AUDÉLOR
DÉVELOPPEUR DE TERRITOIRE

VEILLE
& ÉTUDES
ÉCONOMIQUES

289
octobre 2026



© AudéLor

PAYS DE LORIENT-QUIMPERLÉ

LE COMMERCE DE SECONDE MAIN, UN LEVIER DE REDYNAMISATION DES CENTRES-VILLES ?

Contact :

Christine Boissonnot-Delachienne
02 97 12 06 69

Équipe projet :
Gilles Poupard (AudéLor)

En partenariat avec : Laura Cailliez - *Chargée du Commerce et Entrepreneuriat - Direction de l'économie, Quimperlé Communauté,* Pierre Chauve - *Lorient Agglomération – Directeur Pôle Attractivité et Rayonnement,* Duncan Gaudin - *Manager du commerce centre-ville et quartiers, Direction de l'attractivité et des grands projets urbains, ville de Lorient,* Julien Gautier - *Responsable du pôle formalités et Chargé de projets datas - CCI Morbihan,* Anne Lesenechal -*chargée de mission attractivité et centralité – ville de Quimperlé*

Mise en page : Valentin Guénec
Relecture : Gilles Poupard, Anne Brodin, Reine Fouillé

Directeur de la publication : Gilles Poupard
ISSN 2118-1632

SOMMAIRE

Contexte et méthode 4

Les principaux résultats 5

1. Le marché national de la seconde main : un secteur en pleine mutation 6

Le secteur de la seconde main est devenu stratégique... 6

... et multiforme 7

Le prix : première motivation pour l'achat de seconde main 8

Un poids encore faible dans le commerce de détail 8

Encore peu d'emplois salariés, mais une progression ces 10 dernières années 9

Le marché de l'occasion : coexistence de 3 écosystèmes 10

2. Le commerce de seconde main sur le territoire de Lorient-Quimperlé 12

Une offre diversifiée et en extension 13

L'emploi dans le commerce d'occasion : 2 % du commerce de détail 15

Typologies d'acteurs et modèles économiques 17

Focus 18

3. Synthèse 22

Les modèles économiques de la seconde main : entre complémentarités et tensions 22

L'offensive des enseignes du neuf : un risque pour les boutiques locales 22

Les effets moins connus du « boom » de la seconde main 23

4. En quoi le commerce de seconde main est-il une opportunité pour les centralités ? 24

CONTEXTE ET MÉTHODE

72 % des français ont acheté un produit d'occasion en 2024[1]. Ce pourcentage s'est accru de 8 points par rapport à 2021. Mais si ce marché (y compris le numérique) a doublé entre 2019 et 2025 pour atteindre 10 milliards d'euros, il est loin de constituer un bloc homogène. En effet, en plus des acteurs historiques et fondateurs orientés autour des organisations de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS), de nombreuses structures lucratives se sont développées depuis 2010[2].

Aujourd'hui, la dynamique du commerce de seconde main en ligne est bien ancrée avec le succès de plusieurs plateformes, notamment Vinted, qui est passée de 84 M€ de chiffre d'affaires en 2019 à 370 M€ en 2022, mais aussi Le Bon Coin fondé en 2006. Sur le territoire de Lorient-Quimperlé, les ouvertures de boutiques physiques se sont également multipliées ces dernières années.

« L'ère du re[3]: re-cyclage, ré-parabilité, ré-emploi » est bien en marche et répond aux baisses de pouvoir d'achat des consommateurs ainsi qu'aux préoccupations environnementales. Le rapport d'information du Sénat du 1er juillet 2026[4] pointe spécifiquement que « le commerce de seconde main participe activement à la lutte contre la « décommercialisation » des cœurs de ville ». Dans ce contexte, quelle est la place des boutiques de seconde main dans le paysage commercial des communes du pays de Lorient-Quimperlé ? Comment ce commerce peut-il participer à la redynamisation des centres-villes ?

Pour cette étude plusieurs méthodes ont été combinées :

- un travail de veille et d'analyse sur le secteur de la seconde main au niveau national ;
- un recensement des commerces de seconde main présents dans les communes du pays de Lorient-Quimperlé complété par 20 entretiens avec des acteurs de ce secteur d'activité (restitué dans la partie 2).

DÉFINITION DU COMMERCE DE SECONDE MAIN

Le commerce de seconde main désigne l'ensemble des transactions impliquant la vente et l'achat de produits qui ont déjà été utilisés. Contrairement aux biens neufs, ces articles ont connu une première vie avant de changer de propriétaire. Ce marché englobe une vaste gamme de produits, notamment les vêtements, les meubles, les appareils électroniques, les livres... Le principe fondamental est la réutilisation de biens déjà manufacturés afin de leur donner une seconde vie, réduisant ainsi le besoin de produire de nouveaux articles. Les transactions peuvent avoir lieu dans des boutiques physiques spécialisées ou non, sur des plateformes en ligne telles que eBay, Vinted ou Le Bon Coin, ainsi que lors de vide-greniers et de marchés aux puces.

Dans cette étude, les commerces de détail recensés prendront en compte :

Les acteurs du réemploi « lucratif » :

- les commerces « exclusifs » : produits de « seconde main » : friperies, dépôt-vente, brocantes, boutiques d'antiquités... ;
- les commerces « mixtes » : vente de neuf et occasion (le secteur de l'automobile d'occasion n'a pas été pris en compte dans cette étude car il sort du champ du commerce de détail) ;
- les commerces qui proposent du « reconditionné » : produits de « seconde vie ».

Les acteurs du réemploi « non lucratif » :

- les commerces de réemploi solidaire (boutiques associatives...) seront également identifiés et enquêtés.

[1] ENOV - Analyse du marché de la seconde main 2024
[2] Seconde main : le réemploi solidaire : la seconde chance de la mode, OXFAM France 2026
[3] Préparer aujourd'hui le centre-ville de demain, David Lestoux 2022
[4] Face à la décommercialisation, réinventer le commerce physique, Rapport d'information du Sénat -juillet 2026

LISTE DES PERSONNES RENCONTRÉES

Timicmac, dépôt-vente, Caudan - Mme Le Gouy, gérante associée
Easy Cash, Lorient -M. Le Tiec, gérant
Association Jeux Rejoue, Lorient - Mme Wendling, fondatrice
Chouette Coop, Kervignac - M. Duquesne, directeur et fondateur
Magasin Partage, Lorient - M. Delpierre, co-fondateur
Décathlon, Lorient – M. Théo Legoff, Leader Services et Expérience Client
Maison Sorella, Lorient – Mme Le Sayec, gérante
Reset, Lorient – Mme Le Gouic, gérante
Aourenn, Lorient- Mme Pélégrin, gérante
Ti Laouen, Lorient – Mme Oléron, présidente
Baraka Fripe, Lorient – Mme Guyvarch, bénévole et fondatrice
Sacré Dressing, Lorient – Mme Gillard, Coordinatrice du département commercialisation – Sté Retritex et association Réemploi
Débarras de l'Ouest, Hennebont – Mme Guinot, gérante
Sophie Boutique, Lorient – Mme Eneriz, gérante
Association Les Amis du centre-ville, Lorient - M. Alban Kervella, président
Leclerc Occasion, Hennebont - M. Mingam, responsable du magasin
Mother and Son, Quimperlé- M. Verdes, responsable du magasin
Le Morpho Bleu, Quimperlé -Mme Le Floch, responsable du magasin
Au Vide Grenier, Quimperlé - Mme Patraud, co-gérante
L'Échappée Belle, Quimperlé – M. Jean, gérant

LES PRINCIPAUX RÉSULTATS

CHIFFRES CLÉS AU NIVEAU NATIONAL

72 % des Français ont acheté un produit d'occasion en 2024 (+8 points par rapport à 2021).

10 milliards d'euros : valeur du marché de la seconde main en France en 2025

+45 % : croissance du marché entre 2020 et 2023, avec une prévision de **+20 % entre 2025 et 2026**.

61 % des Français citent le prix comme principale motivation d'achat de seconde main.

1,6 % : part des ventes de seconde main dans le commerce de détail et l'artisanat commercial en France (632,6 Md€ au total en 2025).

FOCUS SUR LES ÉTABLISSEMENTS DU TERRITOIRE DE LORIENT-QUIMPERLÉ

93 établissements pratiquant la vente de seconde main recensés en juin 2026.

64 % des établissements de seconde main se localisent en centralités ou quartiers : le commerce de seconde main est une opportunité pour les centralités, mais il présente aussi des fragilités et limites.

