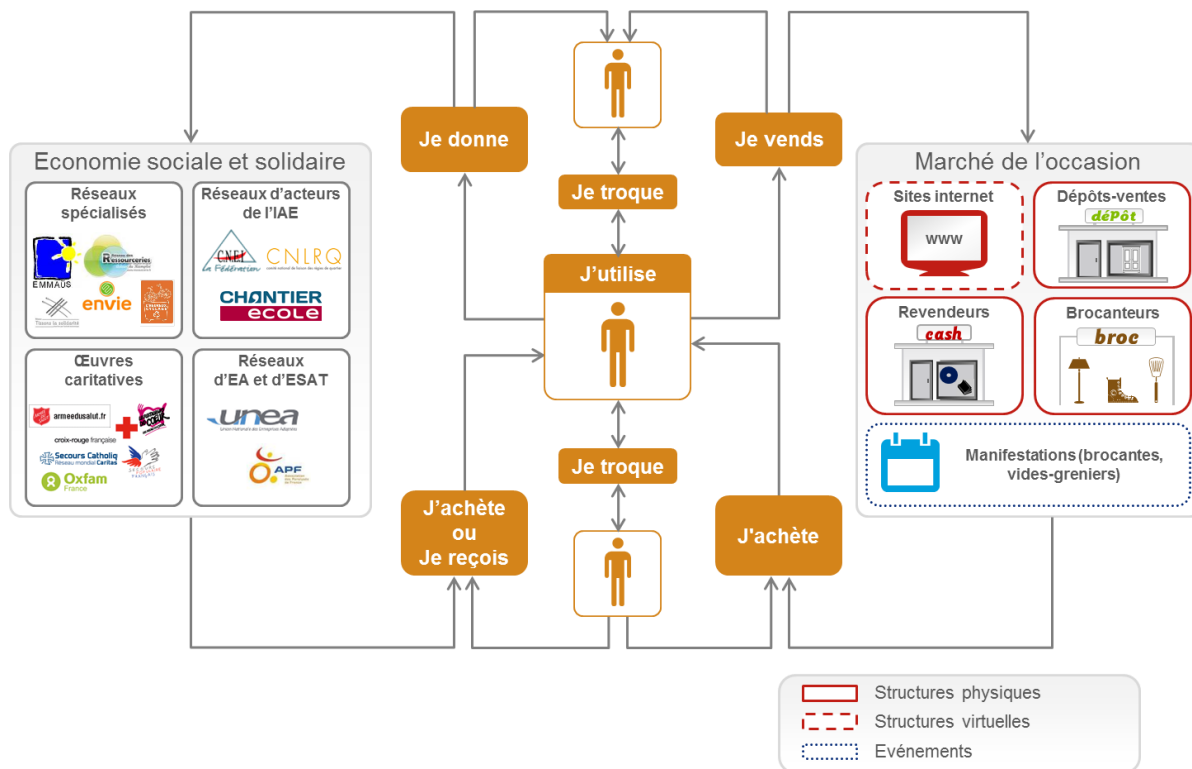


Figure 101 - L'action des particuliers au cœur des structures de réemploi et de réutilisation

## ANNEXE V.2 Les aspects environnementaux du réemploi et de la réutilisation

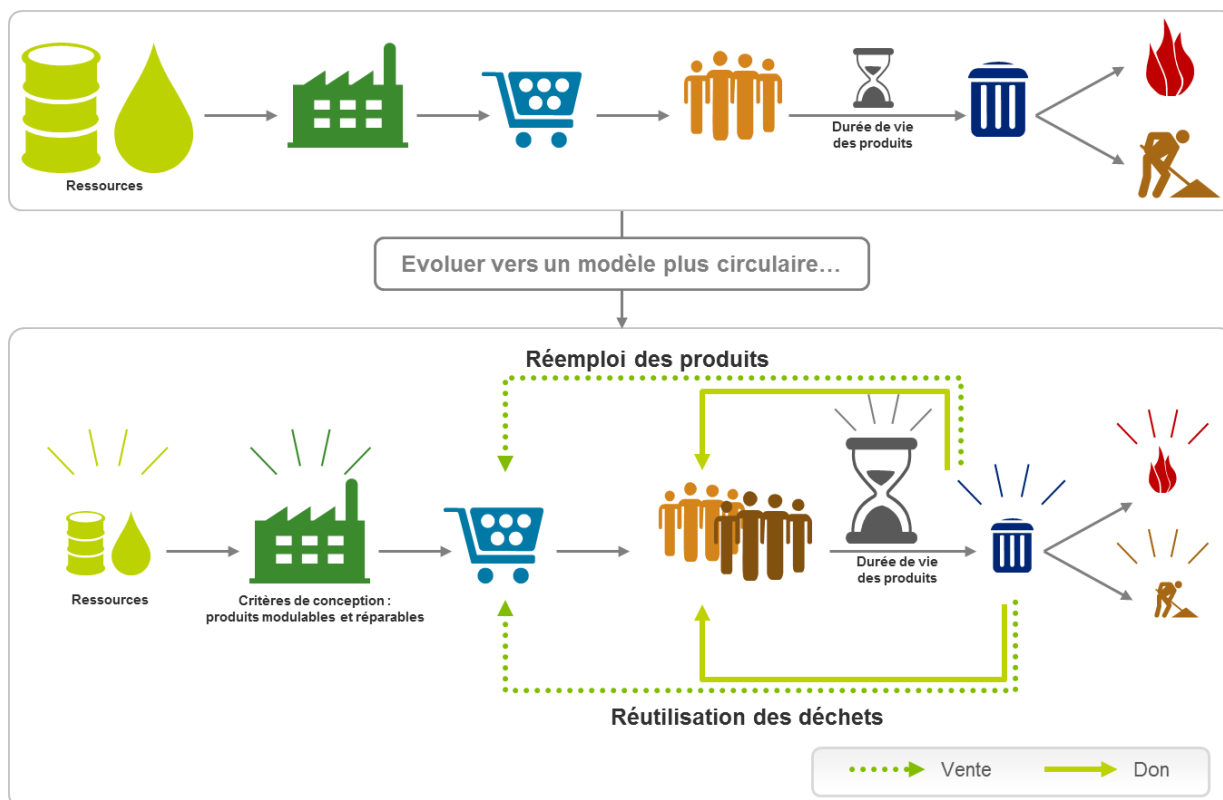


Figure 102 - les bénéfices environnementaux du réemploi et de la réutilisation au long du cycle de vie des produits

## L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie et du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.



ADEME  
20, avenue du Grésillé  
BP 90406 | 49004 Angers Cedex 01

[www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)