

NOV.
2017

PANORAMA DE LA DEUXIÈME VIE DES PRODUITS EN FRANCE

RÉEMPLOI ET RÉUTILISATION

Actualisation 2017

RAPPORT

ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Énergie

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 :

COHIN David - APCMA
DURIEUX Marie - leboncoin
GISQUET Karine - MTES / DGPR
GOMY Catherine - Réseau Envie
LEFEUVRE Alexia - PriceMinister
LEONET Emma - Croix Rouge française
LOUARN Aubrée - MTES / DGPR
MABILEAU Stéphanie - Emmaüs
MAYOUX Nathalie - Réseau des Ressourceries
RICHARDOT Anne-Claire - CCI France
TILBIAN Jessica - AMORCE

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

ALANIESSE Pierre - Cash Express	HUNOT Nicolas – Faral
APPARAILLY Virginie – Les ateliers du bocage	HUREL Blandine – Tissons la Solidarité
ATTAL Renaud – Co-Recyclage / RCube	JOURDAIN Justine – FEI
AUBERT Thierry - Epalia	LABROSSE Emmanuel – Conibi
AUDUGE Régis – Syndicat Professionnel du Pneu	LEFEVRE Virginie - Eco-mobilier
BENOIT Julie – Bellastock	LENORMAND Olivier – Multirex'Auto
BLARD Cyrille – SNCF Réseau	LOOS François - Brasseurs de France
BOACHON Joanne – Minéka	MAIO Valeria – FNAC
BOMY Laure – FNB	MARTINEZ Stéphane - SYNHORCAT
BONO Emilie - SYNHORCAT	MOIROUD Didier – Anovo
BOUCHERON Roselyne – ADEME Réunion	MOREL Jean Marie – FEDA
BRETON Nathalie – Valdelia	MURET Bruno - Syndicat National du Caoutchouc et des Polymères
CAMILLERI Jérôme – Nodixia	NASS Olivier – Donnons.org
CHAPILLON Frédéric – SNAO	PEDESSAC Joël – Comité Français du Butane et du Propane
CHEYNARD Charlotte - eBay	PIVOTEAU Vanessa – Eco-logistique réemploi
CLAUDE Laurent- Renault	POINCELET Patrick – CNPA
CLAUDOT Alain – EcoTLC	RAILLON Coline – Syndicat National des Entreprises de Démolition
COUGE Philippe – Game Cash	RICHEZ-BRASSART Anne - HTM Loeko
COULLON Stéphanie – Fédération Française du Bâtiment	RIFFAUD Stanislas - FEI
COURJAUD Marion – L'Heureux Cyclage	RUTARD Stéphanie – Fédération Nationale des Travaux Publics
DAHER Tarek - CNLRQ	SAINT JEAN Camille – Association Orée
DURBIANO Richard – Aliapur	SIRI Bruno – Conseil National de l'Emballage
EMRINGER Justine – Plaine Commune	TATIN Claire –ADEME Nouvelle-Calédonie
FLANDIN Frédéric – Le Relais	TOBIAS Marie – Fédération Nationale des Travaux Publics
GASSELIN Patrick – La Caverne des Particuliers	VARIN Benoit – RCube
GONCALVES Laurent - Renault	VIGNERON Bastien – Réseau Consigne
GUENIN PHILIPPE- France Cartouche réemploi	
HUDRY Marie - Agenda des Brocantes	

CITATION DE CE RAPPORT

ADEME, Christophe MARQUET ; Deloitte Développement Durable, Véronique MONIER, Anne-Claire IMPERIALE, Florent MACCARIO, Rafael BASCIANO, Pierre BEURET, Philippe KUCH ; eco BTP, Emmanuel JAYR. 2017. **Panorama de la deuxième vie des produits en France – Réemploi et réutilisation - Actualisation 2017**. 193 pages.

Cet ouvrage est disponible en ligne www.ademe.fr/mediatheque

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 le 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.

Ce document est diffusé par l'ADEME

20, avenue du Grésillé

BP 90406 | 49004 Angers Cedex 01

Numéro de contrat : 16MAR001845

Rapport réalisé pour le compte de l'ADEME par : Deloitte Développement Durable & eco BTP

Coordination technique - ADEME : MARQUET Christophe

Direction Economie Circulaire et Déchets/Service Consommation et Prévention



Table des matières

Table des figures	6
Table des tableaux	8
Liste des abréviations	10
PREAMBULE.....	11
I. CONTEXTE ET METHODOLOGIE.....	12
I.1. Contexte de l'étude.....	12
I.2. Objectifs.....	12
I.3. Champ de l'étude et Méthodologie.....	13
I.3.1. Champ de l'étude	13
I.3.2. Méthodologie générale de l'étude et moyens déployés	16
I.4. Limites.....	18
II. LES CHAINES DE VALEUR DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION ET LES ACTEURS IMPLIQUES	19
II.1. Les chaînes de valeur de la deuxième vie des produits.....	19
II.1.1. Les activités de l'achat/vente et du don	19
II.1.2. Les activités de la mise en relation	20
II.2. Les jeux d'acteurs de la deuxième vie des produits.....	21
II.2.1. La deuxième vie des biens de consommation courante	21
II.2.2. La deuxième vie des pièces détachées des moyens de transport motorisés.....	31
II.2.3. La deuxième vie des pneumatiques.....	37
II.2.4. La deuxième vie des matériaux et produits de construction	40
II.2.5. La deuxième vie des emballages	44
II.2.6. La deuxième vie des cartouches d'impression bureautique	49
II.3. Le recensement des acteurs de la deuxième vie des produits	51
II.3.1. Résultats du recensement des acteurs	51
II.3.2. Analyse géographique.....	56
III. DYNAMIQUE SECTORIELLE ET IMPACT DU SECTEUR SUR LA PRODUCTION DE DECHETS	
61	
III.1. Présentation de la base de données.....	61
III.1.1. Objectifs et méthodologie	61
III.1.2. Fiabilité des données	61
III.2. Dynamique générale et impact du secteur des biens ménagers	64
III.2.1. L'Economie Sociale et Solidaire, un acteur historique qui évolue en assumant sa vocation sociale	66
III.2.2. Les Intermédiaires et reconditionneurs, des acteurs à forte valeur ajoutée économique...	70
III.2.3. Les sites internet, des acteurs en restructuration qui continuent d'accroître leur part de marché sur le secteur	72
III.2.4. Les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs, vers un modèle unique en plein essor.....	74
III.2.5. Chaque acteur tente de capter une partie de la valeur de la filière des équipements électriques et électroniques, concurrentielle et sous tension	76



III.3.	Dynamique générale et impact du secteur des nouvelles typologies de produits	77
III.3.1.	Les emballages industriels et ménagers, une question de coopération et de conception..	78
III.3.2.	Les cartouches d'impression, une filière structurée en bonne voie	79
III.3.3.	Les pneumatiques : la filière du rechapage en difficulté	80
III.3.4.	Les pièces détachées de véhicules motorisés, une filière mature	81
III.3.5.	Les matériaux issus du BTP	82
IV.	SYNTHESE DES TENDANCES D'EVOLUTION, FREINS, LEVIERS ET RECOMMANDATIONS POUR LE DEVELOPPEMENT DES ACTIVITES DE REEMPLOI ET REUTILISATION EN FRANCE	86
IV.1.	Synthèse des tendances du secteur	86
IV.2.	Bilan des recommandations proposées lors du PANORAMA 2014	87
IV.3.	Freins, leviers, perspectives et recommandations	89
IV.3.1.	Freins, leviers et perspectives de la deuxième vie des produits	89
IV.3.2.	Recommandations pour le développement de la seconde vie	96
V.	CONCLUSION	99
ANNEXES	100
ANNEXE 1-	Liste des 59 entretiens réalisés	100
ANNEXE 2 -	Liste des sites internet acteurs de la deuxième vie des produits	103
ANNEXE 3 -	Les acteurs de l'ESS	105
ANNEXE 4 -	Croix Rouge française	130
ANNEXE 5 -	Les revendeurs, dépôts-ventes et brocanteurs	135
ANNEXE 6 -	Les sites internet : sites de petites annonces, plateformes en ligne	158
ANNEXE 7 -	Les manifestations physiques.....	174
ANNEXE 8 -	Les reconditionneurs et rénovateurs	185
ANNEXE 9 -	Les broker et asset manager	189



Table des figures

Figure 1 : Les activités de réemploi, préparation en vue de la réutilisation et réutilisation	14
Figure 2 : Activités du réemploi et de la réutilisation couvertes par le panorama 2017	16
Figure 3 : Méthodologie générale et déroulement de l'étude	17
Figure 4 : La chaîne de valeur de la vente pour la deuxième vie d'un produit : exemple d'un ordinateur.....	19
Figure 5 : La chaîne de valeur de la mise en relation pour la deuxième vie d'un produit : exemple d'un ordinateur	21
Figure 6 : Principaux flux de biens de consommation courante entre acteurs du réemploi	26
Figure 7 : Principaux flux de pièces détachées des moyens de transport motorisés entre acteurs de la deuxième vie	34
Figure 8 : Principaux flux de pneumatiques entre acteurs de la deuxième vie	39
Figure 9 : Principaux flux de produits et matériaux de bâtiment entre acteurs du réemploi.....	43
Figure 10 : Principaux flux de produits et matériaux de Travaux Publics entre acteurs du réemploi	43
Figure 11 : Principaux flux d'emballages ménagers et assimilés entre acteurs de la deuxième vie	46
Figure 12 : Principaux flux d'emballages industriels entre acteurs de la deuxième vie.....	48
Figure 13 : Principaux flux de cartouches d'impression bureautique entre acteurs de la deuxième vie	51
Figure 14 : Répartition de tous les acteurs	55
Figure 15 : Répartition des acteurs indépendants	55
Figure 16 : Répartition des acteurs en réseau.....	56
Figure 17 : Nombre de structures Dépôts-ventes, Revendeurs et Brocanteurs.....	58
Figure 18 : Nombre de structures de l'ESS	58
Figure 19 : Nombre de structures corrélé à la population par département.....	58
Figure 20 : Densité des structures par département pour 100 000 habitants corrélée à la population par département	58
Figure 21 : Population touchée par un PLPD corrélée au nombre de structures par département.....	59
Figure 22 : Corrélation entre la population couverte par un PLPD et celle couverte par un système de tarification incitative (TI) des déchets	59
Figure 23 : Evolution du nombre d'emplois et du chiffre d'affaires liés à la deuxième vie des biens ménagers	64
Figure 24 : Evolution des tonnages collectés et vendus dans le cadre de la deuxième vie des biens ménagers.....	65
Figure 25 : Evolution du CA et des effectifs des structures de l'ESS entre les versions 2012 et 2017 du panorama	66
Figure 26 : Exemple d'évolution du CA et des effectifs du Réseau des Ressourceries entre 2012 et 2015.....	67
Figure 27 : Evolution du CA et des effectifs de l'Heureux Cyclage entre 2014 et 2016.....	68
Figure 28 : Evolution du CA et des effectifs des Ateliers du Bocage entre 2013 et 2015.....	68
Figure 29 : Evolution des quantités d'approvisionnement en TLC entre 2014 et 2017 en poids	69
Figure 30 : Répartition par type d'acteurs du chiffre d'affaires (à gauche) et des ETP (à droite) générés par le secteur de la deuxième vie des biens ménagers lors du panorama 2017	70
Figure 31 : Chiffre d'affaires par ETP du panorama 2017 pour chaque catégorie d'acteurs de la deuxième vie des biens ménagers	70
Figure 32 : Flux de vente en tonnes des différents acteurs de la deuxième vie des biens ménagers	72
Figure 33 : Répartition des flux de vente en tonnes des acteurs de la deuxième vie des biens ménagers	73
Figure 34 : Répartition des tonnages de TLC (à gauche) et de livres, CD et DVD (à droite) entre les différents acteurs des sites internet.....	74



Figure 35 : Part des acteurs en réseau au sein des dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs	75
Figure 36 : Evolution du nombre de structures (à gauche) et du chiffre d'affaires en M€ (à droite) des revendeurs et dépôts-ventes en réseau	75
Figure 37 : Répartition en tonnage des emballages réemployés ou réutilisés.....	78
Figure 38 : Evolution de la quantité de cartouches collectées et reconditionnées en unités	79
Figure 39 : Evolution des ventes de pneu d'occasion en unités	80
Figure 40 : Evolution des ventes de pneu rechapé en unités	81
Figure 41 : Chiffre d'affaires, flux collectés et réemployés/réutilisés sur le marché de l'occasion et de l'échange standard	82
Figure 42 : Quantité de produits et matériaux de construction réemployés et réutilisés hors site en 2014, en tonnes.....	85
Figure 43 – Répartition des flux collectés au sein du réseau EMMAÛS pour l'année 2015	110
Figure 44 - Répartition des structures au sein du Réseau des Ressourceries	116
Figure 45 - Evolution des flux collectés en tonne au sein du réseau des Ressourceries entre 2010 et 2015	118
Figure 46 - Répartition des produits vendus par ENVIE en 2016 en nombre d'unités.....	127
Figure 47 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein d'Envie entre 2008 et 2016	128
Figure 48 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Envie entre 2008 et 2016	128
Figure 49 : Répartition de l'offre Cash Converters proposée via Toutcash.com en 2010.....	148
Figure 50 : Répartition de l'offre Cash Express par types de biens, en 2011	148
Figure 51 : Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de revendeurs entre 2011 et 2016 (à périmètre constant : les 5 principaux réseaux)	155
Figure 52 : Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de dépôts-ventes entre 2011 et 2013.....	156
Figure 53 - Répartition des quantités de biens mis en vente par les sites internet de mise en relation en 2016	166
Figure 54 - Répartition des quantités de biens mis en vente en 2016 en nombre d'unités sur leboncoin par catégories de biens	166
Figure 55 - Répartition des quantités de biens mis en vente en 2016 en nombre d'unités sur eBay par catégories de biens	166
Figure 56 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2016	171
Figure 57 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2016	171
Figure 58 : Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013	171
Figure 59 : CA et nombre d'emplois au sein du secteur des places de marché spécialisées en 2016	172
Figure 60 : Quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des places de marché spécialisées en 2016.....	172
Figure 61 : Comparateur en ligne d'offres de reprise de smartphones	192
Figure 62 : Site Web de SFR pour la reprise des Mobiles et Tablettes	192



Table des tableaux

Tableau 1 : Typologies de produits appartenant au périmètre du Panorama 2017	15
Tableau 2 : Les filières appartenant au périmètre du panorama couvertes par la REP	24
Tableau 3 : Nombre de structures recensées dans l'annuaire de la deuxième vie des produits SINOE® au fil des panoramas.....	53
Tableau 4 : Evolution du taux de remplissage des informations de l'annuaire entre 2014 et 2017	54
Tableau 5 : Indice de fiabilité des données des acteurs de la deuxième vie des biens ménagers	63
Tableau 6 : Indice de fiabilité des données concernant la deuxième vie des nouvelles typologies de produits	63
Tableau 7 : Suivi des indicateurs des acteurs de la deuxième vie des biens ménagers, depuis 2012	65
Tableau 8 : Flux de vente en euros par tonne et taux de réemploi pour chaque catégorie d'acteurs de la deuxième vie des produits	71
Tableau 9 : Suivi des indicateurs des nouvelles typologies de produits	77
Tableau 10 : Bilan des recommandations proposées lors du panorama 2014	87
Tableau 11 : Propositions de recommandations.....	96
Tableau 12 : Chiffre d'affaires et produits vendus par Emmaüs sur la période 2009 - 2015.....	107
Tableau 13 : Evolution de la répartition des tonnages collectés entre 2008, 2010, 2012 et 2015	109
Tableau 14 : Répartition des flux vendus par catégories de produits en 2012	110
Tableau 15 : Répartition et évolution des flux collectés au sein du réseau EMMAÛS sur la période 2008 – 2015	111
Tableau 16 : Evolution du chiffre d'affaires des membres du Réseau des Ressourceries	117
Tableau 17 : Chiffre d'affaires d'Envie ERG au titre du réemploi/réutilisation depuis 2008	123
Tableau 18 : Répartition des flux d'approvisionnement par source en tonne depuis 2009.....	126
Tableau 19 : Evolution des ventes de EEE et DEEE entre 2011 et 2013 au global, par structure et par magasin.....	126
Tableau 20 : L'évolution des structures de réemploi et de réutilisation de la Croix-Rouge française entre 2010 et 2015.....	131
Tableau 21 : Commissions appliquées par deux des principaux réseaux de dépôts-ventes en 2010 et 2012.	139
Tableau 22 : Evolution entre 2011 et 2016 du chiffre d'affaires sous enseigne et lié à l'occasion des principaux réseaux de revendeurs.....	141
Tableau 23 : Evolution entre 2011 et 2016 du chiffre d'affaires des principaux réseaux de dépôts-ventes lié à l'occasion.....	142
Tableau 24 : Evolution entre 2011 et 2016 du nombre de structures des principaux réseaux de revendeurs	143
Tableau 25 : Evolution entre 2011 et 2016 du nombre de structures des principaux réseaux de dépôts-ventes.....	144
Tableau 26 : Différences entre les offres des dépôts-ventes et des revendeurs	149
Tableau 27 : Evolution entre 2011 et 2016 des flux de vente liés à l'occasion par les principaux réseaux de revendeurs.....	151
Tableau 28 : Evolution entre 2011 et 2016 des flux de vente liés à l'occasion par les principaux réseaux de dépôts-ventes.....	151
Tableau 29 - Evolution du chiffre d'affaires des sites d'annonces au titre des activités de réemploi entre 2010 et 2016.....	163



Tableau 30 - Evolution du chiffre d'affaires des places de marché au titre des activités de réemploi entre 2010 et 2016.....	163
Tableau 31 - Chiffre d'affaires des places de marché spécialisées au titre des activités de réemploi entre en 2016	163
Tableau 32 - Classement des sites d'annonces gratuites par nombre d'annonces en janvier 2013.....	164
Tableau 33 - Evolution de l'effectif total occupé par les activités de réemploi entre 2010 et 2016	164
Tableau 34 - Evolution des quantités totales de biens mis en vente sur les sites internet de mise en relation entre 2010 et 2016	168
Tableau 35 : Composition de l'audience de leboncoin en % par rapport à l'audience type en France, janvier 2012 (source : Médiamétrie).....	170
Tableau 36 - Nombre de ventes au déballage par type de manifestation.....	179
Tableau 37 - Estimation de la présence des différents types de biens sur les vide-greniers en 2011	181
Tableau 38 - Ventes d'objets dans les ventes au déballage et par les brocanteurs	182



Liste des abréviations

ACI = Ateliers et Chantiers d'Insertion	FEDA = Fédération des Syndicats de la Distribution Automobile
ADEME = Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie	FEI = Fédération des Entreprises d'Insertion
APCMA = Assemblée Permanente des Chambres de Métiers et de l'Artisanat	FFB = Fédération Française du Bâtiment
BtoB = Business to Business	FNB = Fédération Nationale des Boissons
BTP = Bâtiment et Travaux Publics	FNTP = Fédération Nationale des Travaux Publics
CA = Chiffre d'Affaires	IAE = Insertion par Activité Economique
CCI = Chambre de Commerce et de l'Industrie	IBC = Industrial Bulk Container
CDDI = Contrat à Durée Déterminée d'Insertion	INSEE = Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
CFBP = Comité Français du Butane et du Propane	METS = Ministère de la Transition écologique et solidaire
CHR = Café Hôtel Restaurant	PLPD = Plan Local de Prévention des Déchets
CNLRQ = Comité National de Liaison des Régies de Quartier	PU = Pneu Usagé
CNPA = Conseil National des Professions de l'Automobile	REP = Responsabilité Elargie du Producteur
COM = Collectivités d'Outre-Mer	RR = Réseau des Ressourceries
CSP = Catégorie Socio-Professionnelle	RV = Revendeur
DEA = Déchet d'Elément d'Ameublement	SNCAO = Syndicat National du Commerce de l'Antiquité, de l'Occasion et des Galeries d'Art moderne et Contemporain
DEEE = Déchet d'Equipement Electrique et Electronique	SNCP = Syndicat National du Caoutchouc et des Polymères
DGPR = Direction Générale de la Prévention des Risques	SNED = Syndicat National des Entreprises de Démolition
DROM = Départements et Régions d'Outre-Mer	SPP = Syndicat des Professionnels du Pneu
DV = Dépôt-Vente	SUV = Sport Utility Vehicle (ou véhicule crossover)
EA = Entreprise Adaptée	SYNHORCAT = Syndicat National des Hôteliers, Restaurateurs, Cafetiers, Traiteurs
EC = Economie Conventionnelle	TI = Tarification Incitative
EEE = Equipement Electrique et Electronique	TLC = Textile Linge Chaussure
ESAT = Etablissement et Service d'Aide par le Travail	VHU = Véhicule Hors d'Usage
ESS = Economie Sociale et Solidaire	
ETP = Equivalent Temps Plein	



Préambule

Le présent rapport dresse un panorama des activités de la deuxième vie des produits en France sur la base des éléments recueillis dans les précédents panoramas et d'une collecte d'informations et de données menée auprès d'acteurs du secteur au cours du premier semestre 2017.

L'ADEME, opérateur majeur historique de la politique française de prévention et de gestion des déchets, accompagne les acteurs dans la mise en œuvre du plan de réduction et de valorisation des déchets 2014-2020, du programme national de prévention des déchets 2014-2020 et des objectifs de la loi du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte. Dans ce cadre, l'ADEME mène depuis plusieurs années des études et travaux d'observation et de capitalisation sur la thématique du réemploi et de la réutilisation dans le but d'améliorer les connaissances sur la dynamique et les perspectives du secteur et d'accompagner les acteurs dans le déploiement de leurs actions au niveau national et local.

Ainsi, dès 2010, l'ADEME a mis en place le suivi des activités du réemploi et de la réutilisation à travers la conduite d'un panorama dont le présent rapport est la quatrième édition. Ce panorama de la deuxième vie des produits vise à dresser un état des lieux des chaînes de valeur du réemploi et de la réutilisation en France, des modèles économiques et des jeux d'acteurs associés. Il vise également à recenser les acteurs de ces secteurs, à évaluer le poids économique et la quantité des déchets évités grâce à leurs activités et à identifier les facteurs clés d'évolution et les freins et leviers impactant les dynamiques de développement de ces activités.



I. Contexte et méthodologie

I.1. Contexte de l'étude

Le présent rapport s'inscrit dans le cadre de la quatrième édition du panorama de la deuxième vie des produits en France, conduit par l'ADEME en 2010, 2012 et 2014. Il a notamment vocation à actualiser les données collectées lors du précédent panorama en 2014, mettre à jour l'annuaire des structures de réemploi et/ou de réutilisation sur la plateforme SINOE® déchets¹, ainsi que suivre les différentes tendances et orientations du secteur du réemploi et de la réutilisation en France.