144 emplois salariés dans le commerce de détail de biens d'occasion en 2024, soit 2 % de l'emploi du commerce de détail local (+125 % en 10 ans).

23 % des établissements de seconde main sont des boutiques de réemploi solidaire (ESS), et 22 % des magasins de neuf proposant aussi de la seconde main ou des produits reconditionnés.

1 LE MARCHÉ NATIONAL DE LA SECONDE MAIN : UN SECTEUR EN PLEINE MUTATION

LE SECTEUR DE LA SECONDE MAIN EST DEVENU STRATÉGIQUE...

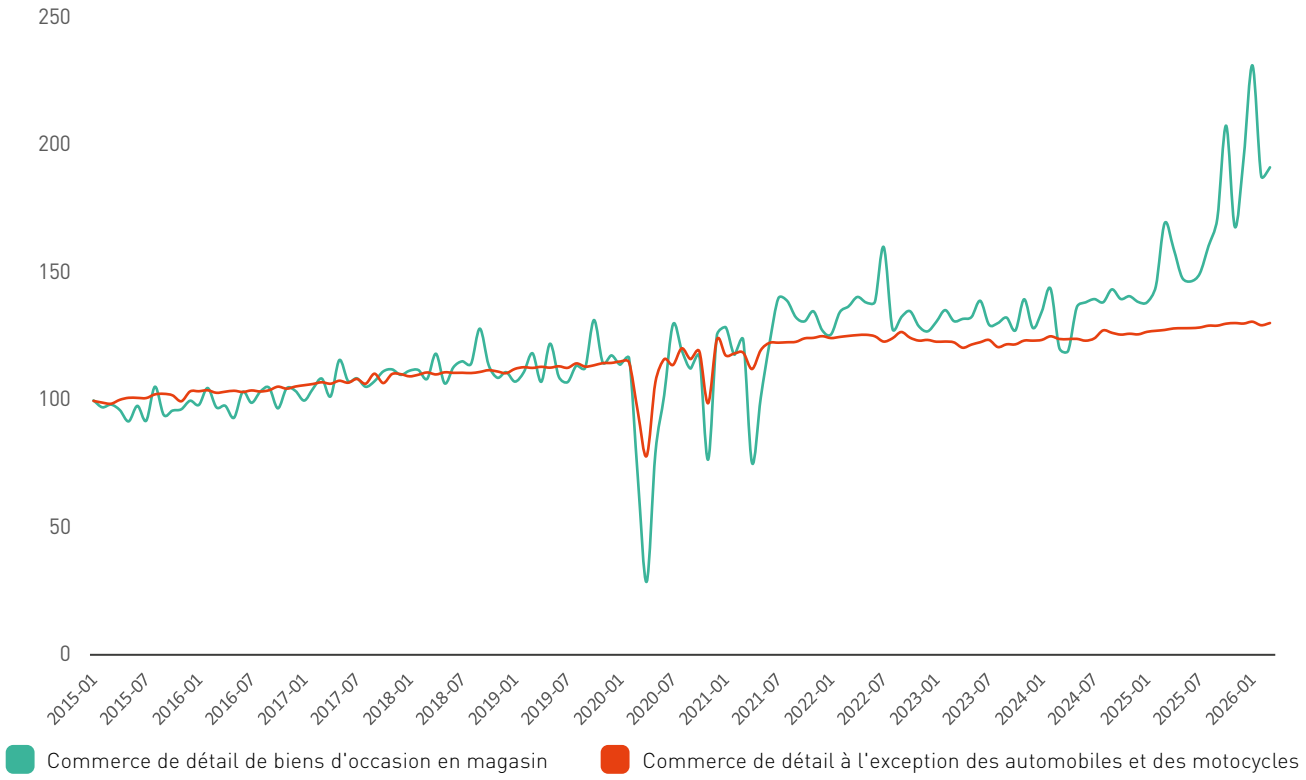
- 10 milliards d'euros en 2025 en France.
- +45 % entre 2020 et 2023.
- Croissance prévisionnelle de +20 % entre 2025 et 2026.

En ligne, le commerce du neuf connaît un taux de croissance annuel de 5 % à 7 %, alors que le commerce de seconde main enregistre une croissance annuelle comprise entre 20 et 25%. La seconde main croît entre 3 et 5 fois plus vite que le neuf.

3 français sur 4 ont acheté un produit d'occasion au cours de l'année 2024 (+8 pts par rapport à 2021). Le profil des plus gros acheteurs sont les 25-44 ans et les familles[5].

L'indice du volume des ventes en biens d'occasion a ainsi progressé de 52 % entre janvier 2021 et décembre 2025, cette progression est de 11 % pour le commerce de détail (hors automobile).

Évolution de l'indice du volume des ventes 2015-2026 en France - Base 100 en 2015



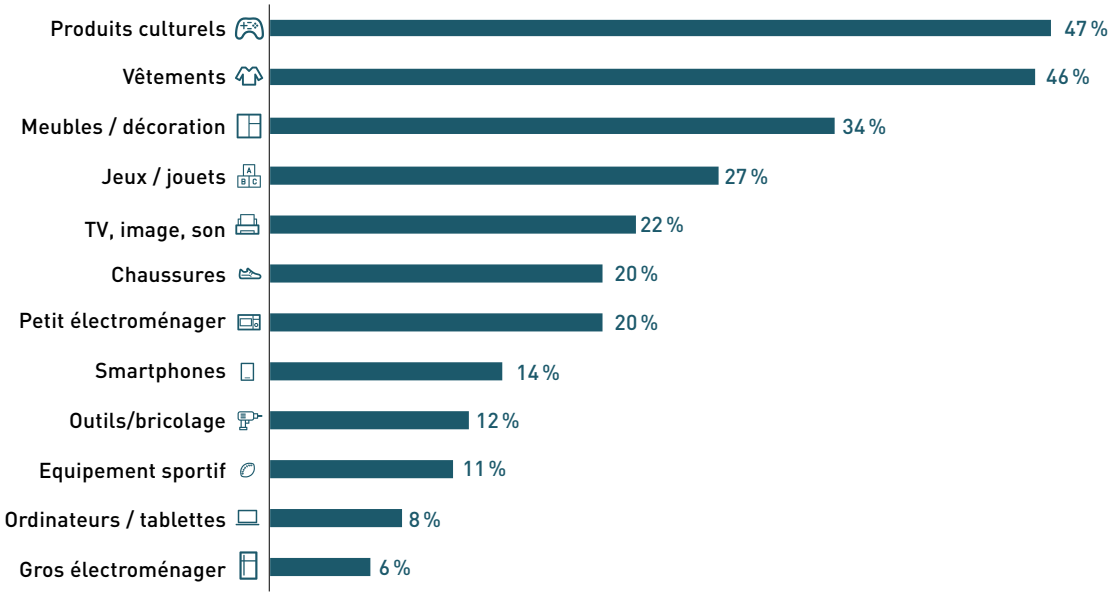
Source : Insee

[5] Observatoire Novascope de la seconde main

... ET MULTIFORME

Tous les secteurs sont concernés par la seconde main. En 2026, les produits culturels (livres, jeux vidéo, musique, DVD...) et les vêtements arrivent en tête avec 47 % et 46 % des Français qui en ont acheté d'occasion au cours des 12 derniers mois, devant les meubles et la décoration (34 %) et les jeux et jouets (27 %). Les catégories techniques (ordinateurs, tablettes, gros électroménager) restent davantage en retrait[6].