Le présent panorama couvre davantage de typologies de produits que le panorama 2014. En effet, les typologies de produits retenues pour cette nouvelle édition ne s'arrêtent pas aux seuls produits ménagers et assimilés puisque quatre nouvelles typologies sont ajoutées :

- Les produits et matériaux de construction ;
- Les pièces détachées de moyens de transport motorisés et les pneumatiques ;
- Les cartouches d'impression bureautique ;
- Les emballages réemployés ou réutilisés.

L'ajout de ces typologies de produits s'inscrit dans la tendance des activités de réemploi et de réutilisation, qui bénéficient d'une dynamique croissante, et ce, dans tous les secteurs.

De même, certains types d'acteurs ont été étudiés avec plus d'attention que dans les panoramas précédents, en plus des acteurs historiques. Ainsi, le panorama couvre les catégories d'acteurs suivantes :

- Les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) et des associations caritatives ;
- Les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs ;
- Les sites internet, qui ont fait l'objet d'une analyse plus détaillée ;
- Les intermédiaires et reconditionneurs, nouvellement intégrés au périmètre de l'étude ;
- Les acteurs relatifs aux nouvelles typologies de produits : les nouvelles typologies connaissent chacune une filière de réemploi et réutilisation dont le jeu d'acteurs lui est propre.

I.2. Objectifs

La présente étude vise, de manière générale, à dresser un état des lieux des pratiques de réemploi et de réutilisation des biens de consommation courante, mais aussi des quatre nouvelles typologies de produits.

Pour répondre à cet objectif global, les filières de réemploi et réutilisation propres aux différentes typologies de produits entrant dans le périmètre du panorama ont été analysées selon trois axes, sur un volet quantitatif comme qualitatif :

- L'évaluation environnementale du secteur de la deuxième vie des produits, avec d'une part l'estimation globale du tonnage de produits réemployés/réutilisés, soit du tonnage de déchets évités, et d'autre part le suivi de l'évolution des bonnes pratiques des acteurs engagés dans la filière ;

¹ SINOE® déchets : plateforme numérique conçue pour répondre aux attentes et besoins du terrain. Son contenu riche, fiable et actualisé offre aux collectivités des informations essentielles sur les déchets ménagers.
<http://www.sinoe.org/filtres/index/thematique#table-annuaire>



- L'évaluation sociale du secteur, avec le chiffrage des emplois liés aux activités de la deuxième vie des produits et notamment une analyse plus fine par type de contrat signé, permettant ainsi de saisir le fonctionnement structurel de certaines filières ;
- L'évaluation économique du secteur, avec une estimation globale du chiffre d'affaires engrangé, du nombre de structures participant à la chaîne de valeur de la deuxième vie des produits, ainsi que des volumes monétaires en jeux dans ces activités.

Afin de mener cette analyse, les tâches suivantes ont été réalisées, en tenant compte des évolutions de périmètre précitées :

- La mise à jour de l'annuaire SINOE® des structures du réemploi et de la réutilisation ;
- L'analyse de la répartition géographique des structures ;
- La mise à jour de la base de données du Panorama 2014 ;
- L'analyse des facteurs et tendances d'évolution du secteur ;
- La formulation de recommandations afin de soutenir les activités de réemploi et de réutilisation, mises au point avec les acteurs du secteur et parties prenantes.

L'ensemble de ces points a fait l'objet d'une analyse comparative avec les informations et données précédemment obtenues dans le Panorama 2014.

I.3. Champ de l'étude et Méthodologie

I.3.1. Champ de l'étude

I.3.1.1 Réemploi et réutilisation

Les activités couvertes par le champ de l'étude sont le réemploi et la réutilisation. Dans le cadre de l'étude, et en s'appuyant sur l'article L541-1-1 du Code de l'environnement, les définitions suivantes sont retenues :

- « **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. À noter que les installations qui pratiquent le réemploi ne sont pas des installations classées ICPE au titre des déchets.
- « **Préparation en vue de la réutilisation** » : toute opération de contrôle, de nettoyage ou de réparation en vue de la valorisation par laquelle des substances, matières ou produits qui sont devenus des déchets sont préparés de manière à être réutilisés sans autre opération de prétraitement.
- « **Réutilisation** » : toute opération par laquelle des substances, matières ou produits qui sont devenus des déchets sont utilisés de nouveau.

Ainsi, le réemploi et la réutilisation se distinguent par le passage ou non du bien en fin de vie par le statut de déchet (voir Figure 1 ci-après).



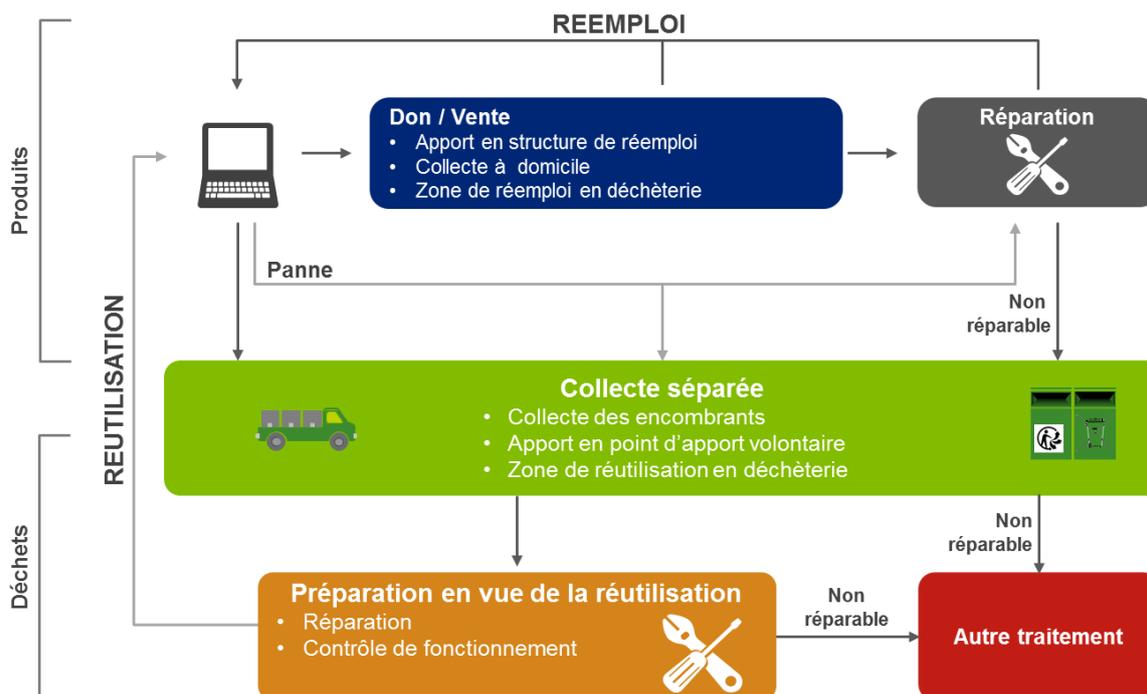


Figure 1 : Les activités de réemploi, préparation en vue de la réutilisation et réutilisation

I.3.1.2 Typologies de 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 « biens de consommation courante », ont été intégrés dans le champ de l'étude.

Dès lors, les outils de production industrielle, les biens immobiliers et les moyens de transport motorisés (complets, hors pièces détachées) n'ont pas été retenus dans le périmètre de l'étude. De même, les antiquités et 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 concernant les biens de consommation courante est reprise de l'étude 2014 « Panorama de la deuxième vie des produits en France ».

Quatre nouvelles typologies de produits ont été ajoutées au périmètre de ce panorama, et ont fait l'objet d'une analyse afin de comprendre l'organisation et le fonctionnement du secteur de la deuxième vie pour ces produits. Ces quatre typologies de produits, reprises dans le Tableau 1, sont les suivantes :

- **Les produits et matériaux de construction**, divisée en deux sous-catégorie, les produits et matériaux issus du bâtiment et les produits et matériaux issus des Travaux Publics ;
- **Les emballages**, dont l'étude a été limitée à certaines catégories d'emballages ménagers et industriels bénéficiant d'une réelle activité économique sur la deuxième vie : des emballages industriels tels que les conteneurs IBC (Industrial Bulk Containers) et les palettes, les bouteilles de gaz et les emballages de boissons en verre de certaines boissons en cafés hôtels restaurants (CHR) ;
- **Les cartouches d'impression bureautique** ;
- **Les pièces détachées des moyens de transport motorisés**, scindée en deux sous-catégories disposant chacune d'une organisation sectorielle et d'acteurs impliqués dans la deuxième vie qui leur sont propres, les pneumatiques et les autres pièces détachées.



Tableau 1 : Typologies de produits appartenant au périmètre du Panorama 2017

Typologies de produits du panorama 2014	Produits
Equipements Electriques et Electroniques (EEE) GEM froid et hors froid, PEM, écrans, audiovisuel, informatique	
Produits textiles vêtements, maroquinerie, linge de maison, chaussures	
Mobilier tables, armoires, chaises	
Bibelots/Vaisselle/Décoration	
Livres, cassettes, CD, DVD livres, revues, BD, CD, DVD, cassettes	
Cycles/Vélos vélos pour adulte, Vélos pour enfant	
Equipements de loisirs instruments de musique, jeux et jouets, équipements de sports	
Outillage bricolage, jardinage	
Nouvelles typologies de produits	Produits
Produits et matériaux de construction tuiles, bois de structure, acier de structure, pavés, portes, fenêtres, parquets, chutes sur chantier, déblais de chantier, gravats, etc.	
Emballages réemployés ou réutilisés bouteilles consignées en verre, bouteilles de gaz, palettes, conteneurs IBC	
Cartouches d'impression bureautique cartouches rechargeables : cartouches jet d'encre, toner, etc.	
Pièces détachées des moyens de transport motorisés pneus, éléments de carrosserie, éléments de moteur, siège, tableau de bord, etc.	

I.3.1.3 Catégories d'acteurs du réemploi et de la réutilisation

Les catégories d'acteurs de la seconde vie des typologies de produits historiques (biens de consommation courante) adoptées en 2014 ont été conservées pour l'étude 2017 avec plusieurs modifications :

- Les acteurs de l'insertion ne sont plus traités séparément des réseaux spécialisés de l'ESS et ont donc été regroupés avec ces acteurs ;
- Les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs ont été regroupés au sein d'une même catégorie d'acteurs compte-tenu de la convergence de leurs modèles économiques, vers un système hybride d'achat-vente. Néanmoins, une distinction a été faite entre les acteurs organisés en réseau et ceux indépendants, ces deux sous-catégories montrant des caractéristiques structurelles différentes (typologies de produits traitées, taille de la structure) ;
- Les reconditionneurs et intermédiaires ont été nouvellement ajoutés aux catégories d'acteurs ;
- Les sites internet ont bénéficié d'un niveau d'analyse plus fin et ont été scindés en trois catégories : les sites internet de mise en relation, les places de marché généralistes et les places de marché spécialisées ;
- Les manifestations physiques de type vides-greniers et bourses aux objets ont été étudiées seulement à titre qualitatif et ne sont donc plus intégrées à la base de données contrairement

à 2014, du fait de l'impossibilité d'estimer des données sectorielles suffisamment fiables (**le chiffre 2014 retenu comme référence de comparaison avec 2017 sera donc dans ce panorama inférieur au chiffre 2014 indiqué dans le panorama 2014**).

Concernant les nouvelles typologies de produits, les acteurs de la deuxième vie de ces produits ont été regroupés par sous-catégorie, correspondant aux produits qu'ils traitent : la plupart des catégories de produits correspondent à une chaîne de valeur qui leur est propre, avec des catégories d'acteurs et une organisation spécifiques.

Ainsi, les activités qui ont fait l'objet d'un bilan approfondi au cours de l'étude 2017 sont celles présentées en Figure 2.

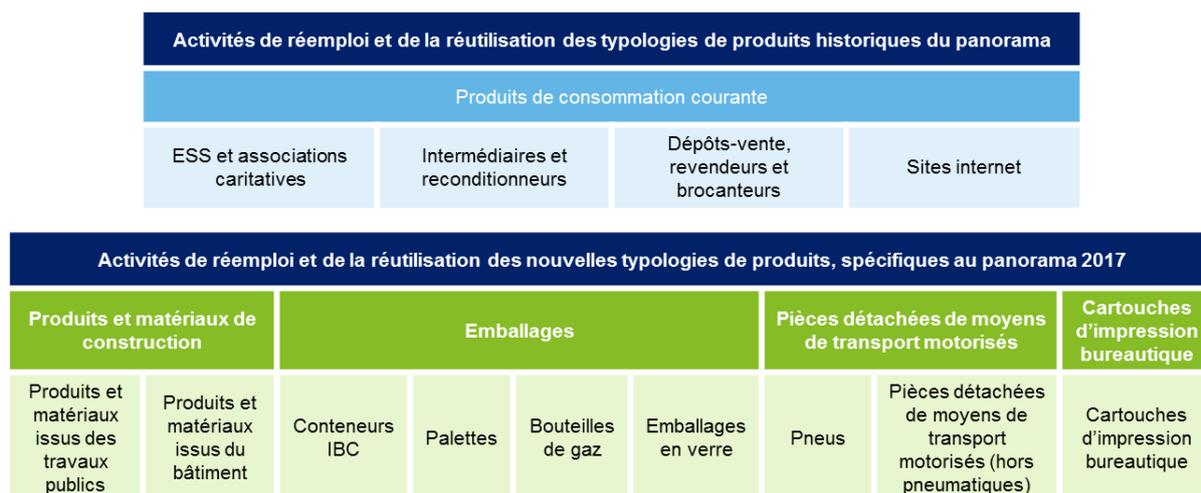


Figure 2 : Activités du réemploi et de la réutilisation couvertes par le panorama 2017

I.3.2. Méthodologie générale de l'étude et moyens déployés

Afin d'atteindre les objectifs précités, l'étude s'est déroulée en trois phases :

- Une première phase d'état des lieux, visant à comprendre l'ensemble des modèles économiques des différents acteurs de la deuxième vie des produits et leurs interactions et à recenser les acteurs existants afin de mettre à jour l'annuaire SINOE® et de le compléter des structures physiques pertinentes pour les nouvelles typologies de produits couvertes par le panorama ;
- Une seconde phase de collecte et de traitement des données économiques, sociales et environnementales, permettant d'établir une base de données à jour et enrichie des données des acteurs de la deuxième vie des nouvelles typologies de produits ;
- Une troisième et dernière phase d'analyse et de synthèse des facteurs clés et tendances expliquant les dynamiques sectorielles observées et visant à :
 - Faire le suivi des recommandations émises lors du panorama 2014,
 - Mettre en évidence des pistes d'actions en vue de favoriser le développement des secteurs de la deuxième vie des produits.

La Figure 3 synthétise le contenu, les moyens déployés et les livrables pour chacune des phases de l'étude.



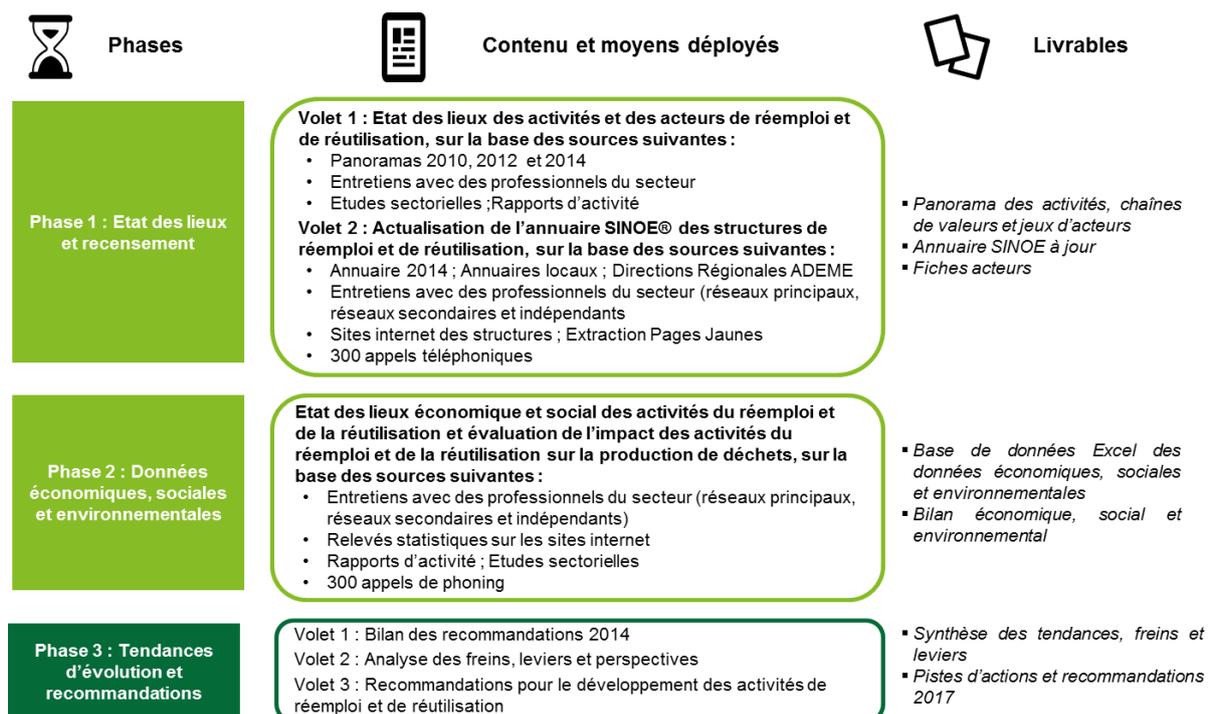


Figure 3 : Méthodologie générale et déroulement de l'étude

Les trois phases de l'étude ont été menées grâce à une collecte importante d'informations par différents moyens :

- **L'état des lieux des activités et des acteurs du réemploi et de la réutilisation** a été réalisé à partir de 40 entretiens avec les parties prenantes et experts du secteur de la deuxième vie, avec un souci de représentativité de toutes les catégories d'acteurs pour chaque typologie de produits. D'autres échanges plus concis ont été menés avec 19 autres acteurs afin de diversifier les points de vue apportés à l'analyse des filières de réemploi et réutilisation, affiner la compréhension de l'organisation de certains secteurs et obtenir les données quantitatives nécessaires à l'établissement de la base de données. Cet état des lieux a également permis de rédiger les fiches acteurs annexées au présent rapport. Certaines fiches sont issues du précédent panorama et deux nouvelles fiches ont été ajoutées pour les catégories d'acteurs bénéficiant cette année d'un focus plus particulier (les reconditionneurs et renovateurs, et les intermédiaires – brokers et asset managers) ;
- Pour être mis à jour, **l'annuaire SINOE®** a fait l'objet d'une méthodologie de recensement spécifique, notamment basée sur les échanges avec les acteurs, dont les principaux éléments structurants sont présentés en II.3.1. A noter que pour cette actualisation 2017, **la base de données Pages Jaunes® a été utilisée** pour identifier les acteurs indépendants et ainsi compléter l'annuaire ;
- **L'état des lieux économique, social et environnemental** a été réalisé à partir des données intégrées au sein de la **base de données**, qui a également fait l'objet d'une méthodologie de traitement spécifique, dont les éléments structurants sont présentés en III.1.1. La base de données a elle-même été mise à jour grâce aux éléments de l'état des lieux des acteurs, aux informations recueillies auprès des acteurs en entretien, aux actions de phoning menées auprès des acteurs indépendants et aux données complémentaires issues de recherches bibliographiques. En dehors de ces sources de données, un important travail d'analyse, d'estimation, d'extrapolation et de réconciliation des données a été fait pour consolider un bilan économique, social et environnemental cohérent sur l'ensemble des acteurs inclus dans le périmètre de l'étude ;



- **L'analyse des tendances et la synthèse des freins et leviers** ont été basées sur les éléments recueillis auprès des acteurs lors des deux premières phases et enrichies par des échanges avec les membres du Comité de pilotage de l'étude et des recherches bibliographiques complémentaires.

I.4. Limites

L'ensemble des éléments retranscrits dans le présent rapport constitue le résultat de l'exploitation et de l'analyse des informations collectées grâce aux moyens déployés présentés plus haut. Malgré l'attention portée à la multiplicité des sources d'information et à la neutralité des constats, les éléments présentés ne peuvent être exhaustifs.

Concernant les données chiffrées, la traçabilité hétérogène des différentes filières et catégories de produits étudiées est à l'origine d'un niveau de fiabilité variable des chiffres présentés. Ainsi, toutes les données sont à lire avec précaution et en tenant compte des limites méthodologiques.

Tout au long du rapport, des précisions sont apportées au besoin sur les sources utilisées et le niveau de fiabilité des données.



II. Les chaînes de valeur du réemploi et de la réutilisation et les acteurs impliqués

II.1. Les chaînes de valeur de la deuxième vie des produits

Les circuits de la deuxième vie des produits peuvent être différenciés selon deux grandes typologies d'acteurs :

- Les acteurs de l'achat/vente et du don : les objets sont remis sur le marché par des acteurs économiques ; ils peuvent connaître plusieurs étapes de sélection des flux destinés à une deuxième vie, réparation, remise en état (etc.) puis sont vendus ou donnés ;
- Les acteurs de la mise en relation : les objets sont directement transférés d'un propriétaire à un autre ; les acteurs économiques facilitent la mise en relation via des sites Internet de mise en relation tels que des sites de petites annonces ou des places de marché ou encore via l'organisation de brocantes ou vides-greniers.

II.1.1. Les activités de l'achat/vente et du don

Les acteurs de l'achat/vente et du don assurent une à plusieurs étapes de la chaîne de valeur de la deuxième vie dont la collecte, le tri et parfois la remise en état. Les acteurs de l'achat/vente et du don sont les suivants :

- Les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) et les associations caritatives ;
- Les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs ;
- Les intermédiaires et reconditionneurs.

L'ensemble des étapes liées à l'achat/vente et au don de produits dans l'intention de leur offrir une deuxième vie sont détaillées dans la Figure 4.