Part des Français ayant acheté des produits de seconde main selon la catégorie (Achat au cours des 12 derniers mois)



Source : Observatoire Enov Novascope Seconde main 2026

[6] Observatoire Enov Novascope Seconde main

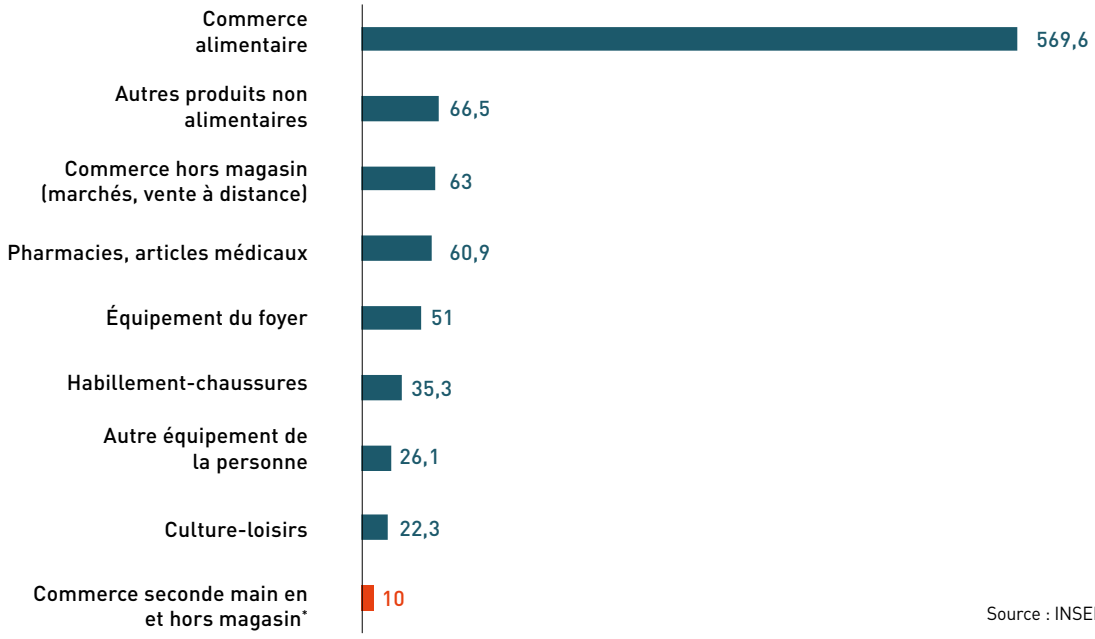
LE PRIX : PREMIÈRE MOTIVATION POUR L'ACHAT DE SECONDE MAIN

L'achat de seconde main est majoritairement motivé par le prix (61 % des Français) le rapport qualité-prix arrive en seconde position des motifs d'achat (45 % des Français[7]) enfin, l'écologie arrive en 3e position, citée par 42 % des Français. De même, l'observatoire des consommations émergentes mené par l'ObSoCo[8] montre que le recours à la seconde main permet avant tout de « limiter les dépenses »[9]

UN POIDS ENCORE FAIBLE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

Les ventes au détail du commerce de détail et de l'artisanat commercial en magasin et hors magasin s'élèvent en 2025 à 632,6 milliards d'euros HT[10] (source : INSEE). En 2025, le marché de la seconde main (en magasin et hors magasin) est estimé à 10 milliards d'euros[11]. On peut ainsi estimer les ventes de seconde main à seulement 1,6 % des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial en magasin et hors magasin.

Ventes au détail du commerce de détail et artisanat commercial en 2025 (En Md€ HT)



Source : INSEE et Recy.net, octobre 2025

[7] Observatoire du marché de la seconde main -2e édition 2025 Vertone/IFOP
[8] Observatoire société et consommation
[9] Sources : Ademe/l'ObSoCo, baromètre Sobriétés et modes de vie
[10] Source INSEE - La situation du commerce en 2025 - Rapport établi pour la commission des comptes de la Nation - juin 2026
[11] Source : SVP, recy.net, octobre 2025

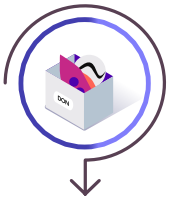
ENCORE PEU D'EMPLOIS SALARIÉS, MAIS UNE PROGRESSION CES 10 DERNIÈRES ANNÉES

À l'échelle nationale, l'emploi salarié privé dans le commerce de détail de biens d'occasion en magasin ne représente que 0,5 % de l'emploi salarié privé dans le commerce de détail. Il a cependant augmenté deux fois plus vite en 10 ans (+19 % vs +10 %).

À noter cependant que la catégorie « commerce de détail de biens d'occasion en magasin » ne correspond que partiellement à l'activité de seconde main dans la mesure où certains commerces de seconde main sont rattachés à d'autres codes d'activités. Certains emplois ne sont donc pas comptabilisés.

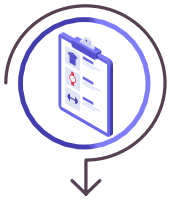
Pour certaines activités, notamment dans les secteurs de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS), de nombreux bénévoles sont sollicités ; ces effectifs n'apparaissent donc pas. Enfin, l'emploi des indépendants n'est pas recensé puisque la statistique ne reflète que l'évolution de l'emploi salarié privé.

LE MARCHÉ DE L'OCCASION : COEXISTENCE DE 3 ÉCOSYSTÈMES



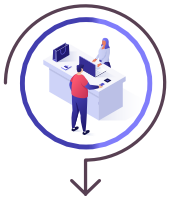
Économie Sociale et Solidaire

Établissements à vocation d'insertion, de solidarité et d'utilité sociale.



Modèle C2C

Mise en relation entre particuliers. L'utilisateur propose les produits à la vente en les mettant à disposition le plus souvent sur une plateforme



Modèle B2C

Points de vente physiques ou en ligne avec différents modèles d'approvisionnement : achat de stocks, dons échangés contre bons d'achat, dépôt-vente...

Structures satellites



Vente de Seconde Main à des Professionnels

Organisations vendant des biens de seconde main à des professionnels (collecteurs de tri, grossistes, négociants...).



Services de Gestion et Solutions Technologiques

Entreprises offrant des services de gestion et des solutions technologiques pour appuyer les grandes enseignes.

Sources : Veille documentaire et Refashion – État de l'art de la seconde main en 2024



© AudéLor

Les acteurs du commerce de seconde main se répartissent en trois écosystèmes principaux, complétés par des structures satellites.



L'Économie Sociale et Solidaire (ESS) regroupe des associations et établissements dont la vocation est l'insertion, la solidarité et l'utilité sociale. On y trouve notamment : les ressourceries et recycleries, les friperies et boutiques solidaires, certaines étant également disponibles en ligne (comme Label Emmaüs ou Jouer Encore).



Le marché « C2C » (Consumer to Consumer). Il s'agit d'organisations ou d'entreprises à but marchand qui facilitent la mise en relation entre particuliers, parfois aussi avec des professionnels. Les utilisateurs y proposent eux-mêmes leurs produits à la vente, en les mettant en ligne sur une plateforme ou en les exposant lors d'événements :

- plateformes Web : Vinted, Le Bon Coin, eBay, Marketplace Facebook, etc.
- plateformes créées par des enseignes : Beebs (Kiabi), Orches'troc (Orchestra) ;
- événements en présentiel : vide-greniers, vide-maisons, brocantes.



Le marché « B2C » (Business to Consumer). Ce segment concerne les entreprises qui ciblent directement les clients particuliers. Elles proposent des points de vente physiques ou en ligne, avec des modes d'approvisionnement variés. On peut différencier plusieurs types :

- les dépôts-ventes avec rétribution du client après la vente ;
- les boutiques d'antiquités, brocantes, boutiques spécialisées (vêtements, livres...) ;
- les corners de seconde main dans des magasins de produits neufs : Faguo, Kiabi, Okaïdi, Darty, Leclerc, Decathlon, etc.
- les enseignes nationales dédiées à la seconde main : Leclerc Occasion (Hennebont), King'Okaz (non présent sur le territoire de Lorient-Quimperlé) ;
- les sites de vente d'occasion : multi-marques (vêtements) : Once Again, Prêt à Changer, Sellpy, Smala, Kidstorie, etc. ou sites de vente spécifiques aux grandes marques : Pre-owned (Zara), Pre-loved (H&M), Amazon Seconde Main, La Reboucle (La Redoute), etc. Pour les produits électroménagers ou techniques : Alloccaz, Back Market, FNAC, Cdiscount, Reborn, etc.

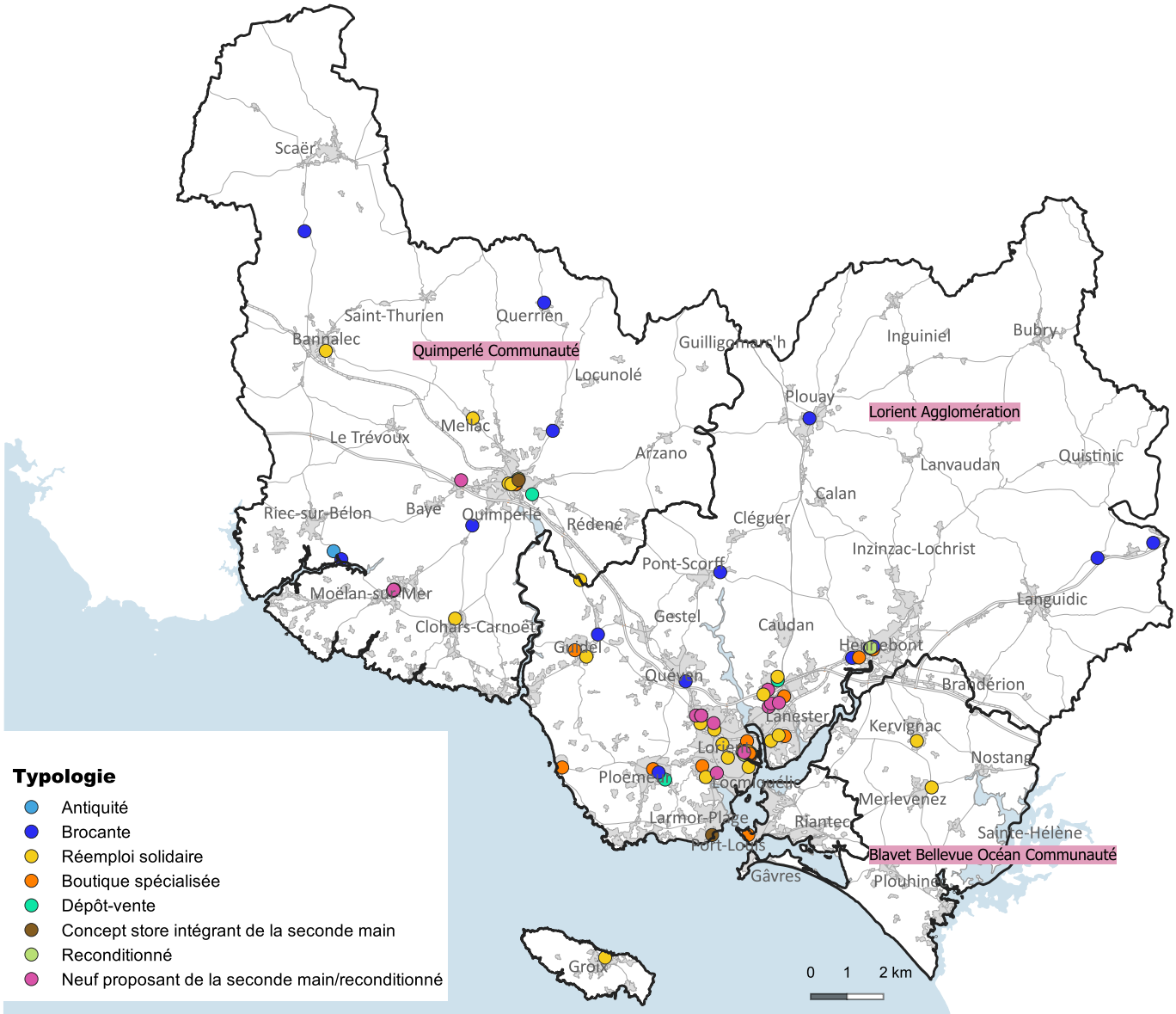


Les structures « satellites » viennent compléter cet écosystème :

- « B2B » : organisations vendant de la seconde main à des professionnels (collecteurs, centres de tri comme Le Relais, grossistes comme Eureka Fripes ou Jouga) ;
- sociétés de services : Gestion et solutions technologiques pour le secteur (CrushON, circularX pour Boulanger ou Leroy Merlin, La Malle aux Trésors, etc.).

2 LE COMMERCE DE SECONDE MAIN SUR LE TERRITOIRE DE LORIENT-QUIMPERLÉ

Localisation des établissements proposant des articles de seconde main ou reconditionnés, sur le pays de Lorient-Quimperlé



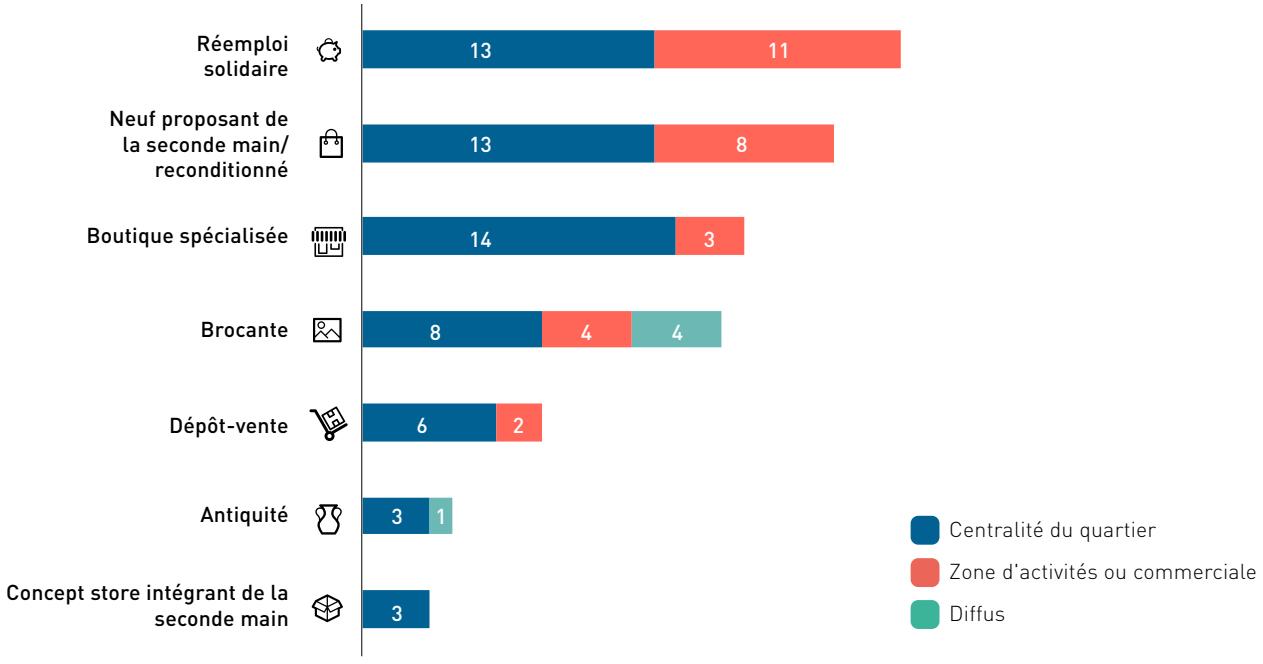
Source : recensement AudéLor 2026

UNE OFFRE DIVERSIFIÉE ET EN EXTENSION

93 établissements pratiquant de la vente de produits de seconde main ont été recensés en 2026 sur le territoire du pays de Lorient-Quimperlé. 26 % des établissements sont des boutiques de réemploi solidaire, 23 % sont des magasins « de neuf » proposant des produits de seconde main ou ne proposant que du reconditionné (téléphonie, électroménager…).18 % sont des boutiques spécialisées (très majoritairement en équipement de la personne). La **majorité de ces établissements (64 %) sont localisés en centralité** (Lorient, Lanester, Hennebont, Ploemeur, Guidel, Quimperlé…) ou dans des quartiers, 30 % dans des zones périphériques, le reste (5 %) dans le diffus.