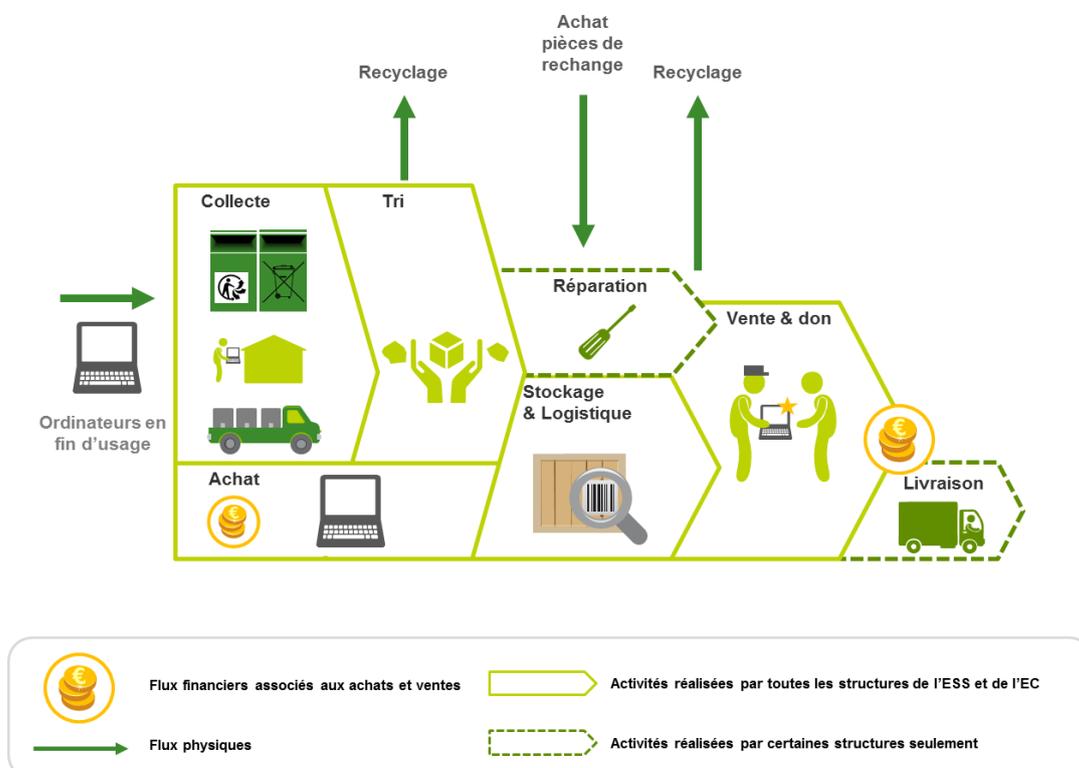


Figure 4 : La chaîne de valeur de la vente pour la deuxième vie d'un produit : exemple d'un ordinateur

Les activités de l'achat/vente et du don sont qualifiées à la fois de réemploi et de réutilisation. En effet, selon la nature des acteurs, l'approvisionnement peut par exemple se faire en déchèterie via des caissons de réemploi, ou via la réutilisation de biens issus de la collecte d'encombrants, comme dans le cas des ressourceries : le bien a alors acquis le statut de déchet, et on parle alors de réutilisation.

Au contraire, lorsque le détenteur cède son bien à une association, via un point d'apport volontaire ou directement dans les locaux de l'association, ou qu'il vend son bien à une structure de type revendeur, on parle de réemploi : le détenteur souhaite céder son bien, avec rémunération ou non, dans l'intention de lui offrir une deuxième vie, ce bien ne passant donc pas par le statut de déchet.

Il est important de noter que les activités de réutilisation sont presque uniquement portées par des structures de l'ESS, puisque la plupart des acteurs de l'économie conventionnelle achètent les biens aux propriétaires initiaux dans le but de lui offrir une deuxième vie : le bien ne passe pas par le statut de déchet.

La plupart des acteurs de l'ESS assurent l'ensemble des étapes de la chaîne de valeur, de la collecte via différents modes, à la vente ou au don, en passant par le tri, et parfois la réparation (pour certains acteurs seulement).

Au contraire, le secteur de la deuxième vie est beaucoup plus segmenté en termes de répartition des tâches pour les acteurs de l'économie conventionnelle. On trouve ainsi des acteurs spécialisés seulement dans l'achat en gros de produits de seconde main et la gestion de flux, comme les brokers, tandis que d'autres se positionnent plus spécifiquement sur le volet de la réparation et la remise en état de biens, comme les reconditionneurs. Néanmoins, il existe également des acteurs au profil similaire à ceux de l'ESS en termes de positionnement sur l'ensemble de la chaîne de valeur : c'est le cas des dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs, qui se positionnent sur l'ensemble des étapes de la deuxième vie du produit, de l'achat auprès du détenteur initial jusqu'à la vente à l'utilisateur final.

II.1.2. Les activités de la mise en relation

Les acteurs de la mise en relation ont un positionnement différent des acteurs de l'achat/vente ou du don sur la chaîne de valeur de la deuxième vie. En effet, ils ne sont que des facilitateurs de cette chaîne de valeur, en mettant en relation les donneurs ou vendeurs avec de potentiels acheteurs ou receveurs.

A noter que l'activité de don est très limitée dans le cadre de ces activités : on compte seulement quelques sites de don, qui mettent en relation d'éventuels donneurs et receveurs, et des manifestations physiques telles que des gratifierias (foires au don) et des foires au troc. Les termes de vendeur et d'acheteur seront donc utilisés dans la suite de cette partie.

Les acteurs de la mise en relation sont les suivants :

- Les sites internet, dont les sites de petites annonces, les places de marché généralistes et les places de marché spécialisées ;
- Les brocantes, vides-greniers et foires aux objets.

L'ensemble des étapes liées à la mise en relation est détaillé dans la Figure 5.



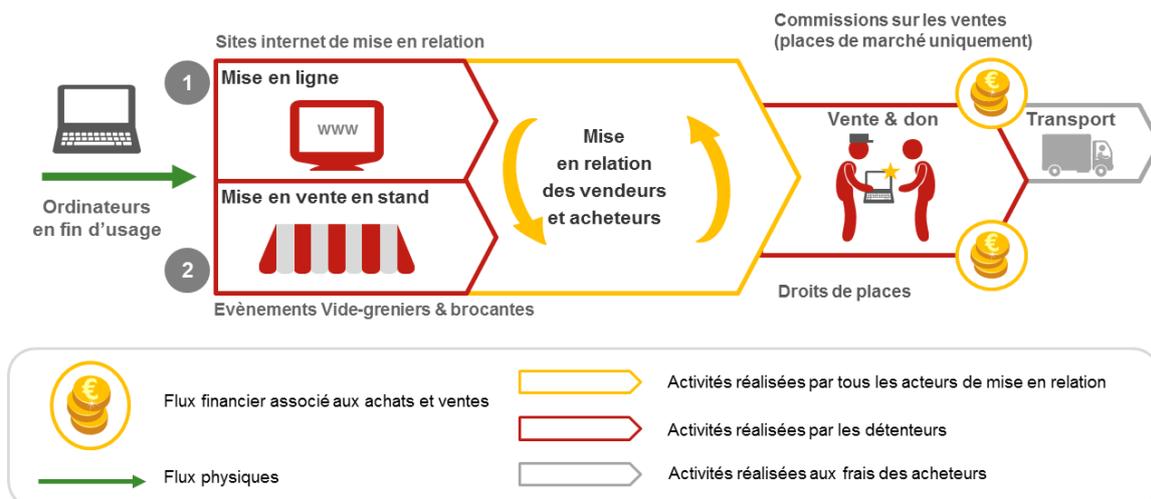


Figure 5 : La chaîne de valeur de la mise en relation pour la deuxième vie d'un produit : exemple d'un ordinateur

Les activités de mise en relation sont qualifiées uniquement de réemploi car il y a volonté de la part du vendeur d'offrir une deuxième vie à son bien.

Les acteurs de la mise en relation fonctionnent globalement de la même manière : ils proposent un espace de vente au vendeur, que ce soit un stand lors de l'organisation d'un vide-grenier, ou un espace en ligne sur le site internet hébergé par l'acteur, et l'acheteur se rend sur cet espace pour acheter le bien qui l'intéresse.

Il est important de souligner que certains acteurs, notamment parmi les places de marché spécialisées, ont un modèle économique hybride, s'apparentant plus à celui de l'achat-vente : ils ne font pas seulement de la mise en relation puisqu'ils rachètent aussi en ligne des produits et les revendent sur leur plateforme propre.

Les acteurs de la mise en relation se rémunèrent soit en louant l'espace de vente, c'est le cas pour les vide-greniers et brocantes et pour certaines places de marché ; soit via une commission à la vente, comme pour les places de marché spécialisées et généralistes ; soit via les recettes engrangées par la publicité, comme pour les sites de petites annonces.

Ainsi, ils s'immiscent très peu dans les étapes de la vente et proposent pour certains des services permettant de faciliter à la fois la vente et l'achat, notamment en proposant des services de transport qui sont généralement sous-traités et à la charge de l'acheteur.

II.2. Les jeux d'acteurs de la deuxième vie des produits

Les jeux d'acteurs de la deuxième vie des produits sont étudiés séparément par typologie de produits, en présentant les acteurs respectifs impliqués dans la chaîne de valeur de la deuxième vie et les différentes synergies qu'il existe entre chacun d'entre eux.

II.2.1. La deuxième vie des biens de consommation courante

La typologie des biens de consommation courante ou biens ménagers couvre l'ensemble des biens que l'on trouve dans un ménage, c'est-à-dire :

- Les équipements électriques et électroniques ;
- Les textiles, linges et chaussures ;
- Le mobilier ;
- Les bibelots, la vaisselle et la décoration ;



- Les livres, cassettes, CD et DVD ;
- Les vélos et cycles ;
- Les équipements de loisirs (hors EEE) ;
- L'outillage ;
- Les autres biens ne rentrant pas dans ces catégories.

Les détails de ces catégories et de celles n'appartenant pas au périmètre d'étude, dont les bijoux et les antiquités, sont donnés en 0

Typologies de produits

Cette typologie couvre une gamme très vaste de produits ayant chacun des caractéristiques bien différentes, du simple objet de décoration jusqu'au gros électroménager. En effet, ces objets possèdent chacun une durée de vie, une valeur unitaire, une dimension et surtout une propension au réemploi qui leur est propre. Ces spécificités liées aux produits engendrent un marché de la deuxième vie très morcelé, où les acteurs sont pour la plupart spécialisés dans un à plusieurs types de biens : c'est donc la multiplicité des produits compris dans la catégorie des biens ménagers qui engendre la pluralité des acteurs et la complexité de leurs différentes interactions. A titre d'exemples, certains acteurs sont spécialisés sur les équipements électriques et électroniques, d'autres concentrent leur activité sur le mobilier et les bibelots, ou encore sur le vélo, le textile ou les jouets.

En plus d'être segmenté selon les catégories de produits, le marché est segmenté suivant les différentes étapes liées à la deuxième vie : certains acteurs se positionnent à différents niveaux de la chaîne de valeur (acteurs de la collecte et du tri, acteurs de la réparation/remise en état). Néanmoins, on retrouve de nombreux acteurs multi-flux, maîtrisant la chaîne de valeur de bout en bout, tels qu'Emmaüs ou les recycleries.

Une part des produits appartenant à cette typologie est couverte par des filières à responsabilité élargie du producteur (REP) : les équipements électriques et électroniques (EEE), les textiles, linges et chaussures (TLC) ainsi que les éléments d'ameublement (EA). Les filières de gestion de la fin de vie de ces produits bénéficient donc d'un suivi particulier, et sont financées par les producteurs via les éco-organismes en charge de la gestion de la collecte, du tri et du traitement des déchets de la filière. Ainsi, les activités de deuxième vie des produits peuvent, au cas par cas, bénéficier de financement des éco-organismes. Les obligations et objectifs liés à ces filières REP dépendent des cahiers des charges des éco-organismes. Les spécificités liées aux filières REP sont détaillées dans l'encart ci-dessous.



Les filières à Responsabilité Élargie du Producteur (REP)²

La Responsabilité Élargie du Producteur consiste à assigner au producteur la responsabilité de son produit jusqu'au stade de la fin de vie. Selon la volonté des pouvoirs publics, les obligations imposées aux producteurs et les responsabilités qui leur sont laissées peuvent être plus ou moins importantes. Plusieurs schémas-types ont été proposés dans la littérature, variant généralement entre les deux pôles suivants :

- La responsabilité financière implique et se limite à une contribution financière des producteurs pour la gestion des produits en fin de vie. Dans les faits, cette responsabilité financière se traduit le plus souvent par un transfert financier entre les producteurs et les collectivités locales, via un ou plusieurs éco-organismes ;
- La responsabilité opérationnelle (ou organisationnelle) se traduit par une intervention directe des producteurs pour tout ou partie de la gestion des déchets (collecte, tri, traitement). En pratique, la responsabilité opérationnelle est souvent exercée au nom des producteurs par le ou les éco-organismes agréés, qui contractualisent avec des acteurs privés pour la collecte, le tri ou le traitement des déchets.

Les trois principales raisons pour lesquelles des filières REP ont été mises en place sont les suivantes :

1. Inciter les producteurs à éco-concevoir leurs produits, dans une optique d'internalisation du coût environnemental de la fin de vie. De façon simplifiée, ce coût environnemental est identifié aux coûts de la gestion des déchets ; ainsi, l'écoconception des produits recouvre toute action de prévention des déchets et d'élimination des perturbateurs du tri ou du recyclage. Cependant, selon l'OCDE, l'impact de la REP en termes d'écoconception a été moins important qu'espéré au départ³ ;
2. Développer le recyclage : la responsabilité élargie du producteur a été considérée comme un moyen d'atteindre les objectifs de valorisation des déchets fixés au niveau communautaire ou par les États membres. Ce faisant, la REP répond aux trois raisons de mise en place d'une politique de gestion des déchets distinguées par David Wilson⁴ : la santé publique (enjeu sanitaire), la protection de l'environnement (lutte contre les dépôts sauvages et élaboration de standards techniques de traitement des déchets) et la gestion des ressources ;
3. Ne plus faire porter aux seules collectivités locales les coûts de gestion des déchets : le financement garanti par les producteurs a permis aux collectivités de maîtriser ou réduire leurs coûts, tout en faisant émerger une industrie (privée) du recyclage pour les flux de déchets relevant de la REP.

Afin de réaliser ces objectifs, il existe des principes récurrents pour mettre en œuvre la REP :

- Définir des objectifs minimums de collecte, réutilisation, recyclage ou valorisation ;
- Prévoir des obligations réglementaires de financement et/ou de prise en charge directe de la gestion sur le terrain ;
- Instaurer une éco-contribution lors de la mise sur le marché pour couvrir tout ou partie des coûts de gestion du produit une fois usagé, ou instaurer un système de consigne ;
- Moduler l'éco-contribution en fonction de critères environnementaux, notamment liés à la gestion de la phase déchets, pour inciter les producteurs à l'écoconception ;
- Informer les détenteurs pour les inciter à trier correctement ;
- Organiser le suivi pour vérifier si les objectifs sont atteints et orienter les contrôles en vue d'éventuelles sanctions des producteurs qui ne respecteraient pas la réglementation ;

² Panorama des filières à responsabilité élargie du producteur, édition 2017, ADEME

³ OCDE (2016), Extended Producer Responsibility – Updated Guidance. Le chapitre 4 du rapport porte intégralement sur l'incitation des producteurs à l'écoconception

⁴ D. Wilson (2007), Development Drivers for Waste Management



Dans le but de veiller au bon fonctionnement de la filière REP, mais aussi à l'atteinte des différents objectifs fixés, les filières REP sont régulées et bénéficient d'un bon suivi : chaque filière, et notamment les déchets produits et leur mode de traitement, font l'objet d'un reporting précis permettant la vérification des performances de la filière.

Bien que basée sur la responsabilité individuelle du producteur, la REP peut être assurée individuellement ou collectivement :

- Schéma dit « individuel » : le producteur responsable de la mise sur le marché assume lui-même la collecte et le traitement des déchets résultant des produits qu'il a mis sur le marché ;
- Schéma dit « collectif » des éco-organismes : les producteurs transfèrent leur responsabilité à un organisme collectif dénommé éco-organisme, agréé par les pouvoirs publics sur la base d'un cahier des charges (fixant l'ensemble des obligations de moyen, de résultats et de gestion). Les producteurs versent à cet éco-organisme une éco-contribution, pour mettre en œuvre une organisation (financière ou opérationnelle) permettant de satisfaire leur responsabilité de producteur.

La France dispose de filières REP sur la base d'une réglementation européenne ou nationale, mais aussi sur la base volontaire de producteurs. Dans le cadre du Panorama, les filières couvertes par la REP sont présentées dans le Tableau 2. Les filières non-couvertes par une filières REP, telles que la décoration, les livres, CD et DVD, ou les vélos et cycles n'apparaissent pas dans ce tableau.

Tableau 2 : Les filières appartenant au périmètre du panorama couvertes par la REP

Type de produit	Objectifs spécifiques de réemploi ou réutilisation*	Origine de la REP	Type d'organisation collective	Période d'agrément
Equipements Electriques et Electroniques (EEE) ménagers	Non mais objectif de recyclage entre 55 et 85 % selon les catégories d'équipement entre 2016 et 2018	Imposée par une directive européenne	Eco-organismes agréés : Ecologic, Ecosystèmes, Recylum, PV Cycle	2015-2020
Equipements Electriques et Electroniques (EEE) professionnels	Non mais objectif de recyclage entre 55 et 85 % selon les catégories d'équipement entre 2016 et 2018	Imposée par une directive européenne	Eco-organismes agréés : Ecologic, Ecosystèmes, Recylum	2015-2020
Automobiles (Véhicules Hors d'Usage)	Non mais objectif de réutilisation et recyclage de 85 %	Imposée par une directive européenne	Pas d'organisation collective à ce jour	/
Emballages ménagers	Non mais expérimentations sur les emballages consignés	En réponse à une directive européenne	Eco-organismes agréés : Adelphe, Eco-emballages	2017, en attente de l'agrément 2018-2022
Pneumatiques	Non	Imposée par la réglementation nationale	Organisations collectives sans agrément : Aliapur, FRP	/



Textile, linge de maison, chaussures (TLC)	Non <i>mais objectif de valorisation matière de 95 % (réutilisation et recyclage)</i>	Imposée par la réglementation nationale	Eco-organisme agréé : Eco-TLC	2014-2019
Eléments d'ameublement ménagers	Augmentation sur la période d'agrément de 50 % en tonnages des activités ESS de réutilisation	Imposée par la réglementation nationale	Eco-organisme agréé : Eco-Mobilier	2012-2017
Eléments d'ameublement professionnels	Augmentation sur la période d'agrément de 50 % en tonnages des activités ESS de réutilisation	Imposée par la réglementation nationale	Eco-organismes agréés : Valdelia, Ecologic	2012-2017
Bouteilles de gaz	Non	Imposée par la réglementation nationale	Pas d'organisation collective à ce jour	/
Cartouches d'impression bureautique	Non <i>mais objectif de réutilisation/recyclage fin 2017 de 85 % des déchets collectés séparément par les fabricants</i>	Basée sur un accord volontaire	Pas d'organisation collective à ce jour rassemblant l'ensemble des acteurs	/

* L'absence d'objectifs spécifiques de réemploi ou réutilisation n'empêche pas les éco-organismes et organismes collectifs d'avoir de bonnes pratiques à ce sujet, comme c'est le cas pour les pneus usagés (près de 90 000 tonnes réutilisées/réemployés en 2016, soit 21 % de la collecte), ou de développer des partenariats avec des structures de l'ESS impliquées dans la deuxième vie des produits (exemple : Eco-systèmes avec ENVIE pour les DEEE)

Ainsi, le champ d'application des filières REP concerne essentiellement celui du déchet, avec des objectifs de collecte et de valorisation fixés pour chaque filière, sachant que la réutilisation est une forme de valorisation du déchet. Le réemploi, qui reste dans le champ des produits, est assimilé à de la prévention et ne concerne a priori pas les filières REP.

Néanmoins, le cadre réglementaire des filières REP, et plus particulièrement les cahiers des charges des éco-organismes agréés, prévoient des objectifs qualitatifs relatifs à la prévention des déchets. Cette dernière est même définie comme prioritaire vis-à-vis des modes de traitement des déchets : les éco-organismes et organismes collectifs ont donc également pour mission de promouvoir de manière qualitative le réemploi, à travers le financement de campagne de communication ou de la mise en place de systèmes de consigne par exemple.

Cet objectif qualitatif de promotion du réemploi, et donc de prévention des déchets, peut paraître incohérent avec les objectifs quantitatifs de collecte des déchets ambitieux imposés aux filières REP (effet de diminution de leur performance et de non-atteinte des objectifs fixés).



Les principaux flux de biens entre les acteurs de la deuxième vie des biens ménagers sont détaillés dans la Figure 6. Sont représentés les acteurs dont l'activité principale est le réemploi et/ou la réutilisation, et les acteurs en amont et en aval de l'activité de deuxième vie. Les activités de chacun de ces acteurs, leurs rôles sur la chaîne de valeur de la deuxième vie des produits et leurs interactions sont décrits dans les paragraphes qui suivent.

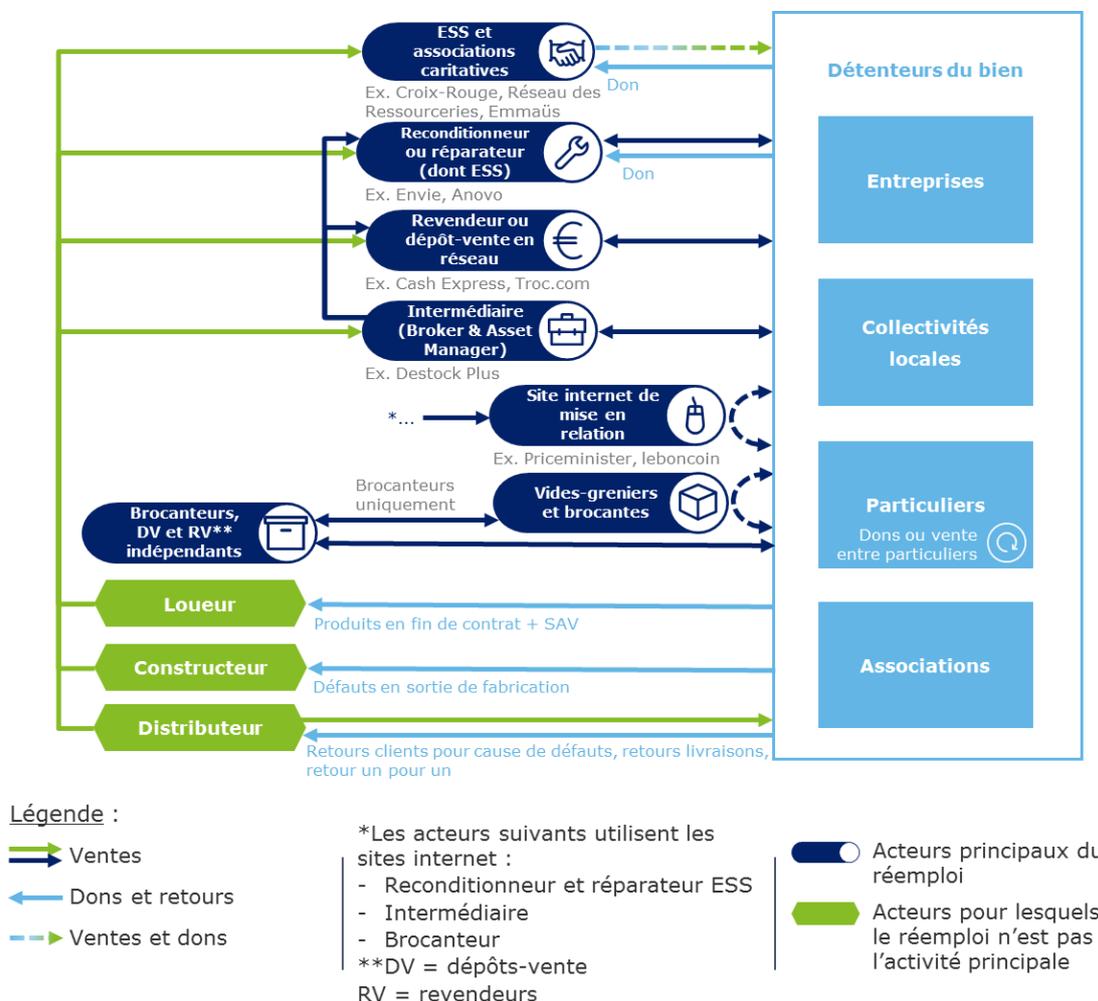


Figure 6 : Principaux flux de biens de consommation courante entre acteurs du réemploi

Notes relatives à la Figure 6 :

- 1) Certains acteurs peuvent correspondre à plusieurs types d'acteurs représentés dans le schéma (exemple : ENVIE est un acteur de l'ESS également réparateur/reconditionneur).
- 2) Le flux entre les entreprises et les particuliers (dons de mobilier ou flotte informatique au personnel de l'entreprise) n'a pas été représenté sur le schéma puisqu'il représente une faible part du réemploi en France et est difficilement estimable.