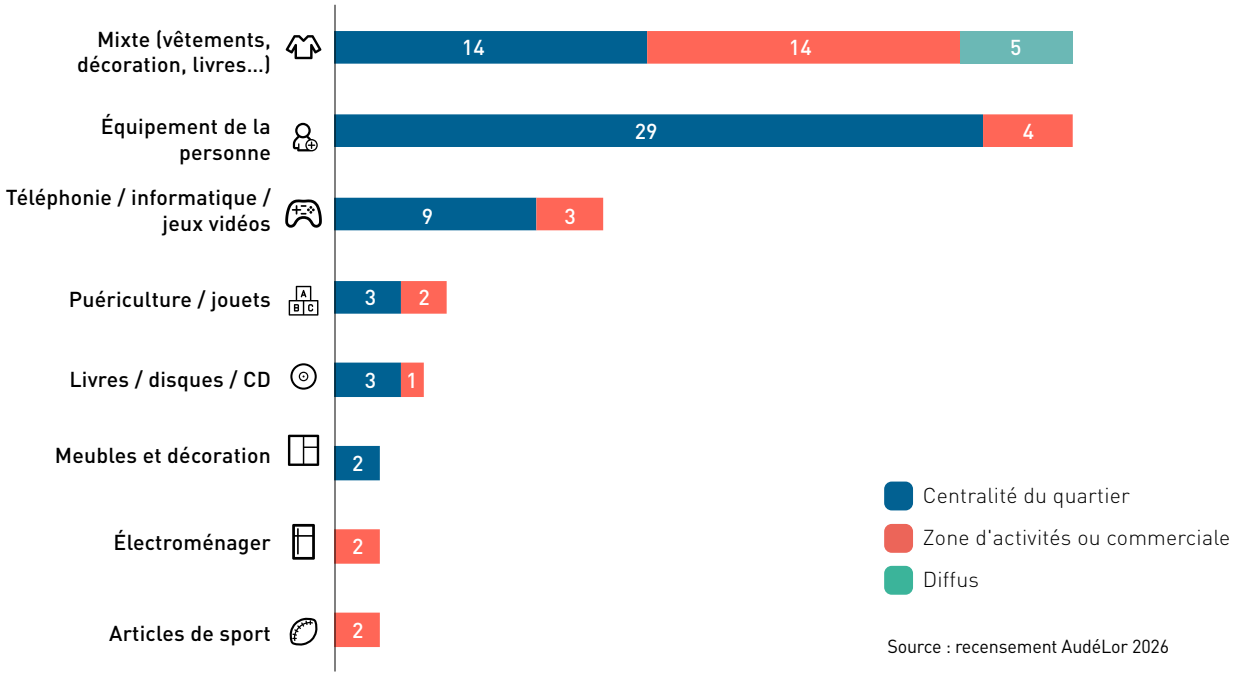
L'offre de produits de seconde main en centralité est plutôt diversifiée, elle vient compléter une offre déjà dense notamment dans le centre-ville de Lorient. Les établissements proposant une grande mixité de produits (décoration, électroménager, meubles, vêtements…) sont plus généralement situés en périphérie en raison d'un besoin plus important en surface de vente ou d'exposition.

Types de magasins selon la localisation



Source : recensement AudéLor 2026

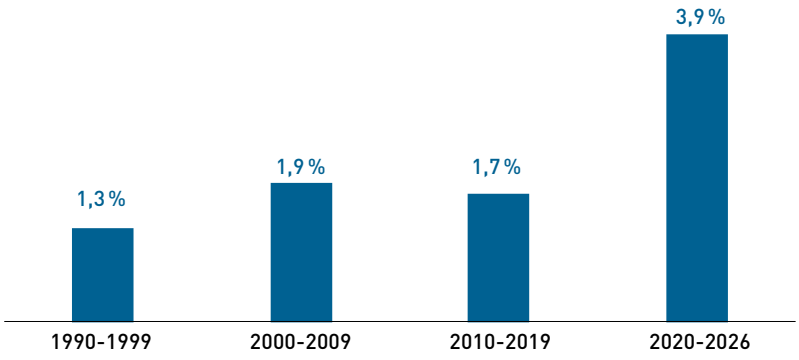
Localisation des commerces selon la typologie de produits vendus



Source : recensement AudéLor 2026

La répartition des commerces de détail actifs en 2026 selon leur année de création met en évidence une **intensification des créations après la période COVID** (2020) : 3,9 % des commerces de détail créés entre 2020 et 2026 étaient des commerces de seconde main contre 1,7 % sur la période précédente. Cela est à relier à la prise de conscience des enjeux climatiques et à la crise du pouvoir d'achat qui ont sans doute renforcé l'appétence des citoyens pour cette façon de consommer.

Part des commerces de seconde main selon la période de création

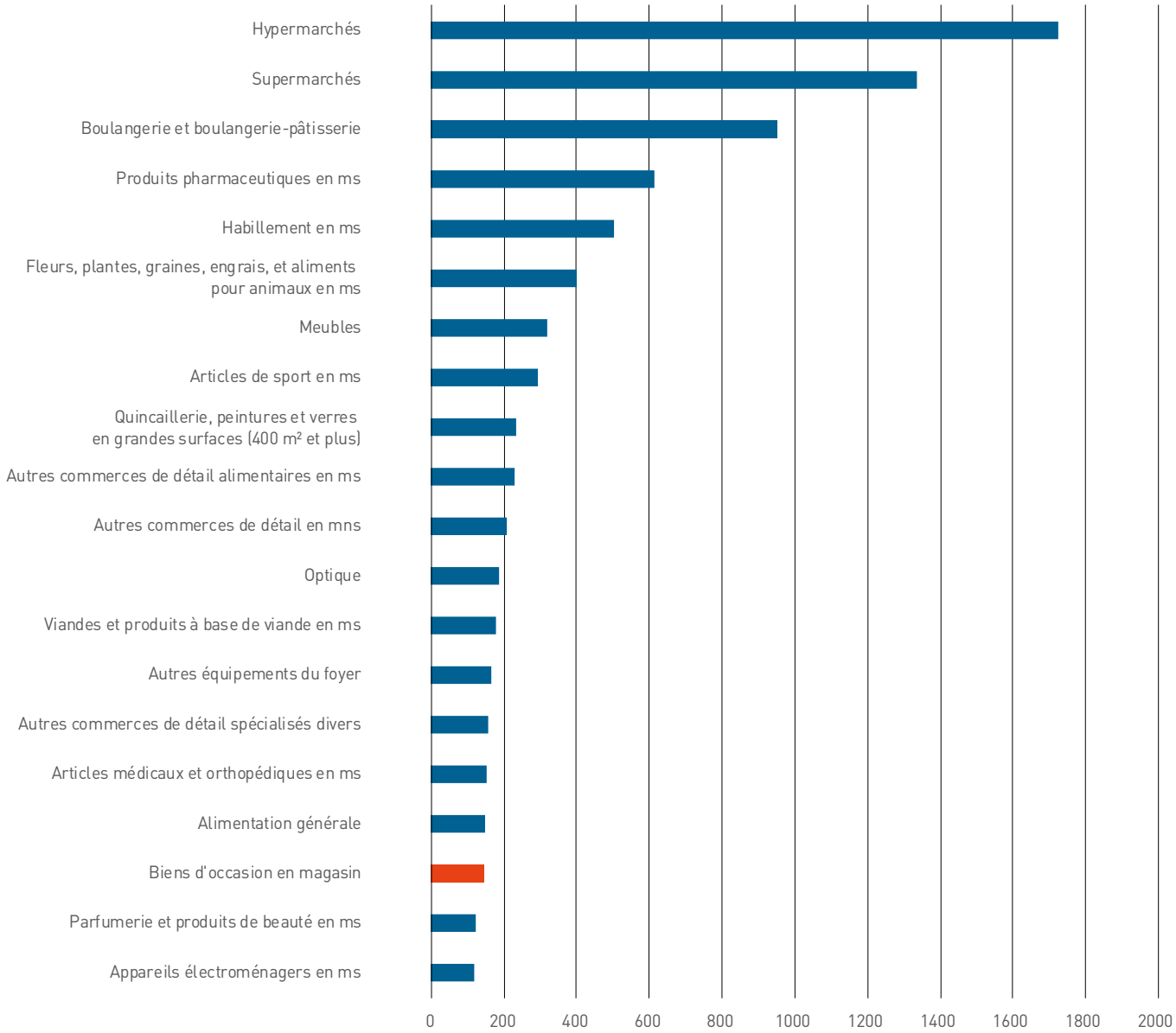


Source : recensement AudéLor 2026, CAPFI

L'EMPLOI DANS LE COMMERCE D'OCCASION : 2 % DU COMMERCE DE DÉTAIL

Fin 2024, le commerce de détail de biens d'occasion en magasin rassemble 144 emplois salariés privés sur le pays de Lorient-Quimperlé, soit 2% du commerce de détail hors automobile. Ce secteur a vu son effectif augmenter (+80 salariés) en 10 ans, soit +125 %. Cependant, ces données ne prennent pas en compte le poids de l'emploi des indépendants et les bénévoles rattachés à certaines structures de l'ESS.

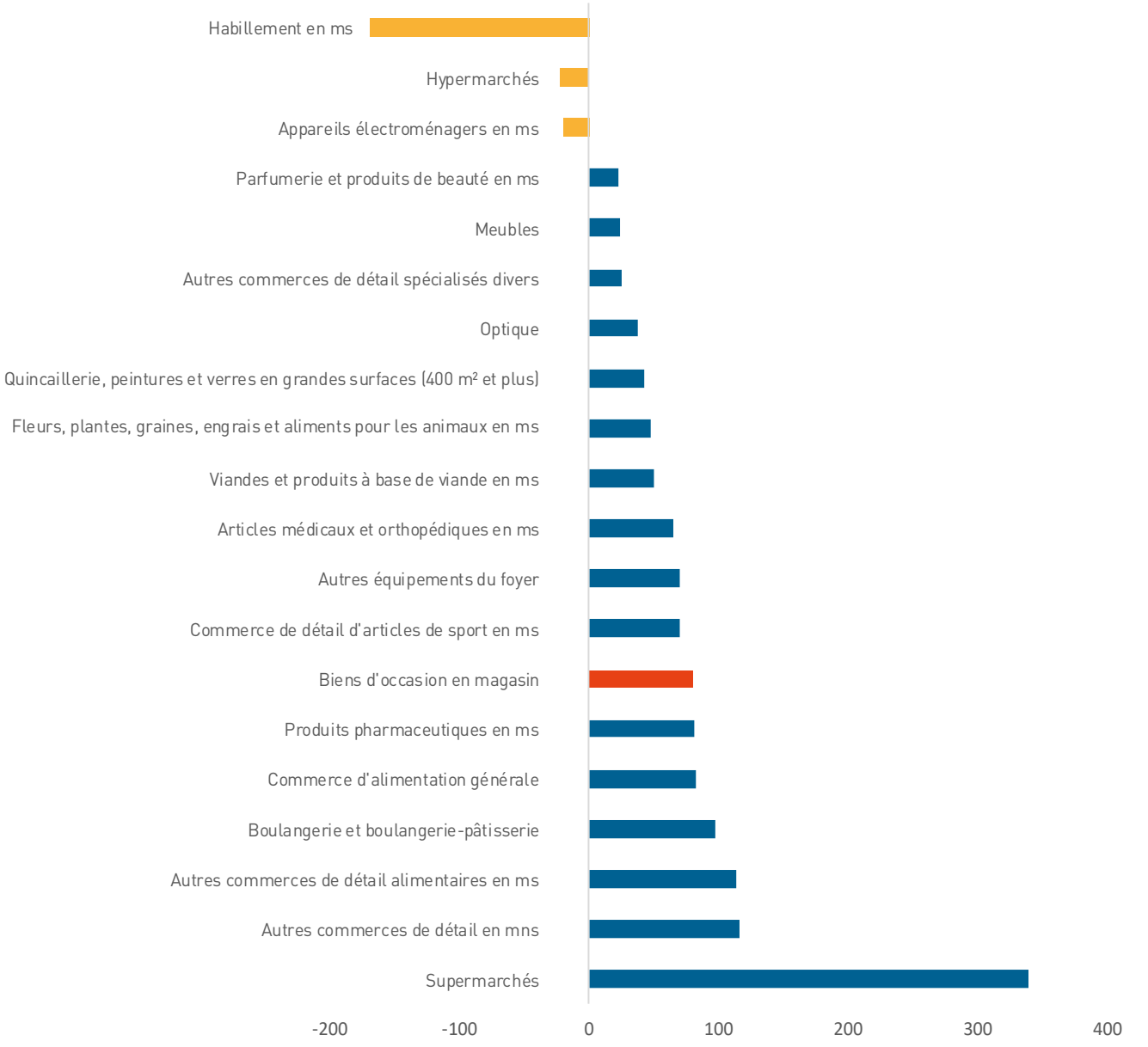
Les emplois dans le commerce de détail par secteurs sur le pays de Lorient-Quimperlé (fin 2024)



ms : magasin spécialisé
mns : magasin non spécialisé

Source : ACOSS 2024 - Traitement AudéLor

Évolution 2014-2024 des effectifs des différents secteurs du commerce de détail (secteurs >100 salariés) sur le pays de Lorient-Quimperlé (fin 2024)



ms : magasin spécialisé
mns : magasin non spécialisé

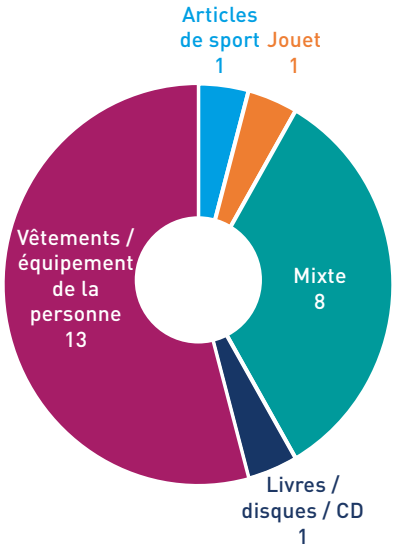
Source : ACOSS - Traitement AudéLor

TYPOLOGIES D'ACTEURS ET MODÈLES ÉCONOMIQUES

Les établissements de l'Économie Sociale et Solidaire : 24 structures

Sur le territoire du pays de Lorient-Quimperlé, les structures de réemploi solidaire sont majoritairement spécialisées dans la vente de vêtements et d'équipement de la personne (13 sur 24). Les structures « mixtes » qui vendent différents produits (meubles, vêtements, vaisselle, livres…) sont également bien représentées, notamment par la présence des 2 boutiques du Comptoir du réemploi (à Lorient et Lanester), un équipement de Lorient Agglomération exploité par l'association Réemploi et Compagnie.

Typologie des produits vendus par les structures de réemploi solidaire



Source : recensement AudéLor 2026

Les entretiens réalisés avec différents acteurs de ces structures mettent en évidence une **saturation du marché** et une **baisse de la qualité des collectes**. Ce constat est alimenté en partie par la monétisation des dressings des citoyens (plateformes en ligne) et le développement de la fast-fashion.

Ces boutiques sont de véritables ***« outils d'action sociale, de soutien aux fragilités et aussi un acte d'engagement citoyen pour les bénévoles et les donneurs »***. La valeur ajoutée de ces structures repose aussi sur les partenariats créés au niveau local (Mission locale, lycées, Sauvegarde 56…) et leur impact sur le lien social (tarifs réduits pour les personnes en difficulté…), sur l'insertion et sur l'engagement citoyen. Ces structures fonctionnent pour une partie avec du bénévolat. La création d'emplois salariés existe, mais reste parfois compliquée.

Récemment, plusieurs boutiques se sont implantées dans les centres-villes : 3 boutiques associatives dans le centre-ville de Lorient, sur le modèle anglo-saxon des « Charity shops » qui existent depuis une vingtaine d'années en Grande-Bretagne. En se positionnant comme très accessibles en prix, ces boutiques touchent une large partie de la population qui a un budget réduit ou souhaite moins dépenser pour s'habiller.

D'après les échanges avec les personnes rencontrées, les structures sont plutôt inquiètes de l'arrivée des grands groupes lucratifs et enseignes nationales qui s'insèrent sur le marché : ***« Il y a un risque que le marché soit pris par des acteurs qui mondialisent la seconde main dans une démarche peu éthique »***. De plus, depuis 2023, l'afflux massif sur le marché de la seconde main, de volumes de vêtements venus d'Asie issus de la fast fashion fragilise les collecteurs trieurs en France et la filière plus globalement.

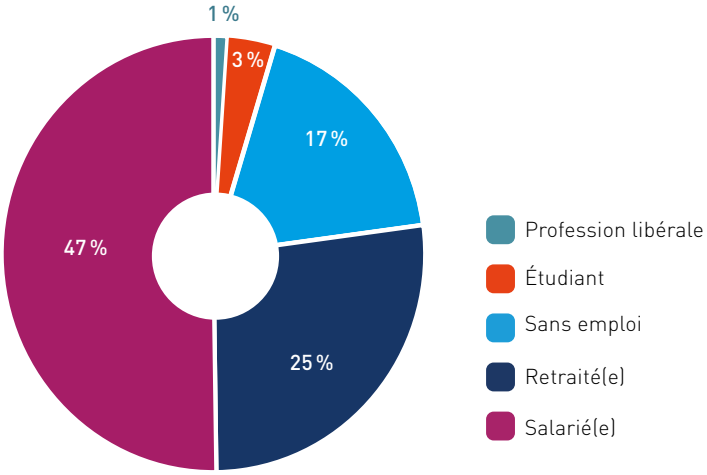
Compte tenu des besoins en espaces de stockage et de traitement souvent importants, l'accès au foncier et aux locaux est souvent difficile pour ces structures.

Selon les entretiens menés et comme le montrent les résultats de l'enquête réalisée sur le site de la boutique « Sacré Dressing » à Lorient (voir ci-après), la clientèle est plutôt variée avec cependant une plus forte proportion de femmes parmi la clientèle (ce qui se vérifie également pour le prêt-à-porter de façon générale).