II.2.1.1 Les acteurs principaux de la deuxième vie des biens de consommation courante

Les réseaux de l'ESS dédiés à la deuxième vie des produits : les réseaux dédiés à la deuxième vie des produits tels qu'Emmaüs, ENVIE et le Réseau des Ressourceries occupent une place centrale dans les activités de réemploi aujourd'hui en France. Datant pour la plupart de plusieurs dizaines d'années, ces derniers œuvrent pour identifier et capter les flux de biens réemployables et réutilisables chez les particuliers et les professionnels afin d'être revendus dans leurs points de vente à des prix préférentiels. Ces réseaux sont composés de structures aux formes multiples (insertion, association, etc.) et aux modèles économiques variables en fonction de la part de financement public. Chacun s'approvisionne majoritairement via le don de produits dans une logique de réemploi/réutilisation ou de transformation.



Certaines actions peuvent cibler la vente de produits à très bas prix réservés à des personnes en situation de précarité mais la plupart des biens mis en vente sont ouverts à tous. Ils possèdent, pour certains, une activité de réparation des produits, notamment pour les EEE et le mobilier. En plus du don de particuliers, ces acteurs bénéficient également de flux de déchets issus de plateformes de distributeurs centralisant les biens rapportés par les clients (retour un pour un, retour de services après-vente, etc.). Ces flux, gérés par les éco-organismes, sont attribués à certains acteurs de l'ESS aux termes d'un accord passé entre les deux parties prenantes. C'est notamment le cas d'Envie, dont une grande part de l'approvisionnement en EEE est assurée par son accord avec l'un des éco-organismes agréés, Eco-Systèmes. L'approvisionnement, notamment en biens de forte valeur unitaire tels que les EEE, peut aussi se faire via le rachat de lots auprès des distributeurs et brokers. Ainsi, certains des distributeurs choisissent de privilégier l'ESS dans leurs appels d'offre : par exemple, le distributeur Fnac ouvre ses appels d'offre de reprise de lots d'EEE qui ne fonctionnent plus aux acteurs de l'ESS, afin qu'ils puissent bénéficier de ces flux.

Les associations caritatives : les associations caritatives à but non lucratif utilisent le réemploi et la réutilisation comme moyen d'aider les plus démunis à accéder aux biens de consommation et de lutter contre la pauvreté, mais aussi pour financer d'autres activités sociales (formations, cours d'alphabétisation, aide financière et alimentaire aux plus démunis, etc.). 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 permet de couvrir les principaux acteurs de ce secteur. Les autres organismes caritatifs actifs dans le domaine du réemploi et de la réutilisation, telles que les associations indépendantes, ont une activité généralement déployée à un niveau local. Les sources de financement de ces structures sont diverses : autofinancement, recours aux dons privés ou aux financements publics. Elles reposent en grande partie sur l'intervention de bénévoles.

Les acteurs de l'insertion par activité économique (IAE), les entreprises adaptées (EA) et les établissements et services d'aide par le travail (ESAT) : les réseaux d'acteurs de l'IAE regroupent des structures qui ont vocation à insérer des personnes en marge de la vie économique. Les entreprises d'insertion peuvent être des associations ou autres types de structures. Certaines sont des acteurs du réemploi et de la réutilisation. Les réseaux principaux sont les suivants :

- La FEI (Fédération des Entreprises d'Insertion) regroupant des EI (Entreprises d'Insertion) 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). La plupart se positionnent en tant que sous-traitants des grandes entreprises et récupèrent des EEE (notamment les parcs informatiques) en vue de les remettre en état et de les revendre. Certains sont ainsi des acteurs de la gestion de biens en fin de vie couverts par une responsabilité élargie des producteurs.

Les reconditionneurs et réparateurs : leur activité consiste à capter un gisement de produits dont le propriétaire n'a plus l'usage mais dont la valeur et les fonctionnalités sont potentiellement intactes ou réparables. Ces acteurs ont donc un rôle de metteur en état. Ils s'approvisionnent auprès des particuliers et des professionnels, dont les loueurs, distributeurs et intermédiaires afin d'obtenir des lots suffisamment importants. Ils revendent les produits auprès des particuliers et entreprises. Ils peuvent également offrir leur service de réparation auprès d'entreprises disposant de grands parcs d'EEE (c'est le cas des entreprises de téléphonie) ou bien proposer un service de réparation sans changement de propriétaire.

Dans l'économie conventionnelle, les reconditionneurs se placent essentiellement sur des biens de forte valeur, et captent donc essentiellement des EEE. Leur implication dans des activités de réparation sur ces produits dépend de la qualité des flux qu'ils parviennent à capter :



- Si les flux sont en très bon état, alors l'intervention de l'acteur est presque minimale : il peut remettre les produits directement en vente après avoir testé leur fonctionnalité et vérifié leur aspect esthétique. Le produit est généralement vendu en tant que produit d'occasion ;
- Si les flux récupérés sont en état de fonctionnement mais nécessitent des changements de pièces et réparations superficielles, alors l'acteur procède au reconditionnement du produit, en passant par plusieurs étapes de tests et de réparations, avant de mettre en vente le produit. Le produit reste un produit d'occasion, mais avec les apparences du neuf, il est généralement vendu en tant que « produit reconditionné » ;
- Si les flux captés ne sont plus en état de fonctionnement mais conservent un potentiel de réemploi (selon l'expertise de l'acteur), alors il procède au remanufacturing du produit : celui-ci est entièrement retraité, avec le changement de toutes les pièces d'usure, toutes les pièces hors-service (réparation) et les pièces esthétiques, avant d'être remis en vente. Le produit possède alors les mêmes qualités et garanties qu'un produit neuf.

L'ensemble des reconditionneurs d'EEE ne procèdent pas à toutes ces opérations : tous ne possèdent pas une activité de remanufacturing et certains se contentent du reconditionnement des produits.

Certains acteurs de l'ESS possèdent le même métier que les reconditionneurs et réparateurs, sur les EEE comme sur d'autres produits. C'est leur vocation sociale qui les distingue des acteurs de l'économie conventionnelle, avec notamment un engagement dans l'insertion et la formation mais aussi dans la vente de biens à bas prix. C'est le cas du réseau Envie, spécialisé dans la réparation de gros électroménagers, ou même des réseaux comme Emmaüs ou le Réseau des Ressourceries, qui ont intégré la réparation de biens à leurs activités (réparation d'EEE pour Emmaüs à travers Les Ateliers du Bocage, et de mobilier sinon).

Les intermédiaires : les intermédiaires (broker et asset manager) sont en fait des gestionnaires de flux, et travaillent essentiellement sur les équipements informatiques et de télécommunication, du fait de leur forte valeur unitaire. En effet, leur activité consiste à capter des flux d'EEE, principalement auprès des entreprises, et sinon auprès des distributeurs et fabricants. Ces derniers, lorsqu'ils ont constitué un stock suffisamment important de biens issus de différents flux internes (retours livraison, retours client pour cause de défauts et défauts en sortie de fabrication), lancent des appels d'offre pour mettre en concurrence différents repreneurs pour ces stocks. C'est généralement sur ces flux que les intermédiaires se positionnent, les distributeurs et fabricants choisissant ensuite d'attribuer le flux à l'un d'entre eux. A noter que ces appels d'offres peuvent être ouverts à des acteurs de l'ESS.

Leurs atouts principaux sont les économies d'échelle qu'ils réalisent grâce à la massification des flux, et leur capacité à réorienter les flux qu'ils récupèrent vers le marché adapté, en fonction de leur nature et de leur qualité. Ainsi, leur activité repose entièrement sur leur expertise du marché (identification d'un flux potentiellement intéressant, en adéquation avec la demande sur un marché national ou international) et leur capacité à capter les flux. Ils se rémunèrent sur la différence entre l'achat et la vente de leurs produits.

Ils s'approvisionnent auprès des acteurs ayant des flux importants à leur disposition, dont les distributeurs et constructeurs, les entreprises et collectivités. Ils revendent leurs lots, soit sans acte de réparation, soit en le sous-traitant auprès de reconditionneurs. Leurs clients sont les entreprises, les revendeurs et les acteurs d'import-export.

Les sites internet de mise en relation : ces acteurs ont transformé les pratiques de consommation et offrent de nouvelles solutions dématérialisées pour donner une deuxième vie aux produits. Ils facilitent la mise en relation de l'offre et de la demande par une solution informatique et multiplient les services auprès des vendeurs et acheteurs pour simplifier l'acte d'achat, dont un système de géolocalisation pour certains acteurs. On distingue deux types de sites internet :

- Les « sites d'annonces en ligne » : principalement représentés par leboncoin, ils mettent en relation vendeur et acheteur sans assurer la transaction financière et sans intervenir sur le produit, le bien est directement transféré du vendeur à l'acheteur. La mise en relation passe par le dépôt d'une annonce par le vendeur sur la plateforme internet : le travail de l'acteur consiste ensuite à optimiser son outil pour permettre qu'un acteur potentiel puisse être dirigé vers cette annonce lors de ses recherches. Le vendeur et l'acheteur se contactent ensuite directement, et



la transaction s'opère sans aucune intervention de l'acteur. Leur modèle économique se base sur la publicité proposée sur le site, sur la mise à disposition d'options payantes (mise en avant d'une annonce, etc.) et des dépôts d'annonce payants pour les professionnels ;

- Les « *places de marché* » : ces plateformes proposent des systèmes de paiement sécurisés ayant pour vocation de rassurer les parties prenantes et de simplifier la transaction. Le système est le même que pour les sites d'annonces en ligne, sauf que la transaction passe par l'intermédiaire de la place de marché. Certaines places de marché sont spécialisées sur des types de biens et peuvent proposer exclusivement des produits d'occasion ou également des produits neufs. Elles ont ainsi une activité proche de celle d'un dépôt-vente, à la différence que les biens ne transitent pas nécessairement par l'hôte de la place de marché. Il arrive que certaines places de marché passent plutôt par un système d'achat-vente, notamment dans le cas des places de marché spécialisées : le vendeur envoie son bien à la place de marché, qui en vérifie la qualité avant de rémunérer le vendeur et de le mettre en vente sur son site, où un client potentiel pourra l'acheter. Le modèle économique de ces acteurs est basé sur une commission appliquée à la transaction, ou sur une marge à la revente dans le cas présenté.

Les vides-greniers, brocantes et foires aux objets (manifestations ponctuelles) : les vides-greniers, brocantes et foires aux objets sont des lieux historiques de la vente de biens en vue de leur réemploi. La plupart des événements sont associatifs, parfois à l'initiative des municipalités. Les foires aux objets sont des vides-greniers thématiques, où les biens proposés à la vente sont de même nature (foire aux livres, foire aux jouets, foire aux vêtements, etc.). La très grande majorité des exposants vendant de l'occasion sont des particuliers. Les organisateurs des manifestations au déballage, qu'il s'agisse de leur activité principale ou d'une source de revenus complémentaires, se rémunèrent principalement via un droit d'installation facturé aux exposants.

Les dépôts-ventes : l'activité de dépôt-vente consiste à mettre en relation indirectement un vendeur et un acheteur. Le vendeur confie au dépôt-vente la mise en vente de son bien et est rémunéré suite à la vente à la hauteur du prix de vente. Le dépôt-vente se rémunère par le prélèvement d'une commission sur la vente. Le modèle de dépôt-vente est en perte de vitesse, avec la prééminence de l'achat cash des biens des metteurs en vente (voir revendeurs) : les dépôts-ventes sont contraints de diversifier leur offre et de proposer le rachat en direct des biens des metteurs en vente, au détriment de leur activité de dépôt-vente. Ils évoluent donc vers un modèle hybride de dépôt-vente/revendeur. Les types de biens les plus courants pour les dépôts-ventes sont le mobilier, la décoration et le textile.

Les revendeurs : contrairement aux dépôts-ventes, un revendeur rachète le bien au vendeur qui est rémunéré lors du dépôt du bien. Le revendeur s'assure ensuite de la vente des biens ainsi rachetés pour son propre compte, en se rémunérant sur la marge (plus-value) réalisée entre le prix d'achat et le prix de revente des biens. Ces acteurs ont tendance à se spécialiser de plus en plus sur les produits high-tech. Ce modèle de vente est en pleine expansion.

Les brocanteurs : les brocanteurs sont des revendeurs dont les principales sources d'approvisionnement sont les vides-greniers et brocantes. Ainsi, la différence avec les revendeurs est que les brocanteurs vont eux-mêmes à la recherche des biens qu'ils mettent en vente, tandis que pour les revendeurs classiques, ce sont plutôt les metteurs en vente qui les sollicitent et apportent leurs biens. Les types de biens les plus couramment vendus par les brocanteurs sont le mobilier et la décoration, souvent anciens. La frontière entre brocanteur et antiquaire est parfois très fine, et difficile à identifier.

II.2.1.2 Les autres acteurs de la deuxième vie des biens de consommation courante

D'autres acteurs ne mettent pas sur le marché des produits en deuxième vie mais ont un rôle à jouer sur la chaîne de la deuxième vie des produits :

- **Les fédérations professionnelles, institutions et collectivités, associations :** l'activité de réemploi/réutilisation est encouragée par les organisations publiques ou privées auprès des citoyens ou de leurs adhérents professionnels. Elles ont un rôle de sensibilisation au réemploi et à la réutilisation et ont l'opportunité de faire la promotion des offres existantes.



Ainsi, elles encouragent la mise en place de circuits de la deuxième vie, notamment en organisant des retours d'expériences ou en éditant des guides de bonnes pratiques. A titre d'exemple, le CNLRQ soutient la création de recycleries. Ces acteurs peuvent également accompagner les collectivités, entreprises et associations qui souhaitent se lancer dans une activité de la deuxième vie, notamment sur le volet juridique ou technique comme le réseau AMORCE auprès de ses adhérents. Enfin, ils peuvent faciliter la mise en relation des acteurs de l'offre et de la demande.

- **Les fabricants** : les fabricants, de par leur positionnement en amont de la chaîne de valeur mais aussi à d'autres étapes dans le cadre des filières REP, ont un rôle majeur sur la deuxième vie des produits :
 - Lors de la conception des produits, les fabricants ont l'opportunité de les éco-concevoir afin qu'ils puissent endurer plusieurs cycles de vie et soient réparables. Il s'agit donc de concevoir des produits résistants mais aussi facilement démontables et dont les pièces d'usures et les manuels techniques peuvent être mis à disposition pour toute réparation ;
 - Les fabricants disposent également d'un flux de biens n'ayant pas connu de première vie à proprement parler, mais qui connaissent certains défauts empêchant la vente du produit au titre du neuf : ces flux peuvent être mis à disposition du secteur de la deuxième vie ;
 - Certains fabricants et distributeurs se positionnent sur la deuxième vie des produits, que ce soit par le lancement d'une plateforme connexe en ligne d'achat/vente de produits de seconde main ou la mise en place de solutions de réemploi ou réutilisation par des partenariats avec les acteurs de la deuxième vie ;
 - Enfin, les fabricants peuvent également favoriser la réutilisation des pièces issues de produits en fin de vie, comme cela est très développé dans le secteur de l'automobile. La pratique la plus courante à ce jour consiste à réintégrer dans les chaînes de production les pièces issues des produits retournés dans le cadre de la garantie.
- **Les distributeurs** : les distributeurs ont un rôle connexe à celui des fabricants, en termes de mise à disposition des flux et d'actions en faveur du réemploi et de la réutilisation. Ainsi, ils disposent d'une part de flux de produits de très bonne qualité, issus de retours clients ou de retours de livraison, qu'ils peuvent remettre presque directement sur le marché via leur propre réseau de distribution au titre de l'occasion ou en les vendant sous formes de lots à d'autres acteurs (revendeurs, brokers, ESS, etc.). Ils disposent par ailleurs de flux de biens non réemployables en l'état mais qui, après réparation, peuvent connaître une deuxième vie : c'est le cas de l'ensemble des biens qu'ils récupèrent dans le cadre de l'échange un pour un (le consommateur achète un nouveau produit et ramène son ancien, le distributeur ayant une obligation légale de reprise dans le cas des EEE par exemple), mais aussi dans le cadre des retours de produits endommagés sous garantie. Ces flux peuvent être mis à disposition des brokers et reconditionneurs (y compris l'ESS) pour leur offrir une deuxième vie ou bien sont destinés au recyclage. A noter que certains distributeurs interrogés dans le cadre de l'étude réfléchissent actuellement au devenir de ces flux, et notamment à l'internalisation de la réparation d'une plus grande part de ces produits afin de se positionner directement comme acteur du marché de la seconde vie des produits.
- **Les éco-organismes** : les éco-organismes ont un rôle clé à jouer pour la mise à disposition des flux susceptibles d'être réemployés ou réutilisés. En effet, ces acteurs supervisent notamment, sur les filières concernées, la massification des flux collectés dans l'objectif du recyclage. Ils sont donc présents au niveau de l'étape importante de la collecte, du tri et de la mise à disposition des flux dans le but de leur offrir une deuxième vie. A noter que certains d'entre eux travaillent au développement du réemploi et de la réutilisation et l'encouragent : c'est le cas d'Eco-Systèmes et de l'accord signé avec Envie concernant la mise à disposition pour le réemploi de flux provenant des plateformes de collecte des distributeurs, ou encore de Valdelia avec le projet passerelle notamment- une étude de faisabilité d'un modèle d'upcycling industriel du mobilier professionnel.



Les éco-organismes ont donc un rôle d'accompagnement des acteurs (notamment des acteurs de l'ESS dans le cas des filières TLC et déchets d'éléments d'ameublement avec des systèmes de conventionnement et de financement⁵) et de facilitation de leurs approvisionnements : ils peuvent participer à la redirection de flux réemployables/réutilisables vers des acteurs de l'ESS, en les mettant directement en contact avec des distributeurs et des fabricants par exemple. L'une des missions des éco-organismes relève également de la sensibilisation des populations, notamment en communiquant en faveur du réemploi et de la réutilisation, comme Valdelia à nouveau avec les spots publicitaires radio ou sa matinale du réemploi (qui réunit entre autre des experts de la matière et des acteurs de la seconde vie partenaires appartenant à l'ESS).

- **Les loueurs** : les loueurs favorisent l'utilisation de produits dont la durée de vie est la plus longue possible ; ils permettent à un produit d'être utilisé par plusieurs utilisateurs. Ils peuvent également favoriser la deuxième vie des produits qu'ils ont loués en les revendant sur le marché de l'occasion ou à des reconditionneurs capables de leur offrir une deuxième vie.
- **Les établissements publics et acteurs de la gestion des déchets** : les syndicats intercommunaux, collectivités et autres acteurs de la gestion des déchets peuvent également faciliter la deuxième vie des produits par la mise à disposition de flux ; à titre d'exemples, des zones de réemploi/réutilisation sont de plus en plus développées dans les déchèteries. Ces zones dédiées sont un exemple de mode de collecte dite « préservante » : la séparation des flux à la source et l'apport volontaire permet de limiter les impacts que peut avoir la collecte sur la qualité des biens destinés au réemploi ou à la réutilisation. Des espaces de vente peuvent également être mis en place directement sur le site de la déchèterie par certaines collectivités, pour permettre une vente sur place des objets réemployables déposés par les usagers, après une éventuelle étape de réparation. Parallèlement, ces acteurs sont investis d'une mission de sensibilisation à la deuxième vie et aux achats écoresponsables des particuliers et professionnels, notamment à travers les programmes de prévention territoriaux.

II.2.2. La deuxième vie des pièces détachées des moyens de transport motorisés

Le marché de la deuxième vie dans le secteur des pièces détachées issues de véhicules motorisés est scindé en deux types d'activités, aux chaînes de valeur différentes mais utilisant des canaux similaires :

- L'échange standard : la pièce faisant défaut est échangée contre une pièce identique rénovée (remise à neuf).
- L'occasion : la pièce en provenance d'un véhicule hors d'usage, jugée par un professionnel comme étant en état de servir une seconde fois, est utilisée comme pièce de remplacement de la pièce défectueuse.

Pour l'ensemble de la filière des pièces détachées, le terme de réutilisation est utilisé puisque les pièces passent par le statut de déchet : un produit acquiert le statut de déchet lorsque son détenteur montre la volonté de s'en débarrasser, ce qui est le cas lorsque la pièce est récupérée sur un VHU dans un centre VHU ou lors de la monte d'une nouvelle pièce de rechange chez un réparateur. Néanmoins, le terme « pièce de réemploi » est utilisé abusivement chez les professionnels du secteur pour parler des pièces d'occasion.

Les marchés de l'échange standard et celui de l'occasion ne sont pas nécessairement concurrentiels :

- D'une part, la qualité des pièces « échange standard », similaire à celle du neuf, et la différence de prix entre l'offre d'occasion et l'offre « échange standard » placent ces deux types d'activités sur des marchés bien distincts ;

⁵ Etude « Analyse technico-économique des structures de réemploi et/ou de réutilisation en France », Ademe, 2017



- D'autre part, les pièces vendues en échange standard concernent essentiellement des pièces mécaniques (et d'une quantité très faible, des pièces électroniques) soumises à l'usure et vouées à être changées cycliquement au cours de la vie du véhicule tandis que les pièces vendues en occasion concernent majoritairement les pièces de carrosserie et autres pièces peu soumises à l'usure.

La Loi du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte prévoit l'utilisation de pièces de rechange automobiles issues de l'économie circulaire, et vise ainsi à encourager le développement des secteurs de l'échange standard et de l'occasion. En effet, elle impose que « tout professionnel qui commercialise des prestations d'entretien ou de réparation de véhicules automobiles permette aux consommateurs d'opter pour l'utilisation, pour certaines catégories de pièces de rechange, de pièces issues de l'économie circulaire à la place de pièces neuves ». Le Décret n°2016-703 du 30 mai 2016 fixant les modalités de mise en œuvre de cette mesure la rend applicable depuis le 1^{er} janvier 2017. Néanmoins, l'arrêté d'application du décret, qui fixe les modalités pratiques de mise en œuvre de cette disposition, n'est toujours pas paru à ce jour.

II.2.2.1 Lexique et présentation des acteurs

Pièces de première monte : Cela correspond à l'ensemble des pièces et équipements utilisés sur les chaînes de fabrication pour la construction des véhicules neufs.

Pièces de seconde monte : Ou pièce de rechange, cela correspond à l'ensemble des pièces et équipements destinés à l'entretien et à la réparation des véhicules.

Rénovation : La rénovation est le terme utilisé dans le secteur pour parler de remanufacturing, En effet, les pièces rénovées sont remises à neuf, en incorporant certains éléments neufs pour remplacer ceux défectueux ou soumis à l'usure, si bien qu'elles acquièrent la même qualité et les mêmes spécifications qu'une pièce neuve. A noter que les pièces rénovées ne sont pas toutes labellisées « échange standard » (voir paragraphe II.2.2.2 *Echange standard*).

VHU : Véhicule Hors d'Usage (VHU) est un véhicule ayant atteint la fin de vie (après accident ou non) et qui doit être remis à un centre VHU pour dépollution, démantèlement, broyage puis valorisation et élimination.

Vieille matière : C'est le terme utilisé dans le secteur pour désigner les pièces usées destinées à la rénovation : il faut environ 1.3 vieille matière pour produire une pièce rénovée. Paradoxalement, des pièces neuves peuvent être utilisées en tant que « vieille matière » : cette spécificité est détaillée en II.2.2.2 *Echange standard*.

Les centres VHU : la réglementation (articles R.543-153 et suivants du Code de l'environnement) prévoit que le détenteur d'un véhicule hors d'usage doit le remettre obligatoirement à un centre VHU agréé par la préfecture et que celui-ci a l'obligation de le lui reprendre gratuitement (dès lors que le VHU est complet et contient ses éléments principaux à valeur économique élevée). Les centres VHU procèdent à la dépollution et au démantèlement du VHU avant broyage. Les pièces ainsi démantelées sont ensuite envoyées dans la filière la plus appropriée, selon l'expertise du centre VHU. Le centre VHU fait donc office de véritable fournisseur de pièces détachées, à la fois pour alimenter le marché de l'occasion et pour permettre la rénovation de pièces issues d'un échange standard.

Les réparateurs : leur rôle est de remplacer la pièce défectueuse chez le client final utilisateur du véhicule motorisé par une pièce neuve, une pièce d'occasion ou une pièce « échange standard ». Ils passent l'ensemble de leurs commandes auprès des distributeurs (qui possèdent le stock de pièces), ou bien directement auprès des centres VHU (uniquement pour les pièces d'occasion).

Les distributeurs (ou grossistes) : de manière générale, ils fournissent les réparateurs en pièces détachées de tous types (pièce neuve, pièce d'occasion et pièce « échange standard ») dont l'approvisionnement se fait auprès de divers acteurs (équipementiers, centres VHU, intermédiaires grossistes, rénovateurs). Il existe deux types de distributeurs :

- Les distributeurs affiliés à un constructeur, avec un marché monomarque : ce sont les concessionnaires, qui revendent les pièces détachées à leur réseau et aux garagistes indépendants.



Ils servent également de canal de distribution et de canal logistique de remontée des pièces destinées à l'échange standard pour les réparateurs affiliés à ce même constructeur ;

- Les distributeurs indépendants qui se positionnent sur les mêmes gammes mais avec un marché multimarque, à destination des garagistes indépendants et des réseaux de marques. Ils servent également de canal de distribution et de canal logistique de remontée des pièces destinées à l'échange standard pour les réparateurs indépendants.

Les réparateurs : ils sont les acteurs majeurs de l'échange standard puisqu'ils assurent la rénovation d'une pièce usée pour la remettre à neuf et la réintégrer au circuit de vente. Leur approvisionnement en pièce usée est détaillé Figure 7. Il existe deux types de réparateurs : les réparateurs indépendants, et les réparateurs affiliés à un constructeur (filiale du constructeur ou rattaché à celui-ci via un contrat de sous-traitance). A noter que les équipementiers peuvent avoir une activité de rénovation auprès des constructeurs en tant que sous-traitant (ils sont alors considérés comme des réparateurs affiliés constructeurs) ou bien une activité de rénovation à leur propre compte.

Les équipementiers : ils produisent des pièces neuves pour le marché de la première monte auprès des constructeurs et pour le marché de la seconde monte. Pour le marché de la seconde monte, ils sont la source d'approvisionnement des distributeurs indépendants et des distributeurs affiliés constructeurs en pièces neuves. Comme expliqué ci-dessus, il arrive également que certains équipementiers aient développé des activités d'échange standard, avec leur propre gamme de produits ou bien en tant que sous-traitant d'un constructeur : le cas est détaillé en II.2.2.2

Les intermédiaires grossistes : ils jouent le rôle de gestionnaires de flux en massifiant les flux issus du démantèlement automobile dans les centres VHU et en les redirigeant selon leur expertise dans la filière la plus appropriée (marché étranger de l'occasion, marché interne de l'occasion, marché de l'échange standard pour rénovation).

La Figure 7 présente l'organisation des flux de pièces détachées qui existent entre ces acteurs ainsi que les synergies que l'on retrouve au sein du secteur de l'occasion et celui de l'échange standard. Afin de simplifier le circuit logistique de la réutilisation, ce schéma ne présente pas les flux de pièces neuves qui n'entrent pas dans le cadre du réemploi et de la réutilisation. Les flux relatifs au secteur de l'occasion et au secteur de l'échange standard sont expliqués dans leur partie respective.



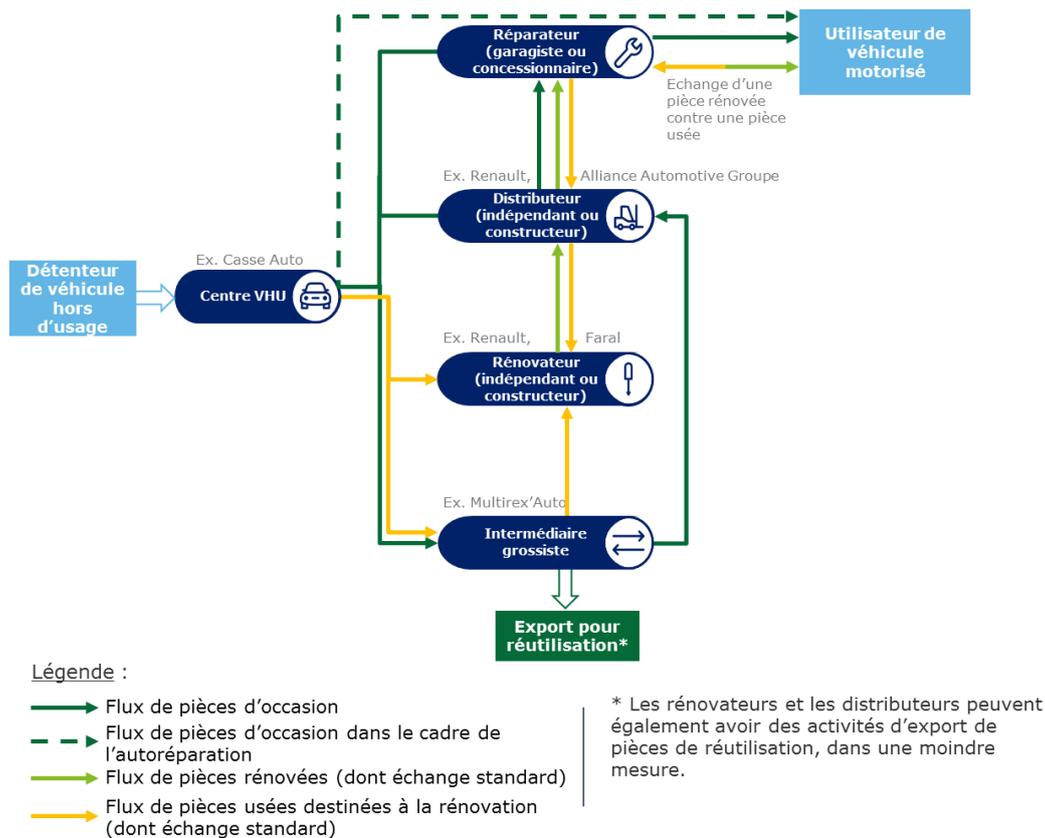


Figure 7 : Principaux flux de pièces détachées des moyens de transport motorisés entre acteurs de la deuxième vie

Notes relatives à la Figure 7 :

- 1) Les flux de pièces détachées de véhicules motorisés issus de vente en ligne et de plateforme de mise en relation sur internet n'ont pas été représentés car identifiés comme minoritaires et entrant dans le cadre de l'autoréparation ;
- 2) Le flux de pièces détachées d'occasion de véhicules motorisés issus du centre VHU vers l'utilisateur de véhicule motorisé dans le cadre de l'autoréparation est toutefois non significatif. En effet cette activité est considérée comme mineur selon les principaux acteurs de la filière sollicités en entretiens.

II.2.2.2 Echange standard

La notion d'échange standard est définie par le Décret n°78-993 du 4 octobre 1978, pris pour application de la loi du 1^{er} août 1978 sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services relatifs aux véhicules automobiles. La notion « échange standard » qualifie les organes rénovés comme ceux issus d'un processus de fabrication standardisé spécifique, conformes aux spécifications techniques du constructeur, et possédant les mêmes garanties que le neuf.

Du point de vue des industriels de la pièce de rechange (ou pièce de seconde monte), l'échange standard est avant tout une alternative aux pièces neuves de rechange. Il permet de proposer une offre de réparation à faible prix, généralement 30 % moins chère que pour une pièce neuve, notamment pour des véhicules de faible valeur vénale. En effet, il est parfois moins intéressant de réparer un ancien véhicule si le coût de la réparation est plus important que la valeur vénale du véhicule-même, d'où l'intérêt d'une telle offre à bas prix. A noter que l'échange standard permet également d'assurer la disponibilité de la pièce de rechange dans le temps, notamment après l'arrêt de la production d'un véhicule de série.

En pratique, l'échange standard passe par l'échange de la pièce défectueuse contre une pièce identique ayant été rénovée (remise à neuf) par un procédé technique de fabrication défini par le décret ci-dessus.



La pièce usée ainsi collectée est acheminée jusqu'au réparateur, via les canaux logistiques de la distribution, puis est remise à neuf par celui-ci, en incorporant de la « vieille matière » supplémentaire pour assurer la réparation de certaines parties de la pièce faisant défaut. Cette pièce est remise ensuite dans le circuit de vente comme pièce réparée (ou pièce « échange standard ») dans le cadre de l'échange standard : elle sera alors vendue en échange d'une pièce usée faisant défaut, qui suivra de nouveau ce même circuit.

C'est un système de consignation qui permet d'assurer le retour des pièces usées en échange d'une pièce neuve : le réparateur (garagiste ou concessionnaire) paie une consignation lors de l'achat d'une pièce échange standard pour son client et la consignation lui est rendue lors du retour d'une pièce usée, conforme à un cahier des charges dépendant du réparateur et de la pièce concernée.

Comme évoqué plus haut, il est nécessaire d'incorporer de la « vieille matière » pour assurer la réparation des pièces usées. En effet, il faut en moyenne 1,3 pièces⁶ (ou 1,3 « vieille matière ») pour fabriquer une pièce dite « échange standard ». La principale source d'approvisionnement étant les pièces usées obtenues lors de l'échange standard contre une pièce réparée, il reste néanmoins à s'approvisionner d'une autre manière en « vieille matière ». Or, la nature de cette vieille matière varie selon que le réparateur soit indépendant ou bien qu'il soit affilié à un réseau de constructeurs (Renault SAS, Peugeot, Volkswagen, etc.) :

- Pour les réparateurs indépendants, la source d'approvisionnement en « vieille matière » supplémentaire provient des centres VHU, où les pièces usées sont prélevées et destinées à l'échange standard selon l'expertise du centre VHU sur la qualité de la pièce ; ou bien des intermédiaires grossistes qui s'approvisionnent dans les centres VHU et ont également une expertise sur les flux. Il arrive que pour certaines pièces, notamment pour les gros organes tels que les moteurs, le réparateur indépendant s'approvisionne en petites pièces neuves auprès des équipementiers afin d'assurer la réparation de l'ensemble de l'organe et le remplacement des pièces faisant défaut ;
- Pour les réparateurs affiliés constructeurs (appartenant au constructeur ou bien sous-traitant du constructeur), la source d'approvisionnement en « vieille matière » supplémentaire est issue presque uniquement de la pièce neuve (composants neufs) dont ils disposent en grande quantité puisque la pièce neuve est usinée directement ou achetée à bas coût auprès de leur équipementier (fournisseur en pièce neuve de première et seconde monte). Ces réparateurs affiliés peuvent ponctuellement s'approvisionner en « vieille matière » auprès des centres VHU ou intermédiaires grossistes, notamment pour des pièces anciennes qui ne sont plus produites de nouveau par les constructeurs ;
- Les équipementiers peuvent avoir une activité de réparation, généralement pour le compte des constructeurs, en tant que sous-traitant. Néanmoins, il arrive que certains équipementiers aient développé leur propre gamme « échange standard » : dans ce cas, ils se comportent alors comme des réparateurs indépendants dans leur réseau de distribution (leur clientèle est issue du réseau de distribution indépendant) mais comme des réparateurs affiliés constructeurs pour ce qui est de leur approvisionnement (accès facile à la pièce neuve).

A noter que lors du lancement d'une gamme en échange standard, les réparateurs ne disposent pas encore d'un approvisionnement continu en pièces usées récupérées lors de l'échange standard :

- Dans ce cas, les réparateurs indépendants s'approvisionnent uniquement auprès des centres VHU et intermédiaires grossistes, le temps de se constituer un stock de pièces usées obtenues via les échanges ;
- Les réparateurs affiliés constructeurs, eux, vendent des pièces neuves au prix d'une pièce échange standard, le temps de se constituer un stock de pièces usées obtenues via les échanges.

⁶ Donnée issue de l'entretien avec Renault SAS



C'est ce qu'on appelle « le débaptisage ». A noter qu'il arrive pour certains constructeurs que leur activité d'échange standard se résume à hauteur de 90% à du débaptisage, soit du déclassement de pièce neuve vendue au prix « échange standard » et ce, y compris en dehors de la période de lancement de la gamme « échange standard ».

Pour les autres constructeurs, le taux de débaptisage est bien inférieur : chaque constructeur suit sa propre stratégie commerciale et industrielle à ce sujet.

Ainsi, l'échange standard est une activité aux jeux d'acteurs complexes avec des enjeux variés selon le positionnement sur la chaîne de valeur. Néanmoins, cette filière historique est très bien structurée et sert souvent d'exemple pour l'ensemble des autres typologies de produits, compte-tenu de son bon fonctionnement.

II.2.2.3 Occasion

Le secteur de l'occasion est dominé par l'activité des centres VHU. En effet, les articles R.543-153 et suivants du Code de l'environnement obligent tout détenteur de VHU à remettre celui-ci à un centre VHU agréé par la préfecture. Le centre VHU procède ensuite à la dépollution et au démantèlement du véhicule. Les pièces considérées comme économiquement non intéressantes et ne faisant pas l'objet d'une obligation de dépollution (au contraire des batteries) sont alors envoyées au broyage avec le reste de la carcasse. Les pièces démantelées sont envoyées, selon l'expertise du centre VHU, dans la filière la plus adaptée en fonction de la nature de la pièce et de son état.

Près de 1 100 centres VHU procèdent au démantèlement de véhicules dans le but de réemployer certaines pièces, sur les 1 700 centres VHU agréés sur le territoire français (y compris DROM-COM). Ces centres parviennent à extraire en moyenne près de 10 % de la masse d'un véhicule pour réutilisation, soit de 10 à 15 pièces réutilisées par véhicule⁷.

Dans un premier temps, les centres VHU identifient les pièces pouvant bénéficier d'une deuxième vie directement en tant que pièces de réutilisation (celles-ci étant conformes aux cahiers des charges des renovateurs et pouvant servir dans le cadre de l'échange standard), et celles destinées à la valorisation matière ou énergétique. A noter que l'extraction de pièces pour valorisation (matière et énergétique) concerne essentiellement les pièces métalliques (généralement les métaux dont le prix de revente est sensiblement supérieur au prix de vente de la carcasse) : le retrait des matières non métalliques reste très limité chez les centres VHU, pour des raisons économiques. Il arrive que ces centres VHU, dans un souci de massification des flux pour export auprès d'un même acteur, ou ne disposant pas de l'expertise nécessaire à l'identification des filières adaptées aux pièces qu'ils extraient, revendent leur stock de pièces à des intermédiaires grossistes. Le rôle de ces intermédiaires grossistes, véritables gestionnaires de flux, est détaillé plus bas.

Ainsi, en fonction de la capacité des centres VHU à identifier les pièces répondant à la demande du marché de l'échange standard, une partie des pièces est directement vendue aux renovateurs. Concernant les pièces d'occasion, les centres VHU disposent de différents canaux de vente pour les pièces collectées pouvant bénéficier d'une deuxième vie :

- Une partie des flux est vendue à des distributeurs qui approvisionnent ensuite leur réseau ou les garagistes indépendants en pièces d'occasion, selon les demandes de ceux-ci ;
- Une partie des flux est directement vendue aux réseaux de concessionnaires et garagistes, sans passer par le réseau de distribution ;
- Une partie des flux est vendue « au comptoir » directement aux particuliers dans le cadre de l'autoréparation. Ces flux de pièces d'occasion vendues directement au consommateur final peuvent également l'être via une plateforme en ligne spécialisée appartenant au centre VHU ou à un distributeur tiers ;
- Une dernière part des flux est destinée aux intermédiaires grossistes : ceux-ci effectuent une étape de massification des flux et opèrent un tri supplémentaire (ou un premier tri si celui-ci n'a pas été fait par le centre VHU).

⁷ Données issues de l'entretien avec le Conseil National des Professionnels de l'Automobile



Ils bénéficient d'une bonne connaissance du marché dont ne disposent pas nécessairement les centres VHU, qui leur permet de bien orienter les flux en fonction de la demande. Ainsi, les flux identifiés comme spécifiques au marché de la rénovation sont vendus afin d'approvisionner les renovateurs. Les autres pièces sont scindées entre celles adaptées à la demande en pièce d'occasion du marché français qui sont alors vendues aux distributeurs nationaux ; et celles qui ne répondent pas à la demande du marché français qui sont vendues sur le marché international le plus approprié.

A noter que, pour qu'un marché national de l'occasion puisse se développer sur une pièce en particulier, il faut qu'il y ait à un même moment l'adéquation entre l'offre et la demande de cette pièce d'occasion. Or, sur une pièce de carrosserie par exemple, la demande survient lorsque la majorité des véhicules porteurs de cette pièce font encore partie du parc roulant et que leurs propriétaires cherchent à le faire réparer. Au contraire, l'offre survient plus tard lorsque la plupart des véhicules quittent le parc roulant, que les véhicules atteignent leur fin de vie et qu'ils sont envoyés dans un centre VHU. Il existe donc un temps très court d'adéquation entre l'offre et la demande sur un même parc roulant. Cela explique le fort taux d'export pour les pièces détachées d'occasion vers des pays avec un parc automobile plus ancien, où la demande en vieilles pièces est plus importante (généralement des pays en voie de développement). L'activité d'export n'est quasiment assurée que par les intermédiaires grossistes.

II.2.3. La deuxième vie des pneumatiques

Le marché de la deuxième vie des pneumatiques est scindé en deux types d'activités, aux chaînes de valeur différentes mais utilisant des canaux similaires :

- Le rechapage : Cette activité concerne essentiellement les pneus poids lourds⁸ pour lesquels cette activité est économiquement intéressante ; elle consiste à la remise en état du pneu en collant une nouvelle bande de roulement selon différentes techniques.
- L'occasion : Un pneu usagé est jugé par le collecteur/trieur agréé comme pouvant servir de nouveau : il est donc réintégré dans le circuit de vente en tant que « pneu d'occasion ». Ce pneu lui a été remis par un détenteur de pneus usagés qui peut être un centre VHU ou un réparateur (garagiste, concessionnaire, centre auto ...) ayant récupéré des pneus usagés lors de la monte de nouveaux pneus sur le véhicule d'un client. L'occasion concerne essentiellement le pneu de véhicules légers⁹.

Excepté pour le rechapage nominatif, qui sera détaillé en II.2.3.2, on parle bien de réutilisation dans le cas des pneus car le produit passe nécessairement par le statut de déchet.

Les deux filières de la deuxième vie dans le secteur du pneumatique sont donc peu concurrentielles puisqu'elles s'emparent toutes les deux d'un marché différent : pour le rechapage, c'est une activité de réparation des pneus de poids lourds (l'activité sur les pneus de véhicules légers étant très à la marge) tandis que pour l'occasion, aucune réparation à proprement parler n'est faite et l'activité est principalement centrée sur la réutilisation de pneus de véhicules légers.

A noter que le secteur du pneumatique est soumis à une filière REP et donc à une réglementation bien précise définie à partir du Décret n° 2015-1003 du 18 août 2015 relatif à la gestion des déchets de pneumatiques. Ainsi, l'ensemble de ces textes définissent le cadre de la filière REP dont :

- L'obligation de la part des producteurs de pneus d'assurer (ou de faire assurer) la collecte, le traitement et la valorisation des déchets de pneumatiques, sans frais pour les détenteurs et distributeurs ;
- L'interdiction de mise en décharge des déchets de pneumatiques ;
- L'obligation pour les distributeurs et détenteurs de pneus usagés de les remettre à des collecteurs agréés par la préfecture.