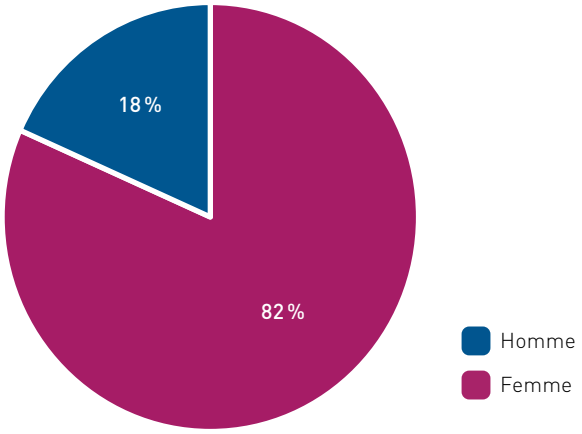
FOCUS

Qui sont les consommateurs de seconde main ? Exemple de la boutique Sacré Dressing à Lorient

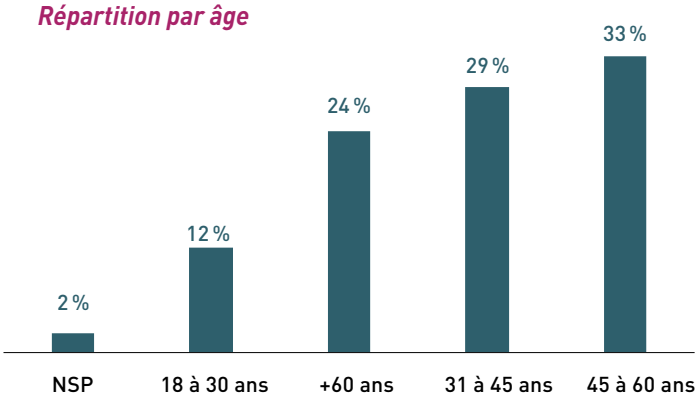
Situation professionelle



Répartition par genre



Répartition par âge

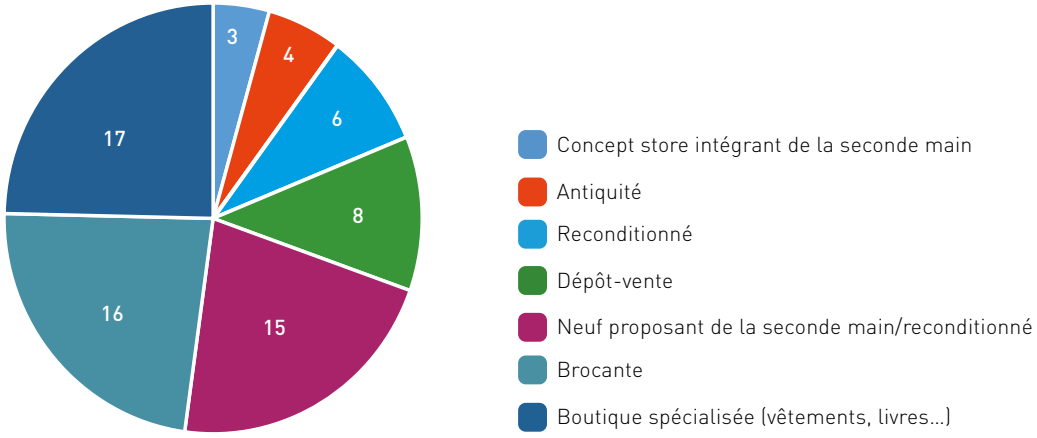


Source : enquête réalisée par le point de vente Sacré Dressing au Plénéno à Lorient en décembre 2024 auprès de 147 personnes fréquentant le magasin.



Les établissements qui vendent en B to C : 69 structures

Typologie des magasins vendant en B to C



Cette large catégorie regroupe des **modèles économiques très différents**. Les magasins **d'antiquités** (4) correspondent à des métiers spécifiques : véritables spécialistes des objets d'art et des pièces historiques, l'antiquaire travaille avec des objets authentifiés et certifiés. Les **brocantes** « traditionnelles » sont plus généralement le fait de passionnés d'objets anciens qui se spécialisent dans l'achat et la vente d'objet d'occasion (16 établissements).

Les boutiques spécialisées de seconde main se sont développées et diversifiées sur le territoire ces dernières années (15 boutiques hors réemploi solidaire dont 10 en équipement de la personne). Concernant la vente de vêtements, le recensement réalisé met en évidence que les concepts présents sur le territoire sont plutôt segmentés : vintage, luxe, mode enfant ou « prix bas » et se concurrencent peu.

Bien que le **prix bas** soit souvent cité comme principal motif d'achat, les clients sont également soucieux de s'inscrire dans une **démarche éthique** : achats plus réfléchis, recherche de qualité, volonté d'éviter l'achat de neuf..., mais aussi un souhait de voir et toucher les produits, ce qui n'est pas possible en ligne. Pour ces établissements, les **modes d'approvisionnements peuvent se faire en local** : marchés, vide-greniers, rachat de vêtements auprès de clients..., mais aussi auprès de **grands fournisseurs nationaux** qui travaillent à l'échelle internationale (Eureka Fripes, par exemple). Les professionnels ont alors le choix d'acheter des ballots triés par catégories ou de faire du « handpick[12] » en entrepôt.

Cette activité, comme le commerce en général, **subit le contexte structurel** de crise que connaît le secteur de l'habillement. C'est également vrai pour le secteur du livre où, en 2025, les fermetures de librairies dépassent les ouvertures. Cependant, pour diversifier le métier, le Conseil National du Livre évoque la reprise de livres d'occasion contre un bon d'achat utilisable pour des livres neufs. La revente de produits d'occasion seuls étant un modèle qui se fragilise également.

Dans la catégorie « boutiques spécialisées » se retrouvent également les enseignes présentes depuis plusieurs années sur le territoire (2) : Easy Cash, implanté depuis 2016 sur Lorient et Cash'n Troc (à Lanester). Ces concepts connaissent aujourd'hui une **belle progression** portée par la recherche de pouvoir d'achat de la part des consommateurs, la démocratisation du geste d'achat-revente avec l'arrivée du Bon Coin en 2006, et les garanties offertes par ces enseignes. Ces concepts ont su mettre en place des expertises pointues en développant des parcours de formation spécifiques pour leur personnel. Elles ont aussi développé leur activité autour du « reconditionné » (téléphonie). Leur offre est aussi accessible en ligne, ce qui leur permet de toucher une clientèle assez large. Ces magasins localisés en périphérie urbaine sont attractifs et jouent un rôle de locomotives pour les zones commerciales où d'autres secteurs comme les hypermarchés ou l'équipement de la personne sont en perte de vitesse.

[12] Le"handpick" consiste à sélectionner à la main des articles dans un stock en vrac, plutôt que de recevoir un lot déjà trié ou préparé.

Le nombre de **dépôts-ventes** (8 magasins) est en progression sur le territoire. Les marchandises sont déposées en boutiques par des particuliers, les prix fixés par le magasin. Une fois le produit vendu, une part est reversée au vendeur. Ce modèle se décline également sur de plus grandes surfaces où **des stands sont loués à des particuliers** (Au Vide Grenier à Quimperlé, Timicmac à Caudan), mais où ce sont les clients qui fixent leurs prix. Ces modèles profitent du développement des plateformes en ligne qui ont « habitué » les consommateurs à vendre leurs propres affaires. Ce modèle s'inscrit dans la recherche de pouvoir d'achat de la part des clients. Il s'agit aussi, pour certains consommateurs de simplifier l'acte de revente, en comparaison des plateformes où il faut gérer de A à Z la mise en ligne et l'envoi du produit, et de sécuriser la démarche : ***« plusieurs particuliers se sont fait avoir sur Vinted »***.

Comme pour l'ensemble du commerce de détail, l'activité reste compliquée, se confrontant notamment au développement des propres réseaux de revente de certaines marques de vêtements. Ce modèle vient aussi **limiter les dons de particulier** et donc, l'approvisionnement de certaines boutiques associatives, même si pour l'instant ce risque n'est pas systématiquement mis en avant par les acteurs rencontrés.

D'après les témoignages recueillis, les boutiques qui vendent des produits reconditionnés, notamment pour la téléphonie, connaissent également un engouement certain (20 % des smartphones utilisés en France sont d'occasion), en lien avec la forte augmentation des prix du neuf (problématiques d'accès aux composants).