⁸ Rechapage Poids Lourd, une filière en péril, Dossier de presse, Syndicat des Professionnels du Pneu, 9 juin 2016

⁹ Observatoire des Pneumatiques Usagés, ADEME, 2015



Cette dernière obligation joue un rôle essentiel dans le fléchage des flux de pneus usagés, puisque les collecteurs deviennent dès lors des acteurs clés de la deuxième vie des pneumatiques en centralisant puis en redistribuant les flux après collecte et tri.

II.2.3.1 Lexique et présentation des acteurs

La carcasse : C'est la structure de support du pneu. Elle correspond à un ensemble de nappes de fils textiles et d'acier, lui conférant ses propriétés structurelles et constituant ainsi le squelette du pneumatique.

Les collecteurs agréés : ils sont chargés de la collecte des pneus usagés, la réglementation obligeant l'ensemble des détenteurs de pneus usagés à remettre les pneus en leur possession aux collecteurs. Ces derniers possèdent également une activité de tri afin d'envoyer les pneus usagés, en fonction de leur nature et de leur degré d'usure, dans la filière la plus adaptée entre le rechapage et l'occasion (en export ou sur le marché français interne), le recyclage matière et la valorisation énergétique. Ils sont financés en partie par la vente de pneus (d'occasion ou à rechapier) et par l'éco-contribution versée par les producteurs de pneus aux organismes collectifs (à noter que les organismes collectifs devraient obtenir le statut d'éco-organisme d'ici à 2020 dans le cadre du nouvel agrément encadrant cette filière REP).

Les distributeurs spécialistes, centres auto, garagistes et concessionnaires : ce sont l'ensemble des acteurs en contact direct avec l'utilisateur final du pneu. Ils sont responsables de la monte de nouveaux pneus et de la démonte des anciens pneus. Ils ont l'obligation de remettre l'ensemble des pneus usagés démontés sur le véhicule de leur client aux collecteurs agréés (excepté dans le cadre du rechapage nominatif) et assurent le transfert des flux de pneus jusqu'au rechapier dans le cadre du rechapage nominatif. Ils s'approvisionnent en pneus neufs, d'occasion et rechapés auprès des fabricants, rechapiers, collecteurs agréés et intermédiaires grossistes (négociants d'occasion).

Les rechapiers : leur activité principale est le rechapage des pneus en collant une nouvelle bande de roulement sur la carcasse d'un pneu usagé. De l'ordre d'une dizaine d'acteurs en France¹⁰, ils sont pour la plupart affiliés à un fabricant de pneus (Michelin, Goodyear, Bridgestone). Ils s'approvisionnent en pneu à rechapier auprès des collecteurs agréés ou directement auprès de leurs clients dans le cadre du rechapage nominatif, en utilisant le circuit logistique de la distribution.

Les intermédiaires grossistes, ou négociants d'occasion : ils permettent une massification des flux en s'approvisionnant chez plusieurs collecteurs agréés. Leur expertise et leur connaissance des marchés nationaux et internationaux leur permettent de flécher les flux de pneus d'occasion vers le marché adéquat, selon la nature et la qualité du pneu.

La Figure 8 présente l'organisation des flux de pneumatiques qui existent entre l'ensemble de ces acteurs et les synergies que l'on retrouve au sein des secteurs de l'occasion et celui du rechapage. Afin de simplifier le circuit logistique de la réutilisation, ce schéma ne présente pas les flux de pneus neufs qui n'entrent pas dans le cadre du réemploi et de la réutilisation, ni les flux destinés au recyclage ou à la valorisation énergétique. Les flux relatifs au secteur de l'occasion et au secteur du rechapage sont expliqués dans leur partie respective.

¹⁰ Donnée issue de l'entretien avec le Syndicat National du Caoutchouc et des Polymères



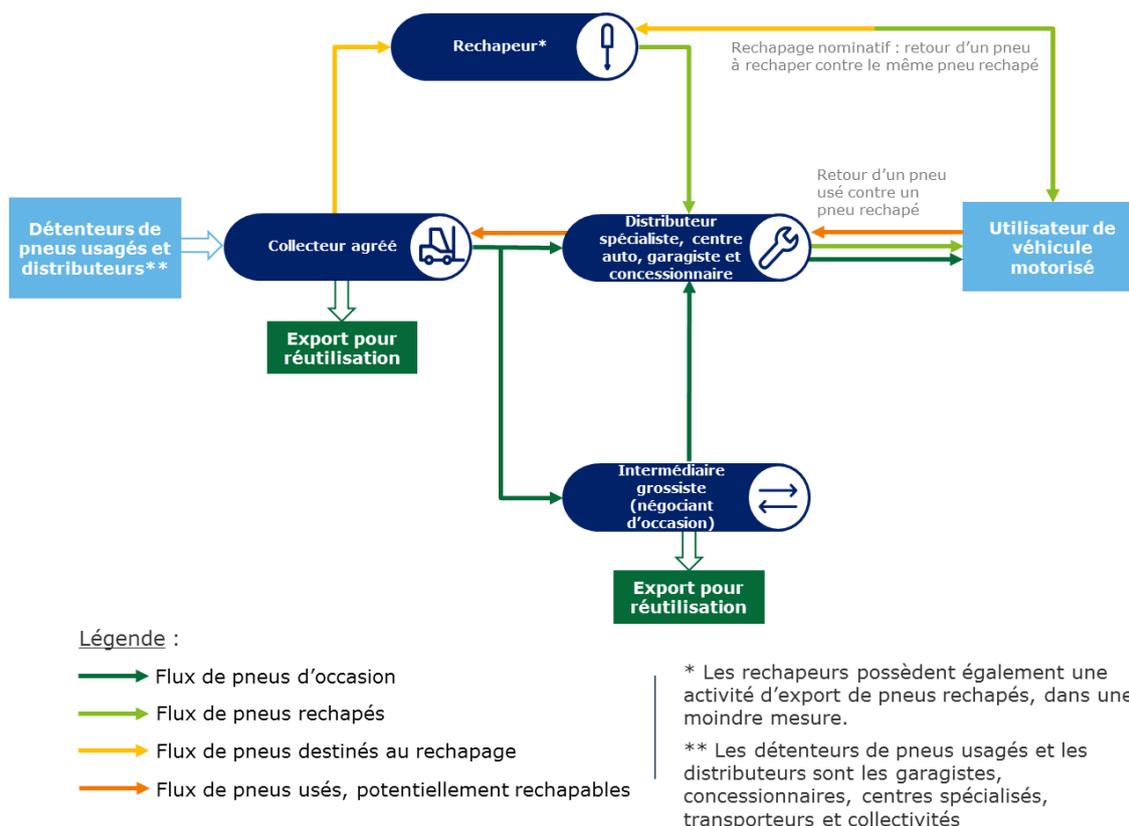


Figure 8 : Principaux flux de pneumatiques entre acteurs de la deuxième vie

II.2.3.2 Le rechapage

Le rechapage consiste au collage de nouvelles bandes de roulements sur un pneu usagé : cette opération peut être considérée comme un reconditionnement du produit puisque la partie qui n'est plus viable est changée. Sur le marché français, le rechapage concerne essentiellement le pneu poids lourd et le pneu industriel (agricole et génie civil), capables de supporter plusieurs vies : il est nécessaire que le pneu soit conçu à la base de manière suffisamment robuste avec des matériaux de qualité. Ainsi, seuls les pneus « premiums », généralement de marque de fabricants, sont considérés comme rechapables. Les autres pneus, dits « mono-vie », concurrencent le marché des pneus rechapés. Selon les acteurs interrogés, une part importante du marché des pneus « mono-vie » provient du marché asiatique. Un pneu poids lourd « premium » peut connaître jusqu'à deux rechapages, exceptionnellement trois, pour une durée de vie de 600 000 km contre seulement 150 000 km pour un pneu « mono-vie ».

A noter qu'il existe une activité très marginale de rechapage des pneus de véhicules légers. En effet, il y a très peu d'intérêt économique au rechapage de ce type de pneus, puisque les coûts liés à la logistique et au rechapage en lui-même sont trop importants vis-à-vis du prix de vente du pneu une fois rechapé. Ainsi, l'activité de rechapage des pneus de véhicule léger a quasiment disparu sauf pour un seul acteur indépendant pratiquant encore en France le rechapage de pneu de 4x4 et SUV.

Deux principaux acteurs sont présents sur le marché du rechapage en France, en plus de quelques rechapteurs indépendants : Michelin, via sa filiale Pneus Laurent à Avalon, couvre 60 % du marché du rechapage français¹¹ avec une technique de rechapage à chaud, tandis que Bridgestone utilise une technique de rechapage à froid et draine une grande part du marché restant, à travers différents petits ateliers en France. A noter que l'ensemble des pneus français ne sont pas rechapés en France puisqu'il existe également un atelier de rechapage à Hanovre qui traite des pneus issus du marché français.

¹¹ Donnée issue de l'entretien avec le Syndicat des Professionnels du Pneu



Le marché du rechapage existe sous deux formes :

- **Le rechapage nominatif** : la carcasse destinée au rechapage appartient à un transporteur. Le pneu reste donc en sa possession et lui est rendu rechapé : le transporteur doit posséder un stock de pneus suffisamment important afin d'éviter l'immobilisation du véhicule le temps du rechapage. Il n'y a donc pas de changement de propriétaire et pas de passage par le statut de déchet puisqu'il n'y a pas volonté d'abandonner le produit : cette part de l'activité peut donc être assimilée à une opération d'entretien ou de réparation. Dans ce cas-là, la carcasse reste dans le circuit logistique de la distribution pour remonter jusqu'au rechapeur, puis redescendre jusqu'à l'utilisateur final (qui peut être un autre véhicule appartenant au même transporteur), une fois le pneu rechapé.
- **La vente avec échange** : la carcasse n'est pas nominative. Le client procède donc à l'échange de son ancienne carcasse contre un pneu rechapé, ce qui évite le temps d'attente et l'immobilisation du véhicule le temps du rechapage. La carcasse atteint néanmoins le statut de déchet, ce qui oblige le pneu à passer par un collecteur agréé qui décidera, après tri, de le renvoyer à un rechapeur s'il est apte à supporter un nouveau rechapage. Ainsi, dans le cadre de la vente avec échange, l'approvisionnement en pneu rechapable pour le rechapeur se fait uniquement auprès des collecteurs.

Le rechapage nominatif représente près de 80 % des activités de rechapage en France¹², contre seulement 20 % pour la vente avec échange.

II.2.3.3 L'occasion

L'occasion concerne majoritairement les pneus de véhicules légers et réutilisables en état : les pneus ne subissent généralement aucun acte de réparation, excepté pour les pneus poids lourd, agricole et génie civil pour lesquels la réparation est un acte plus commun.

D'un point de vue logistique, la réglementation stipule que l'ensemble des pneus usagés doivent être remis par leurs détenteurs (généralement les acteurs de la démonte et les centres VHU) aux collecteurs agréés. Ceux-ci opèrent un tri et déterminent selon leur expertise la part des pneus pouvant faire l'objet d'un nouvel usage. Pour qu'un pneu soit destiné à l'occasion, il doit respecter des conditions minimales de sécurité, qui peuvent être vérifiées par des trieurs formés qui vérifient une dizaine de critères (témoins d'usure, état de la carcasse, résistance à la surpression, etc.). Une fois identifiés, les pneus pouvant bénéficier d'une deuxième vie peuvent suivre plusieurs circuits selon leur marché de revente :

- Une faible part des flux est réutilisée sur le marché français, soit en dirigeant ces flux directement vers un distributeur spécialiste (centres auto, garagistes et concessionnaires), soit en passant par un intermédiaire grossiste (négociant d'occasion) qui les revend ensuite aux acteurs précédents. Ceux-ci s'occupent ensuite de la remonte du pneu sur le véhicule de l'utilisateur final ;
- Une majeure partie des flux est envoyée sur le marché international, généralement sur le marché africain où les conditions d'utilisation sont différentes (non obligation d'appariement des pneus deux par deux, conditions d'usage et d'adhérence plus adéquates avec les performances d'un pneu usé pour ce marché), soit directement depuis le collecteur agréé, soit en passant par un intermédiaire grossiste responsable de la massification des flux.

II.2.4. La deuxième vie des matériaux et produits de construction

Les acteurs du réemploi pour les secteurs du Bâtiment et des Travaux Publics pouvant être différents, il a été décidé de représenter les activités de réemploi de ces deux secteurs en deux schémas distincts. Deux types de pratiques sont à considérer : le réemploi sur site et la réutilisation hors site.

¹² Donnée issue de l'entretien avec le Syndicat National du Caoutchouc et des Polymères



II.2.4.1 Lexique et présentation des acteurs

Surplus de chantier : le terme « surplus de chantier » concerne les matériaux, produits de construction ou équipements restant en excès à la fin de la réalisation des travaux (principalement sur les chantiers du bâtiment). Il s'agit donc généralement de matériaux ou produits neufs non mis en œuvre. Il peut également s'agir de produits ou équipements commandés par erreur (erreur de dimensions, de coloris, etc.) ou présentant un défaut d'aspect. Dans ce cas, les produits ont pu être mis en œuvre puis redéposés.

Excédents de chantier : Matériaux en excès provenant généralement de terrassement, d'excavation ou de démolition d'ouvrage. Il s'agit principalement de matériaux inertes tels que des terres ou des déblais qui ne sont pas réemployés sur le site même.

Matériaux et produits de dépose : matériaux, produits ou équipements provenant de la déconstruction d'un ouvrage ou d'une partie d'ouvrage lors d'une opération de réhabilitation ou de démolition. Pour ces matériaux et produits issus de dépose, une validation de l'aptitude à l'usage peut être nécessaire et dans certains cas un reconditionnement (pour des pavés par exemple) ou des réparations doivent être effectués (menuiseries intérieures ou extérieures, etc.).

Maîtres d'ouvrage : Le maître d'ouvrage (MO ou MO), est une personne physique (particulier) ou morale privée (association, entreprise, etc.) ou publique (collectivité territoriale, de l'État) pour laquelle un projet est mis en œuvre et réalisé. Il est le commanditaire de l'ouvrage et celui qui supporte le coût financier de l'opération. Il définit ses besoins, le budget et le calendrier prévisionnel des travaux. Il peut ainsi, par exemple exprimer son souhait de mettre en œuvre des matériaux et produits de réemploi à l'occasion d'une opération de construction, de réhabilitation ou d'entretien.

Maîtres d'œuvre et accompagnement de maître d'ouvrage : Le maître d'œuvre (MOE) est un professionnel (architecte, bureau d'études, économiste de la construction ou maître d'œuvre) choisi par le maître d'ouvrage pour mettre en œuvre un projet (concevoir le projet, établir des plans, des documents techniques) dans les conditions de délais, de qualité et de coûts fixés par un cahier des charges et conformément à un contrat.

Pour la partie relative au marché de travaux, la maîtrise d'œuvre peut être chargée par le maître de l'ouvrage :

- de l'assister pour la consultation des entreprises et pour la conclusion des marchés avec les entreprises ;
- de diriger l'exécution du ou des marchés de travaux ;
- d'assister le maître de l'ouvrage pour la réception des ouvrages et le règlement des comptes avec les entrepreneurs.

Le maître d'ouvrage peut également faire appel à un assistant à maîtrise d'ouvrage (AMO ou AMOA). Celui-ci a pour mission d'aider le maître d'ouvrage à définir et piloter le projet en lui apportant ses compétences et son expertise. L'assistant a un rôle de conseil et de proposition, le décideur restant le maître d'ouvrage. Il facilite la coordination de projet et permet au maître d'ouvrage de remplir pleinement ses obligations.

MOE et AMO peuvent accompagner le maître d'ouvrage dans sa prescription de matériaux et produits de réemploi ou bien pour faciliter le réemploi des produits et matériaux issus des chantiers de travaux (diagnostic ressources, mise en relation avec d'autres MO, solution de réemploi, ...).

Entreprises de travaux : Ce sont les entreprises de travaux de bâtiment et de Travaux Publics qui interviennent sur les chantiers pour mettre en œuvre ou déposer des matériaux, produits ou équipements lors de la construction ou la démolition d'un ou partie d'un ouvrage. En tant que producteur (construction neuve, rénovation, entretien) ou détenteur (démolition, déconstruction), elles sont impliquées dans la gestion des déchets et sont amenées à gérer des flux de matériaux de réemploi lors de leurs déposes ou de leurs mises en œuvre, et notamment les flux de matériaux réemployés directement sur site. Certaines entreprises de démolition font également de la revente de matériaux patrimoniaux ou de réemploi. Présentes sur différents chantiers, elles peuvent mettre en relation des maîtres d'ouvrage possédant et recherchant des matériaux de réemploi, assurer le transport et la mise en œuvre des matériaux, notamment dans le secteur des Travaux Publics.

Gestionnaires de déchets du BTP : Ils assurent la collecte, le transport, le tri, la valorisation ou l'élimination des déchets. Ils peuvent être amenés à collecter et à revendre des matériaux et produits de seconde main.



Intermédiaires : Ce terme regroupe un ensemble d'acteurs qui vont faciliter la mise en relation de l'offre et de la demande ou bien accompagner les maîtres d'ouvrage ou les entreprises dans leur démarche de réemploi. On retrouve des acteurs du numérique tels que les sites de mise en relation positionnés sur tous les types de biens (ex : Le bon Coin) ou spécifiques au secteur du BTP (ex : imaterio) ; certains ayant un rôle de tiers de confiance (comme Soldating par exemple). On trouve également des associations ou bien des collectifs d'architectes (ex : Bellastock, Matière Sociale) qui peuvent avoir un rôle de sachant et de conseil auprès des maîtres d'ouvrage, des maîtres d'œuvre ou des entreprises.

Reconditionneurs, réparateurs : Ce sont généralement des acteurs de l'ESS organisés en réseaux ou indépendants (ex : Stations Services, Katapulte), spécialisés sur certains flux de matériaux ou produits de construction (ex : Minéka) ou généralistes (ex : Emmaüs) ou bien encore des œuvres caritatives. Ils collectent des matériaux et produits et les mettent à disposition de leurs adhérents (particuliers et/ou professionnels) ou de personnes en difficultés. Parmi ces structures, plusieurs d'entre elles peuvent également accompagner les maîtres d'ouvrage dans la mise en œuvre de ces produits, notamment dans le cadre de requalification d'habitat insalubre (ex : Les Compagnons Bâisseurs).

Revendeurs : ce sont des structures avec des magasins physiques de vente (ex : Recyclo'Bat) ou par internet (ex : Re.Source, ecobrico) qui assurent parfois elles-mêmes la collecte des matériaux et produits de réemploi sur des chantiers (dépose, surplus de chantier) ou auprès de fournisseurs de matériaux (invendus, retours de commande). A noter que dans certains cas, cette activité peut être adossée à celle d'une entreprise de démolition (ex : Ferrari Démolition, Dussel SA).

Fabricants et distributeurs de matériaux et produits de construction : ce sont des structures qui peuvent céder (ventes ou dons) des invendus ou des retours de commandes soit à des revendeurs, soit à des œuvres caritatives ou des acteurs de l'ESS.

Les principaux flux de produits et matériaux de bâtiment d'une part et de Travaux Publics d'autre part, entre les acteurs de la deuxième vie de ces secteurs sont détaillés en Figure 9 et Figure 10.

D'autres acteurs ne sont ni vendeurs, ni metteurs en relation mais ont un rôle à jouer sur la chaîne de la seconde vie des produits :

- Fédérations professionnelles, institutions et collectivités, associations : ont un rôle de sensibilisation au réemploi et à la réutilisation et ont l'opportunité de faire la promotion des offres existantes de réemploi et de réutilisation ;
- Syndicats et acteurs de la gestion des déchets : peuvent faciliter la seconde vie des produits par la mise à disposition de flux- à titre d'exemple, des zones de réemploi se déploient dans les déchèteries.



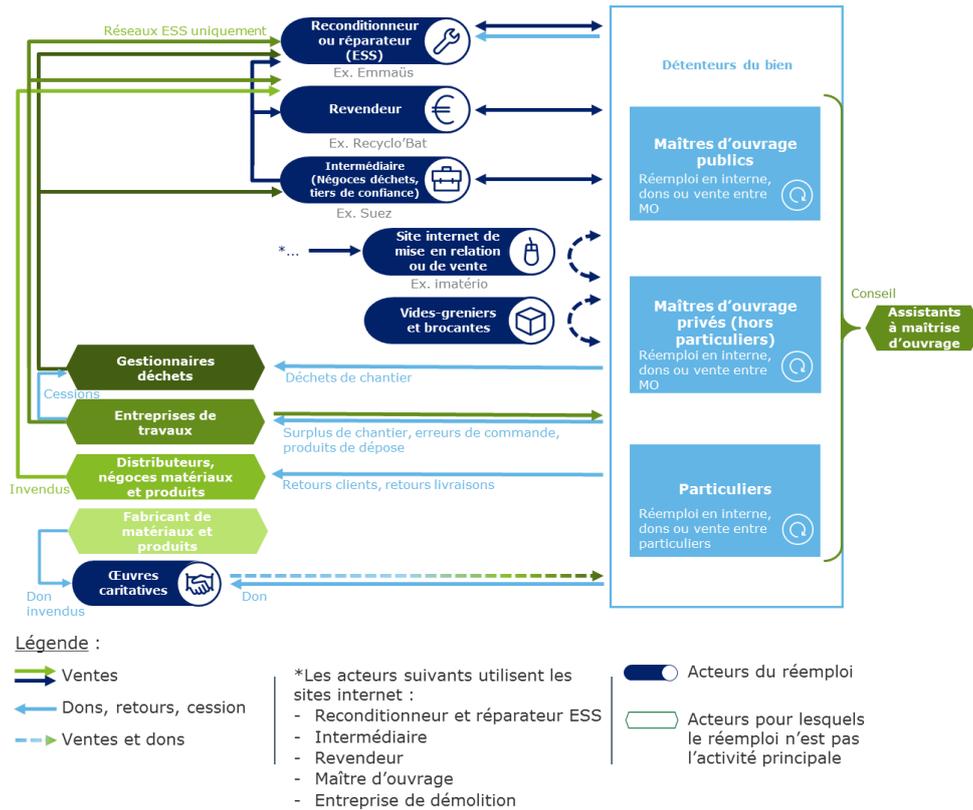


Figure 9 : Principaux flux de produits et matériaux de bâtiment entre acteurs du réemploi

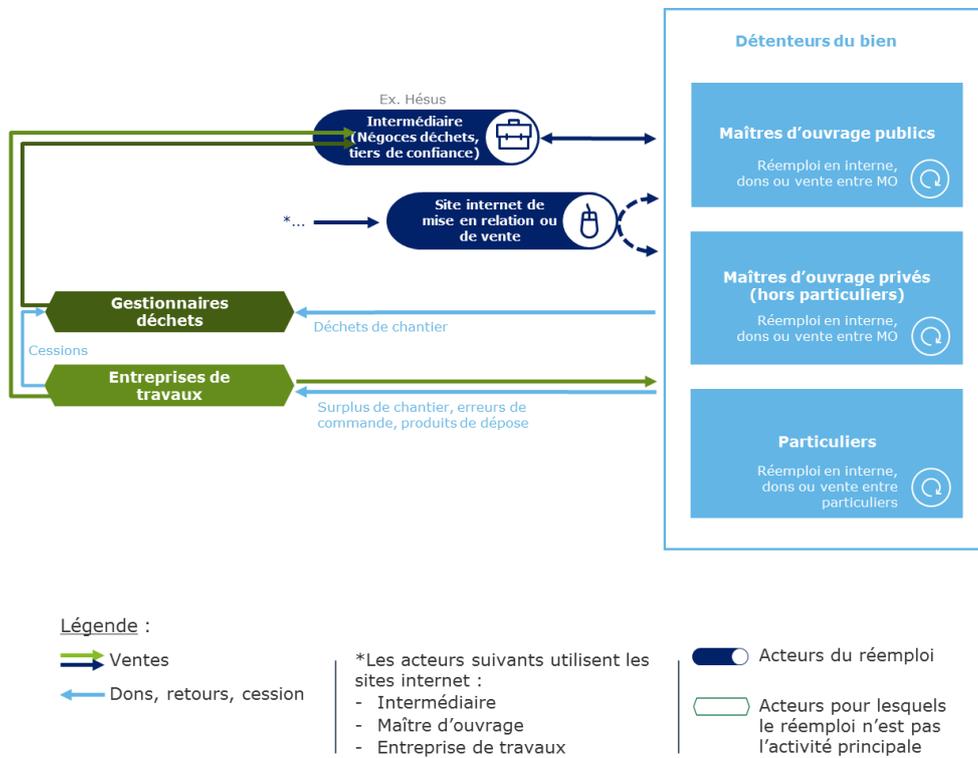


Figure 10 : Principaux flux de produits et matériaux de Travaux Publics entre acteurs du réemploi



II.2.4.2 Le réemploi sur site

Le **réemploi sur site** implique que le devenir des matières soit déterminé en amont du chantier. Cette pratique est courante sur les chantiers de Travaux Publics et concernent des flux importants de matières généralement inertes (terres, granulats, agrégats, etc.). Les volumes mis en jeu sont difficiles à appréhender pour définir un chiffrage annuel à l'échelle nationale.

II.2.4.3 Le réemploi ou la réutilisation hors site

Réglementairement, le **réemploi hors site** implique que la collecte des matériaux et produits intervienne avant la mise en benne des déchets et leur évacuation du chantier. La réutilisation hors site représente les flux les plus importants de réemploi de matériaux, produits de construction et équipements. Elle concerne en premier lieu le secteur des Travaux Publics, avec plus de 45 millions de tonnes réutilisées hors site par les entreprises de travaux (terres, granulats, agrégats d'enrobés). Pour le bâtiment, les flux portent principalement sur des terres et déblais et dans une moindre mesure sur des éléments de structure, de couverture, des menuiseries intérieures et extérieures, des revêtements de sols et des équipements (sanitaires, électriques, équipements de chauffage, de plomberie).

II.2.5. La deuxième vie des emballages

La typologie des emballages comprend une très large variété de catégories de produits différents dont chacun possède une chaîne de valeur qui lui est propre, avec des acteurs généralement mono-flux. On peut néanmoins distinguer deux grandes familles d'emballages : d'une part les emballages ménagers, d'autre part les emballages industriels.

Trois catégories d'emballages ont été étudiées :

- La seconde vie des emballages industriels avec deux exemples que sont les conteneurs IBC (Industrial Bulk Containers) et les palettes en bois ;
- La seconde vie des emballages ménagers avec l'exemple des emballages de boissons en verre en consommation à domicile et en consommation hors-domicile (dans les cafés, hôtels et restaurants (CHR))
- Le cas particulier de la consigne des bouteilles de gaz.

La principale différence entre les emballages industriels et les deux autres catégories (bouteilles de gaz et bouteilles en verre) est le système mis en place pour assurer le retour de l'emballage :

- Les bouteilles de gaz et les bouteilles verres sont consignées, c'est-à-dire qu'une somme est versée par l'acheteur pour l'emballage, somme qui lui est reversée lorsqu'il retourne l'emballage. Cette somme ne correspond pas nécessairement à la valeur vénale de l'emballage : la consigne consiste seulement à donner une valeur monétaire à un emballage afin d'en motiver le retour ;
- Les emballages industriels sont très peu consignés, du fait d'une chaîne de valeur différente entre les acteurs. Il existe plusieurs organisations possibles¹³. Dans le cas d'un système ouvert, l'acteur à qui le reconditionneur vend ses emballages n'est pas le même que celui chez qui il récupère les emballages vides : l'emballage passe de main en main du premier utilisateur qui achète l'emballage au dernier utilisateur qui n'en a plus l'utilité et le vend à un reconditionneur. Le système en place pour motiver le retour des emballages pour reconditionnement est généralement un système de rachat comptoir. Les reconditionneurs d'emballages industriels proposent également la location d'emballages et la gestion de parc d'emballages à leurs clients. Il existe également des systèmes fermés avec par exemple des emballages navettes entre deux acteurs.

¹³ Pour en savoir plus, consulter « Emballages et consigne : Panorama des systèmes de réemploi » édité par le Conseil National de l'Emballage (CNE) en avril 2016



II.2.5.1 Lexique des termes clés

Emballages ménagers : ils correspondent à l'ensemble des emballages liés à la consommation des ménages, à domicile et hors domicile.

Emballages industriels : ils concernent tous les emballages qui n'appartiennent pas à la catégorie précédente. Ce sont les emballages liés aux activités industrielles. On retrouve parmi ces emballages les palettes en bois ou en plastique, les conteneurs IBC, les fûts en acier ou en plastique, ainsi que les caisses (particulièrement utilisées dans l'industrie automobile).

Emballage re-remplissable : c'est un emballage qui a été conçu de manière à pouvoir être utilisé à plusieurs reprises. C'est la terminologie utilisée dans le secteur des boissons qui concerne donc principalement les bouteilles en verre.

Consigne : la consigne consiste à attribuer une valeur monétaire à un emballage pour en assurer le retour par le consommateur.

Conteneurs IBC : un conteneur IBC (Industrial Bulk Containers) est un emballage de capacité de 500 à 1200 litres, monté sur palette de bois, métallique ou plastique.

Les acteurs participant à la chaîne de valeur de la deuxième vie des emballages sont détaillés de manière spécifique dans les parties respectives des emballages consignés (bouteilles en verre et bouteilles de gaz et des emballages industriels, car ce ne sont pas les mêmes et ils assurent des missions différentes.

II.2.5.2 Les emballages consignés (bouteilles en verre et bouteilles de gaz)

La Figure 11 présente les principaux flux d'emballages consignés qui structurent le secteur de la deuxième vie de ces produits. Les principaux acteurs de cette filière qui figurent sur ce schéma sont présentés par la suite.

A noter que cette figure concerne principalement les emballages en verre pour la consommation de boisson hors-domicile, mais reste valable pour les bouteilles de gaz et les emballages en verre en consommation à domicile : les spécificités liées à la seconde vie de ces deux types d'emballages sont détaillées plus bas.

Les emballages consignés étudiés dans le cadre du panorama représentent la majorité des emballages re-remplissables fonctionnant sous le modèle de consigne, avec les fûts métalliques consignés. A noter que le concept d'emballage consigné se développe de plus en plus, c'est le cas notamment des gobelets en plastique utilisés dans le cadre de manifestations événementielles par exemple.



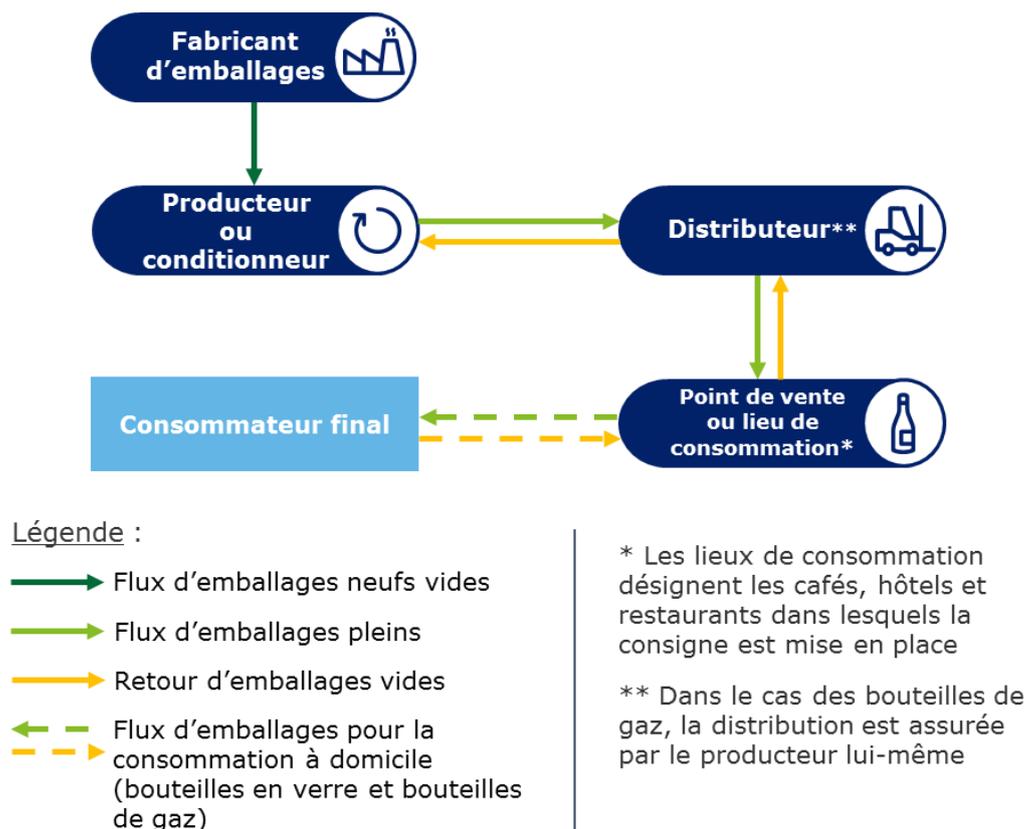


Figure 11 : Principaux flux d'emballages ménagers et assimilés entre acteurs de la deuxième vie

Les bouteilles en verre qui sont introduites dans le circuit des emballages re-remplissables sont conçues de manière à pouvoir supporter plusieurs cycles de vie. De la même manière, les bouteilles de gaz, généralement en métal, sont conçues de manière robuste et ont une durée de vie allant jusqu'à 50 ans. Ces emballages sont réemployés car les différents acteurs du secteur se sont organisés pour assurer une logistique permettant le réemploi et ainsi construire un modèle économique pérenne sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

A noter que le cadre légal lié à la filière REP des bouteilles de gaz oblige les producteurs de gaz à reprendre gratuitement les bouteilles de leur marque, y compris en déchèterie. Ce cadre légal fait notamment partie des leviers qui ont permis, en plus de la bonne structuration d'une filière déjà bien installée, d'assurer un taux de retour des bouteilles vides proche de 100 %. Les producteurs ont également l'obligation de tester la conformité et la qualité de leurs bouteilles tous les 15 ans : c'est ce qu'on appelle la ré-épreuve de la bouteille (contrôle intérieur et extérieur de la bouteille, vidange et épreuve hydraulique).

La totalité des emballages présentés dans cette section sont consignés, c'est-à-dire qu'une valeur est arbitrairement attribuée à l'emballage pour en assurer le retour.

Les **acteurs spécifiques aux emballages en verre destinés à la consommation hors-domicile**, c'est-à-dire dans les cafés, hôtels et restaurants (CHR) sont les suivants :

- **Le conditionneur, ou producteur** : c'est un producteur de boissons qui remplit les emballages en verre avec ses produits. La bouteille est d'abord lavée (y compris si elle est neuve), la plupart du temps par le producteur lui-même, puis remplie avec la boisson du producteur, étiquetée et conditionnée pour la distribution.
- **Le distributeur** : c'est l'acteur qui fait le lien entre le point de consommation et le conditionneur. Il assure l'ensemble de la logistique, y compris la logistique retour. On compte deux types de distributeurs pour les bouteilles en verre en consommation hors-domicile : les grossistes qui livrent directement les points de consommation (les CHR : Cafés Hôtels Restaurants) et les

magasins grossistes dits « cash & carry » (type Metro) où les professionnels viennent directement s’approvisionner en bouteilles. A noter que les magasins grossistes portent peu le système de consigne car cela oblige les professionnels à ramener eux-mêmes leurs bouteilles vides consignées, alors que dans le cas des grossistes qui livrent, ce sont eux qui récupèrent les bouteilles vides et assurent leur retour ;

- **Le point de consommation** : c’est ici que le consommateur achète puis consomme le produit, dans les CHR. Une fois la bouteille vidée par le consommateur, le professionnel récupère l’emballage vide et le stocke dans l’attente du retour du distributeur (qui vient livrer des bouteilles pleines) pour lui donner les bouteilles vides.

Ainsi, le parcours typique suivi par une bouteille en verre pour consommation en CHR (hors-domicile) est le suivant :

- La bouteille neuve ou déjà utilisée est vérifiée par le producteur de boisson, dit aussi conditionneur/reconditionneur, afin de vérifier qu’elle puisse être réutilisable. La bouteille est remplie puis étiquetée et conditionnée pour la vente, avant d’être envoyée dans le circuit de distribution ;
- Le distributeur livre la bouteille au lieu de consommation (CHR) et récupère les vides au passage ;
- La bouteille est achetée par un consommateur : il consomme la boisson puis laisse la bouteille vide au professionnel de la restauration (cafetier, hôtelier ou restaurateur) ;
- Les bouteilles vides sont récupérées sur le lieu de consommation par le distributeur, qui attend d’avoir un stock suffisamment important de bouteilles vides pour les livrer au producteur et permettre ainsi de boucler le circuit de la deuxième vie de la bouteille consignée.

Dans le présent circuit de la seconde vie, c’est le professionnel de la restauration qui paie la consigne lors de l’achat de ses boissons, consigne qui lui est restituée après décompte des bouteilles effectivement rendues au distributeur.

A noter qu’il existe également **une part d’emballages consignés dans le marché de la consommation à domicile**. Anciennement plus développé, le système de l’emballage re-remplissable a fortement diminué avec l’évolution des consommations et des modes de distribution. Aujourd’hui, ce système ne subsiste qu’à petite échelle dans certaines régions comme l’Alsace, la Bretagne ou le Nord.

Le circuit suivi par les bouteilles pour la consommation à domicile ressemble néanmoins à celui présenté précédemment, à ceci près que les producteurs de boissons ne possèdent pas forcément leur propre unité de lavage et peuvent externaliser l’étape de lavage. De plus, les points de vente, qui sont aussi les points de retour des emballages, sont généralement des supermarchés ou les producteurs eux-mêmes. Le consommateur récupère ainsi sa consigne lors du retour des emballages, soit en espèce, soit en bon d’achat dans ledit supermarché.

Ce format d’emballages consignés pour consommation à domicile est actuellement à l’étude, notamment afin de savoir comment implémenter ce système en assurant son fonctionnement et son développement : l’ADEME mène ainsi sur la période 2016-2018 un état de l’art des systèmes de collecte des emballages ménagers pour réemploi ou réutilisation et une évaluation des expérimentations de reprise pour réemploi/réutilisation des emballages de boissons destinés aux ménages.

Pour les bouteilles de gaz, le fonctionnement est sensiblement le même que pour les bouteilles en verre en consommation hors-domicile, à quelques spécificités près :

- **Le conditionneur, ou producteur assure généralement le rôle de distributeur** : après avoir testé l’étanchéité, rempli et conditionné ses bouteilles, le producteur de gaz assure lui-même la logistique, et donc la livraison des points de vente en bouteilles pleines. De la même façon que les distributeurs, il récupère les bouteilles vides ramenées au niveau du point de vente lors de la livraison en bouteilles pleines ;



- **Le lieu de consommation diffère du point de vente** : le produit, ici le gaz, n'est pas consommé sur le lieu de vente, comme dans le cas des boissons consommées en CHR, mais directement chez le consommateur. Lors du premier achat d'une bouteille de gaz sur le point de vente, le consommateur se verra remettre une bouteille de gaz pleine : il paiera alors à la fois le contenu (le gaz), mais aussi une consigne pour le contenant, qui fait effet de dépôt de garantie pour le prêt de cette bouteille par le producteur de gaz. En effet, le producteur reste propriétaire de la bouteille de gaz, et « l'achat » de la bouteille de gaz se définit en fait comme un prêt de la part du distributeur vers le consommateur.
- Une fois vidée, le consommateur doit ramener sa bouteille de gaz pour, soit récupérer sa consigne, soit racheter une nouvelle bouteille de gaz en rendant l'ancienne. Dans ce dernier cas, le consommateur ne devra pas payer de nouveau le montant de la consigne, et s'acquittera uniquement du paiement du contenu, à savoir le gaz.
- Les bouteilles vides stockées sur le point de vente sont récupérées par le producteur de gaz lors de la livraison en bouteilles pleines.

II.2.5.3 Les emballages industriels

La Figure 12 présente les principaux flux d'emballages industriels qui structurent le secteur de la deuxième vie de ces produits. Les principaux acteurs de cette filière qui figurent sur ce schéma sont présentés par la suite.

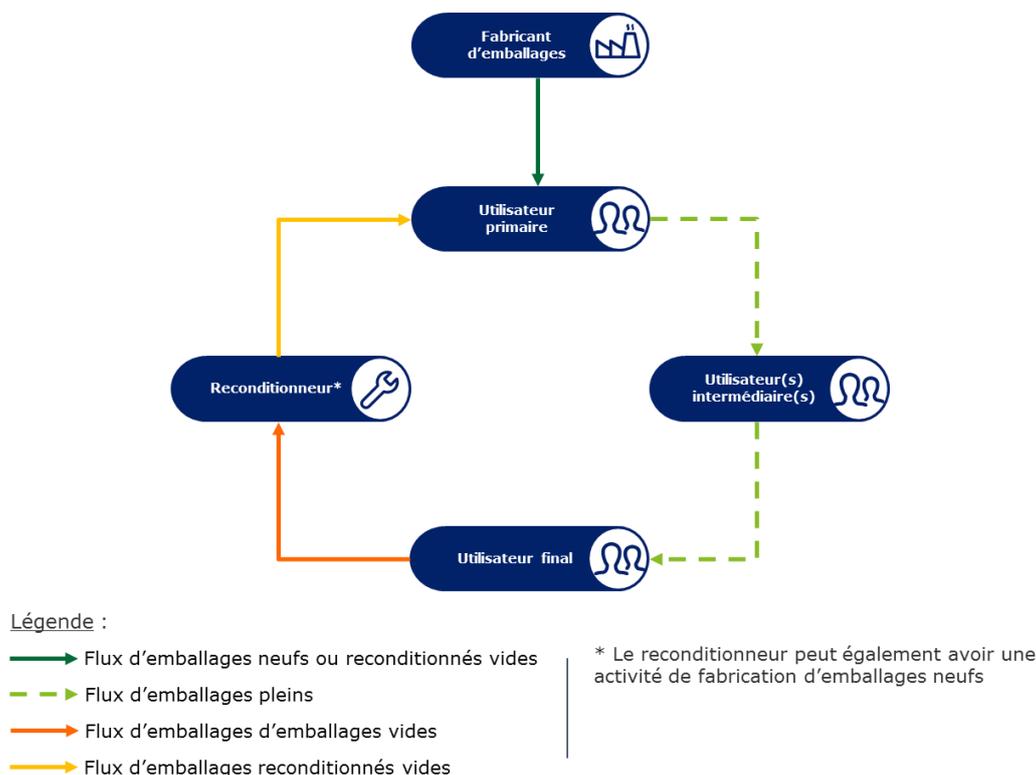


Figure 12 : Principaux flux d'emballages industriels entre acteurs de la deuxième vie

Les emballages industriels qui ont été étudiés dans le cadre du panorama sont les palettes et les conteneurs IBC. Ces emballages représentent la majorité des emballages industriels réutilisables, avec les fûts de moyenne et grande taille, ainsi que les caisses de transport.

Un emballage pourra effectivement être réutilisé à plusieurs conditions :

- Sa structure et son emploi doivent permettre plusieurs utilisations impliquant une certaine robustesse dans sa conception ;
- Le reconditionnement de l'emballage (lavage, remise en état, logistique) doit être économiquement intéressant vis-à-vis de sa valeur unitaire neuve.



Ces différentes conditions limitent la part d'emballages réutilisables, notamment dans le cas des petits emballages de faible valeur unitaire pour lesquels les coûts liés au reconditionnement seraient trop importants comparés au prix de revente.

Pour assurer une bonne rotation du parc d'emballages et permettre le réemploi des emballages, il faut donc que celui-ci soit conçu à l'origine pour supporter plusieurs utilisations. Les coûts liés à la logistique doivent aussi être limités, dans une logique de rationalisation des coûts : les transports sont donc optimisés et l'activité est développée le plus localement possible, avec une zone de chalandise limitée.

Le circuit suivi par un emballage industriel est généralement le suivant :

- **Les fabricants d'emballages neufs et les reconditionneurs** sont en concurrence pour la vente de leurs emballages au niveau du premier utilisateur de l'emballage. Ce premier utilisateur va utiliser l'emballage afin de stocker ses produits et permettre leur transport jusqu'à son propre client.
- **L'utilisateur intermédiaire** : Ce second utilisateur peut être l'utilisateur final, ou bien peut éventuellement réutiliser cet emballage pour stocker à nouveau ses produits (après d'éventuelles transformations du produit qu'il a reçu du premier utilisateur) et les transporter jusqu'à ses clients. Il peut y avoir plusieurs utilisateurs intermédiaires avant que l'emballage n'arrive en possession de l'utilisateur final.
- **L'utilisateur final** récupère les produits finis emballés et n'a plus l'utilité de l'emballage : le reconditionneur vient le récupérer chez cet utilisateur final, le remet en état d'utilisation (cela passe par d'éventuelles étapes de tri, de réparation et de lavage) et le revend à un utilisateur primaire.

Les emballages sont généralement rachetés à l'utilisateur final à un prix suffisamment faible pour entrer en concurrence directe avec le neuf en prenant en compte les coûts de logistique et de remise en état.

A noter que le reconditionneur peut exercer d'autres activités :

- **La fabrication et/ou la vente de neuf** ;
- **La gestion de parc d'emballages** : un client possède un parc d'emballages, et l'ensemble des emballages qui transitent par lui ou par sa clientèle sont gérés de manière nominative. Ainsi, le reconditionneur assure la logistique (récupérer les emballages vides chez l'utilisateur final pour les ramener à son client, l'utilisateur primaire) et l'entretien du parc ;
- **La location d'emballages** : le principe est le même que pour la gestion de parc d'emballages, sauf que les emballages restent la propriété du reconditionneur.