Certains magasins de produits neufs **commencent à intégrer de la seconde main** ou des produits reconditionnés. Dans ce domaine, l'enseigne Decathlon a fait office de pionnière avec la vente de vélos d'occasion et, depuis 2021, de produits de seconde main dans ses rayons. La vente de vélos représente 72 % du chiffre d'affaires de la seconde main du magasin. Les enseignes de l'électroménager (Darty, Boulanger, Electro dépôt…) proposent également des produits reconditionnés, le secteur est plutôt porteur. D'autres enseignes ont choisi, plus récemment, **de créer des corners** ou rayons dédiés à la seconde main dans leur magasin : Kiabi avec des corners Bebbs ouverts début 2026 à Lorient, les magasins Leclerc (55 magasins sur 650 en France dont le Leclerc Occasion d'Hennebont), Okaïdi à Lorient, Faguo dans le centre-ville de Lorient…

Il apparait cependant que ces grandes enseignes « du neuf » rencontrent des difficultés à intégrer la seconde main, soit parce que cela nécessite de mobiliser une expertise qu'elles n'ont pas (expertise des produits reçus, fixation des prix, logistique…), soit parce que le gisement de marchandises est insuffisant et donc peu attractif en magasin. Certaines enseignes comme Petit Bateau ont même stoppé l'essai en boutique pour se focaliser sur la vente en ligne de seconde main. La seconde main est toutefois aujourd'hui un enjeu d'image de marque vis-à-vis des clients, les grandes enseignes sont encore dans la phase « test and learn ». Le modèle est encore à la recherche de viabilité économique. Pour cela de nombreuses enseignes font le choix de **basculer leur offre de seconde main en ligne** en s'appuyant notamment sur l'expertise d'entreprises spécialisées en solutions technologiques.



© AudéLor

3 SYNTHÈSE

LES MODÈLES ÉCONOMIQUES DE LA SECONDE MAIN : ENTRE COMPLÉMENTARITÉS ET TENSIONS

Les boutiques de seconde main de l'ESS répondent à des besoins sociaux et économiques avec leur mission d'insertion et leurs prix accessibles pour les consommateurs. Les enseignes commerciales, quant à elles, misent principalement sur l'attractivité via des prix bas, le premier critère d'achat pour les consommateurs avant le souci de consommer plus durable. Pour les structures de l'ESS, les tensions portent sur la qualité décroissante des dons, ainsi que sur les contraintes de stockage, aggravées par la difficulté d'accès à des locaux adaptés. Ce modèle repose en partie sur le bénévolat, source de valeur sociale.

Les boutiques physiques hors ESS, notamment dans l'habillement et le livre, se développent en centre-ville, mais subissent les **mêmes difficultés structurelles** que le secteur du neuf et font face à une concurrence en ligne de plus en plus organisée. Cependant, certains consommateurs, déçus par leur expérience d'achat en ligne et à la recherche de bonnes affaires, se tournent à nouveau vers les magasins physiques.

Malgré le développement de la vente des produits de seconde main ces dernières années, les **externalités positives** qu'elle génère (réemploi, baisse de l'impact carbone…) **sont très peu valorisées** et récompensées. Le besoin de mieux informer le client sur la provenance des produits, la mise en place de labels pourrait permettre de mettre en lumière ce secteur qui reste fragile.

À l'inverse, les produits à forte valeur ajoutée (téléphones, consoles de jeux, ordinateurs, électroménager, vélos, etc.) connaissent une croissance plus soutenue, portée principalement par de grands réseaux de distribution. Ces derniers, disposant de volumes de trésorerie importants, sont davantage en mesure de s'adapter au système d'achat-revente. En revanche, ces magasins sont moins souvent situés dans les centres-villes.

L'OFFENSIVE DES ENSEIGNES DU NEUF : UN RISQUE POUR LES BOUTIQUES LOCALES ?

L'intégration de la seconde main par les enseignes traditionnelles du neuf reste délicate, car elle nécessite des outils, une logistique et une expertise spécifiques. Certaines grandes marques privilégient des partenariats avec des intermédiaires, mais ce modèle reste fragile, comme l'illustre le redressement judiciaire de Rediv en 2023, qui accompagnait des acteurs comme Kiabi, Carrefour ou Auchan. Ces enseignes privilégient souvent une approche digitale, investissant davantage dans des outils intermédiaires.

Certains acteurs de la seconde main s'inquiètent d'une possible captation du gisement de dons par les grandes enseignes ou même les boutiques type dépôt-vente. Cependant, pour les grandes enseignes, la rentabilité du réemploi semble encore difficile à atteindre, en raison des coûts liés à la logistique, aux outils et à l'expertise requise.

LES EFFETS MOINS CONNUS DU « BOOM » DE LA SECONDE MAIN

Si la seconde main permet d'allonger la durée de vie des produits, de structurer des filières de reconditionnement et de soutenir les actions sociales pour les entreprises de l'ESS, elle présente aussi des **effets moins vertueux**. Ces effets ont été particulièrement analysés dans la filière textile. Ainsi, la seconde main peut **encourager la surconsommation**, via « l'effet rebond »[13] : les bons d'achat donnés par certaines enseignes en échange de vêtements déjà portés incitent à acheter du neuf. On observe ainsi une surconsommation chez les acheteurs de seconde main (75 pièces par an contre 55 pour les autres). L'enquête Ademe/ObSoCo sur le marché de l'occasion de vêtement a mis en évidence le développement de **logiques spéculatives** chez certains consommateurs : 16 % des vendeurs de vêtements d'occasion ont déjà acheté des vêtements de seconde main pour les revendre ensuite plus cher. Cette part est de 21 % chez les utilisateurs de la plateforme Vinted et de 32 % pour les moins de 25 ans.

Enfin, selon le **modèle d'approvisionnement** (achat à un grossiste ou en local), on peut interroger le caractère vertueux du modèle de la seconde main : certaines boutiques lucratives pouvant s'approvisionner auprès de grossistes qui importent des vêtements de seconde main[14], sans que le client ne soit informé de leur provenance.



© Laura

[13] Phénomène où l'achat ou l'utilisation d'un produit d'occasion, initialement perçu comme une solution écologique ou économique, peut indirectement encourager une consommation globale plus élevée.
[14] Seconde main : le réemploi solidaire : la seconde chance de la mode, OXFAM France 2026.

4 EN QUOI LE COMMERCE DE SECONDE MAIN EST-IL UNE OPPORTUNITÉ POUR LES CENTRALITÉS ?

ATOUTS / POTENTIALITÉS POUR LES CENTRALITÉS

Animation des espaces

Ateliers, événements et rassemblements organisés par les boutiques associatives (ESS) renforcent la convivialité et le flux de visiteurs.

Dynamisme social

Rôle des structures de l'ESS (insertion, lien social) qui contribuent à créer du lien, pas seulement du chiffre.

Expérience client

Mise en avant de l'achat physique : recherche de bonnes affaires, pièces « uniques », désillusion face au digital.

Transformation écologique

Les commerces de seconde main participent à la transformation écologique des centres-villes en les adaptant à de nouveaux usages.

Visibilité : un potentiel à activer

Déficit de communication sur les atouts réels (origine des produits, impact écologique). Une communication ciblée pourrait faire de la seconde main un pilier de la revitalisation, attractive pour une clientèle sensible à ces enjeux.

LIMITES AU DÉVELOPPEMENT DE LA SECONDE MAIN EN CENTRALITÉS

Rentabilité fragile

Modèle économique parfois précaire pour des boutiques d'indépendants (manque de structure, de labels...).

Mêmes difficultés structurelles que le neuf

Pour certains secteurs (mode), avec souvent moins de possibilités d'« appui » : les enseignes indépendantes prédominent.

Concurrence d'internet.

Concurrence autour de la captation des dons

Risque de concurrence avec les grandes enseignes ou dépôts-ventes, réduisant les ressources.

La seconde main "technique" moins présente en centralité

Téléphonie, jeux vidéo, électroménager (produits à plus forte valeur ajoutée) sont davantage localisés en périphérie.

Besoins de surfaces plutôt importantes

Contraintes de stockage et de traitement des produits : la taille d'un commerce de seconde main est souvent peu adaptée aux disponibilités du centre-ville.

AUDÉLOR
DÉVELOPPEUR DE TERRITOIRE

12 avenue de la Perrière
56324 Lorient cedex
02 97 12 06 40

www.audelor.com

Suivez-nous

Pour télécharger
les communications
d'AudéLor : **www.audelor.com**