II.2.6. La deuxième vie des cartouches d'impression bureautique

La filière des cartouches d'impression bureautique est régie par un accord de convention de filière signé entre les différents intervenants de l'industrie de la cartouche d'impression et le ministère en charge de l'environnement, suite au Grenelle 2 de l'environnement. Cette Accord Cadre, signé le 22 novembre 2011, témoigne de la volonté des acteurs à mettre en place une gestion efficace et performante des déchets de cartouches d'impression bureautique. D'une durée de 4 ans (2012-2015), cet accord a été renouvelé jusqu'en janvier 2018, date de l'intégration des cartouches dans la filière REP des équipements électriques et électroniques.

Cet accord cadre comporte notamment des objectifs de collecte, mais aussi des objectifs d'amélioration des taux de réutilisation et de valorisation. Il engage ainsi les acteurs signataires dans une perspective de développement du maillage de la collecte et de l'efficacité du tri, et soutient de manière plus globale l'activité de reconditionnement de cartouches d'impression.

En dehors de cet accord de filière, le secteur est structuré autour de deux groupes d'industriels :

- France Cartouche Réemploi qui fédère des acteurs de la collecte, du tri et du remanufacturing et qui a pour objectif de promouvoir les activités relatives à la deuxième vie des cartouches en France ;



- Conibi qui fédère les producteurs de cartouches neuves (l'aval de la filière), qui est financé par ceux-ci et est en charge du suivi de la collecte, du tri et du recyclage. A noter que cet acteur n'assure pas directement les étapes de collecte et de tri mais finance ces activités (en les sous-traitant à d'autres opérateurs, dont certains de l'ESS).

Les cartouches d'impression sont divisées en plusieurs catégories techniques, selon la technologie à laquelle elles font appel. On retrouve ainsi principalement les cartouches à jet d'encre qui fonctionnent à l'encre liquide, et les cartouches toner qui utilisent une forme d'encre en poudre. A noter que parmi ces catégories, il existe sur le marché trois types de cartouches qui se distinguent par leur origine de production :

- **Les cartouches neuves de marque, dites « d'origine »** : ce sont les cartouches produites par les fabricants d'imprimantes. Réutilisables la plupart du temps, elles sont prisées des remanufactureurs ;
- **Les cartouches remanufacturées** : elles sont issues du reconditionnement des cartouches neuves de marques et sont remises sur le marché sous une autre marque ;
- **Les cartouches compatibles neuves, ou les cartouches clones** : ce sont des cartouches neuves mais non produites par les fabricants de marque et elles ne sont pas réutilisables.

La plupart de ces cartouches sont produites en Asie à très faible coût et apparaissent comme une réelle menace en termes de compétitivité prix pour les fabricants, les distributeurs, mais aussi les remanufactureurs.

II.2.6.1 Lexique et présentation des acteurs

Processus de remanufacturing d'une cartouche : une cartouche usagée, donc vide, est envoyée chez le reconditionneur. Il est nécessaire que cette cartouche soit d'une qualité supérieure, afin qu'elle puisse endurer plus d'une utilisation : c'est le cas des cartouches de marque fabricant ou producteur. La cartouche est démontée afin de remplacer les composants d'usure et d'extraire le toner et l'encre résiduels dans les cartouches. Les éléments démontés sont nettoyés, et les pièces usées ou abîmées sont remplacées. L'ensemble des éléments sont réassemblés puis remis sur le marché sous la marque du reconditionneur.

Producteur de cartouches neuves : en compétition directe avec les reconditionneurs au niveau de la vente, il approvisionne le marché en cartouches neuves potentiellement réutilisables après une première utilisation.

Distributeur, point de vente et de collecte : les particuliers comme les professionnels viennent s'approvisionner en cartouches d'impression auprès de ces acteurs. Pour les particuliers, ces points de vente assurent généralement le rôle de points de collecte, mais il existe également d'autres points de collecte, sous forme de borne de collecte dans les grandes surfaces par exemple.

Collecteur : il est chargé de la collecte des cartouches au niveau des points de collecte et directement auprès des différents détenteurs de cartouches usagées comme les écoles, entreprises, administrations, etc. L'ensemble de la collecte est remis au trieur.

Trieur : cet acteur, qui est parfois le même que le collecteur ou bien qui peut appartenir à l'ESS, est chargé d'orienter selon son expertise les cartouches issues de la collecte vers la bonne filière de valorisation, à savoir le remanufacturing, le recyclage ou la valorisation énergétique. Cette étape de tri est généralement manuelle.

Reconditionneur : il est chargé du reconditionnement des cartouches qui ont été identifiées par le trieur comme réutilisables. Cette étape de remanufacturing se déroule selon le procédé décrit plus haut, puis la cartouche est réintroduite dans le circuit de vente au niveau du distributeur.

II.2.6.2 Chaîne de valeur de la deuxième vie des cartouches et jeux d'acteurs

La Figure 13 présente les principaux flux de cartouches d'impression qui structurent le secteur de la deuxième vie de ces produits. Les principaux acteurs définis en *II.2.6.1 Lexique et présentation des acteurs* y sont représentés.



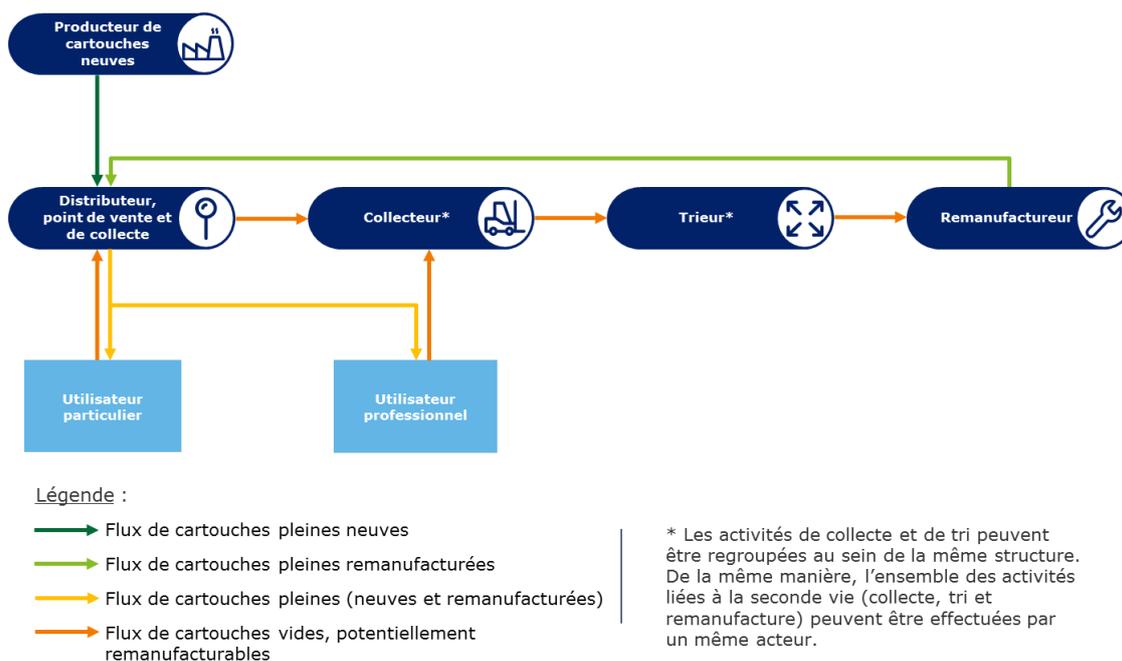


Figure 13 : Principaux flux de cartouches d'impression bureautique entre acteurs de la deuxième vie

On observe sur la Figure 13 que les flux de cartouches d'impression entre acteurs de la deuxième vie sont relativement simples et linéaires. En effet, l'ensemble des flux de cartouches vides usagées est centralisé au niveau du collecteur, après collecte directement auprès de l'utilisateur professionnel et des collectivités ou bien par ramassage au niveau des différents points de collecte.

A noter que l'étape de tri est cruciale puisque c'est le trieur qui identifie les flux pour les orienter vers le remanufacturing, le recyclage ou la valorisation matière : d'après les acteurs interrogés, les pratiques de tri et de priorisation des différents modes de gestion des cartouches en fin de vie sont variées et les taux de réutilisation très différents d'un acteur à l'autre, bien que tous visent une augmentation de la part de réutilisation.

II.3. Le recensement des acteurs de la deuxième vie des produits

II.3.1. Résultats du recensement des acteurs

II.3.1.1 Périmètre de l'annuaire SINOE®

L'annuaire des structures du réemploi et/ou 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 (DROM-COM inclus), a été réalisé pour la première fois en 2010 et mis en ligne sur la plateforme Web SINOE® hébergée par l'ADEME. Il a été mis à jour en 2012 et 2014 afin d'améliorer l'exhaustivité du recensement et d'intégrer les structures nouvellement incluses au périmètre de chaque édition du panorama.

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. Ainsi, l'annuaire peut être défini à ce jour comme une base de données recensant, de la manière la plus exhaustive possible, l'ensemble **des structures physiques dont l'activité principale est la collecte en vue de leur réemploi ou de leur réutilisation et/ou la vente de produits à l'utilisateur final.**

Certains acteurs de la deuxième vie des produits ne sont pas recensés dans l'annuaire SINOE® de la deuxième vie car ne répondant pas à l'objet précité de l'annuaire :

- L'ensemble des acteurs intermédiaires, tels que les brokers et reconditionneurs, car ils ne possèdent généralement pas leur propre canal de vente ;



- Les points de collecte et de vente des nouvelles typologies de produit car leur activité principale n'est pas nécessairement liée à la deuxième vie des produits : pour les points de vente, les produits de seconde main ne représentent dans leurs activités qu'une part des produits vendus ;
- Les points de collecte sont généralement les points de vente de produits neufs, où la collecte de produits dans le but de leur offrir une deuxième vie n'est qu'une activité secondaire.
- Les sites internet et plateformes car ils ne sont pas des structures physiques à proprement parler. Ils font l'objet d'une liste de liens de sites participant à des activités de deuxième vie des produits, disponible en Annexe 2 et sur SINOE® ;
- Les manifestations physiques de type vides-greniers, brocanteurs et foires aux objets ne sont pas non plus recensées dans SINOE® car il s'agit d'évènements ponctuels.

Ainsi, pour certaines typologies de produits, peu d'acteurs voire aucun n'est recensé dans SINOE® car cela reviendrait à intégrer l'ensemble des points de distribution/vente :

- **Pneus et pièces détachées de véhicules motorisés** : les distributeurs, les réparateurs de véhicules, ainsi que les centres de véhicules hors d'usage (casses automobiles référencées auprès des DREAL) sont les acteurs susceptibles de mettre à la disposition des utilisateurs des produits de seconde main. Ces acteurs ne sont donc pas référencés dans l'annuaire SINOE® des structures de la deuxième vie car le réemploi et la réutilisation n'est pas leur activité principale (néanmoins, la liste des centres VHU, ou casses automobiles, est disponible sur <https://www.syderep.ademe.fr/>) ;
- **Cartouches** : les distributeurs de cartouches de première main sont susceptibles de proposer des cartouches réutilisées ;
- **Emballages** : les distributeurs et fournisseurs de produits emballés consignés (boissons et gaz par exemple) sont les acteurs du réemploi et de la réutilisation des emballages. Seuls les acteurs assurant uniquement le lavage des emballages en verre (producteurs exclus) ont été intégrés à SINOE®.

Plusieurs sources ont été utilisées pour l'actualisation 2017 de l'annuaire SINOE® :

- Les annuaires internes des réseaux principaux du secteur de l'ESS et de l'économie conventionnelle, transmis lors d'entretiens téléphoniques ;
- L'extraction de la base de données Pages Jaunes®, dans laquelle les structures sont classées par secteur d'activité ;
- Les annuaires locaux du réemploi et l'expertise des directions régionales de l'ADEME ;
- Des actions de phoning auprès des acteurs indépendants ;
- Les sites internet des réseaux ;
- L'annuaire SINOE® 2014.

L'annuaire SINOE® donne, 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 ;
 - Economie conventionnelle : 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 ;
- Le nom de la structure ;



- Le code SIRET¹⁴ ;
- 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.

II.3.1.2 Données consolidées

L'annuaire 2017 recense près de 6 800 structures, soit près de 1 200 structures supplémentaires par rapport à l'édition 2014 (voir *Tableau 3*). Cette importante variation s'explique principalement par :

- L'intégration de structures référencées par les Pages Jaunes® : une base de données des sociétés recensées sur les Pages Jaunes® au sein d'une rubrique faisant explicitement référence à des activités de la deuxième vie des produits a été exploitée et a permis l'ajout de 755 structures au sein de l'annuaire, principale cause de l'augmentation des structures de l'économie conventionnelle recensées ;
- L'ajout de structures indépendantes de l'ESS, en particulier par la collecte de listes de structures recensées par les directions régionales de l'ADEME : 78 structures ont ainsi été ajoutées à l'annuaire, expliquant en partie l'évolution du nombre de structures de l'ESS recensées ;
- La mise à jour des structures des réseaux de l'économie conventionnelle a permis d'augmenter le nombre de structures : en effet, le développement de certains réseaux a permis de recenser plus de 300 nouvelles structures ;
- L'ajout de 126 structures issues de réseaux nouvellement référencés comme Planet Cash, Euro Cash, Cash 31, Cash Concept, Cash Web, Game Cash ou Jeux-Vidéo.fr et AFFAIR'S.

A noter que, pour les raisons explicitées précédemment, très peu de structures relatives aux nouvelles typologies de produits ont été intégrées à l'annuaire : 25 laveuses d'emballages en verre, appartenant à la chaîne de valeur de la consigne des bouteilles en verre, ont ainsi été intégrées à l'annuaire et 11 acteurs de la deuxième vie des matériaux du BTP.

Tableau 3 : Nombre de structures recensées dans l'annuaire de la deuxième vie des produits SINOE® au fil des panoramas

	Edition 2010	Edition 2012	Edition 2014	Edition 2017
Nombre total de structures	1 619	4 943	5 607	6 775
Dont ESS	1 619	1 917	2 215	2 529
Dont économie conventionnelle	0	3 026	2 876	3 807
Dont non identifiés	ND	ND	516	439

Par ailleurs, si l'actualisation 2017 a permis d'améliorer l'exhaustivité de l'annuaire en termes de structures recensées, celle-ci n'a pas amélioré la complétude des informations présentées pour l'ensemble des structures (voir *Tableau 4*). Ainsi, le taux de remplissage du type de système économique et de l'appartenance à un réseau a significativement augmenté en se rapprochant des 100 %, mais de nombreuses informations restent manquantes, notamment au niveau des catégories de produits concernées ou des numéros de téléphones.

La perte de ces informations concerne uniquement les structures indépendantes ou appartenant à des réseaux non identifiés, puisque la majorité des informations des acteurs en réseau a été obtenue

¹⁴ Système d'Identification du Répertoire des Etablissements



directement auprès des têtes de réseau, et ce depuis les premières éditions du panorama : les informations des structures appartenant à un réseau sont donc fiables et complétées d'une année à l'autre.

Le maintien du taux de remplissage au niveau des adresses physiques des structures permet néanmoins leur identification et leur géolocalisation, et augmente donc leur visibilité. La meilleure connaissance du système économique permet à l'utilisateur de SINOE® d'identifier immédiatement le type de structure qui répond à ses besoins.

Tableau 4 : Evolution du taux de remplissage des informations de l'annuaire entre 2014 et 2017

Critère	Taux de remplissage 2014	Taux de remplissage 2017	
Adresse	87 %	88 %	
Téléphone	92 %	85 %	
Mail	22 %	19 %	
Site Web	12 %	11 %	
Coordonnées d'un contact	20 %	24 %	
Type de système économique	91 %	99 %	
Lieu d'apport et/ou de recherche	76 %	68 %	
Appartenance à un réseau	90 %	98 %	
Type de structure	92 %	78 %	
Produits concernés	34 %	28 %	

II.3.1.3 Répartition des structures par type d'acteurs

➤ L'ensemble des structures

Les acteurs de l'ESS représentent 35 % des structures de l'annuaire, contre 57 % pour les acteurs de l'économie conventionnelle et 8 % de structures qui restent « non identifiées », appartenant à l'une des deux catégories.



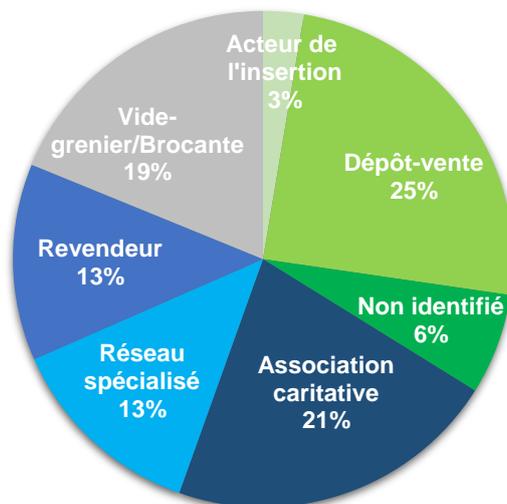


Figure 14 : Répartition de tous les acteurs

La forte proportion d'acteurs de l'économie conventionnelle est, comme expliqué en II.3.1.2, due à l'intégration de structures référencées par les Pages Jaunes® pour cette quatrième édition du panorama de la deuxième vie des produits.

➤ Les indépendants

77 % des acteurs indépendants sont des acteurs de l'économie conventionnelle, 11 % appartiennent à l'économie sociale et solidaire et 12 % n'ont pu être identifiés. Cette édition a permis d'identifier une part croissante d'acteurs indépendants avec l'intégration de structures référencées par les Pages Jaunes® majoritairement composées d'acteurs de l'économie conventionnelle.

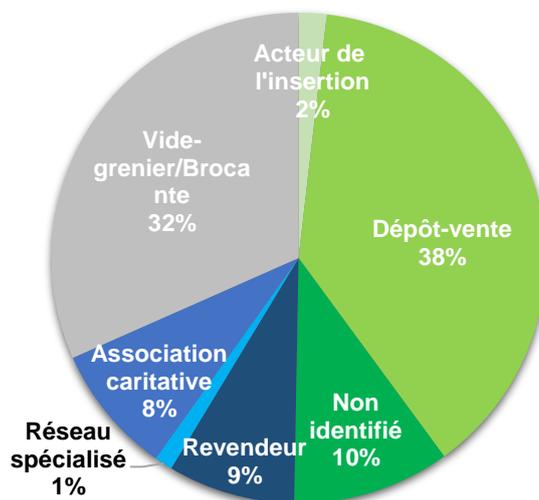


Figure 15 : Répartition des acteurs indépendants



➤ Les réseaux

A l'inverse des acteurs indépendants, la plupart des acteurs organisés en réseaux référencés dans la base SINOE® sont des acteurs de l'ESS (73 %) alors que les acteurs de l'économie conventionnelle représentent 24 %. Cela s'explique par une organisation plus récurrente en réseau de la part de ces acteurs de l'ESS. Toutefois, les revendeurs sont fréquemment organisés en réseaux et représentent une part importante (19 %) des structures physiques dont le réemploi ou la réutilisation est l'activité principale.

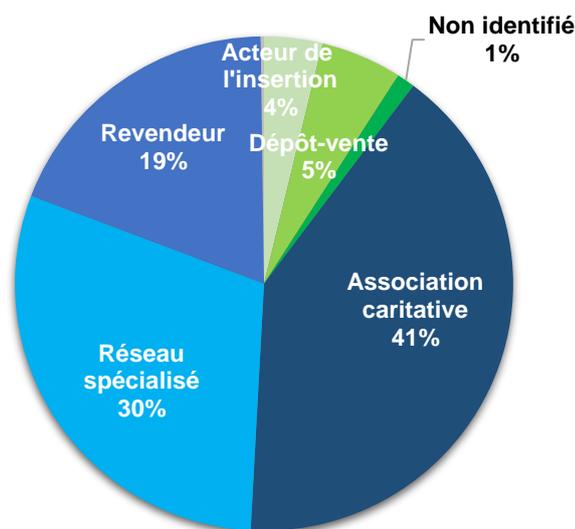


Figure 16 : Répartition des acteurs en réseau

II.3.1.4 Zooms sur les nouvelles typologies de produits

Comme expliqué en II.3.1.1, les structures physiques recensées dans SINOE®, spécialisées dans la deuxième vie des nouvelles typologies de produits étudiées en 2017, sont limitées aux produits et matériaux de construction (11 structures dédiées spécifiquement aux matériaux et produits de construction) et aux emballages (25 laveuses d'emballages boisson).

Les laveuses recensées constituent l'essentiel des laveuses d'emballages verre en France sans pour autant que le recensement soit exhaustif. Les structures du BTP recensées sont les principales connues aujourd'hui dans le secteur.

II.3.2. Analyse géographique

II.3.2.1 Objectif

L'objectif de l'analyse géographique est de comprendre et expliquer la répartition des acteurs de la deuxième vie des produits sur le territoire français. Certains facteurs structurels et décisionnels de la filière à une échelle locale peuvent expliquer la répartition géographique actuelle. Les spécificités et l'historique des structures sont également à prendre en compte dans l'analyse. Ils viennent compléter les facteurs identifiés grâce à l'analyse géographique pour expliquer les logiques de développement des acteurs.

II.3.2.2 Méthodologie

Afin de répondre à cet objectif, certaines données socio-économiques provenant de l'INSEE et de l'ADEME ont été croisées avec le recensement des structures effectué pour actualiser l'annuaire SINOE®. Cinq cartographies ont ainsi été réalisées pour analyser les corrélations possibles. Un complément d'analyse concernant les spécificités propres aux acteurs est également apporté.



II.3.2.3 Limites

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 répartition géographique de certains acteurs, permettant de comprendre le développement de leurs réseaux. L'histoire de chaque réseau et les caractéristiques de leur modèle rendent compte de la complexité des logiques de répartitions.

II.3.2.4 Répartition globale des structures

II.3.2.4.1 Répartition des structures dont l'activité principale est le réemploi et la réutilisation sur le territoire français

Les départements à fort nombre de structures ne correspondent pas uniquement aux départements les plus peuplés¹⁵. En effet, certaines régions de France ont une concentration de structures de réemploi qui n'est pas corrélée à la taille de leur population (Figure 19 et Figure 20). Cela peut s'expliquer par une forte activité économique mais pas uniquement.

Emmaüs explique sa présence plus forte dans les régions du Nord de la France par une demande sociale forte mais aussi une culture historique 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.

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. D'un point de vue historique, ENVIE possède une forte implantation dans l'Ouest et dans l'Est.

Le Réseau des Ressourceries était à l'origine 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. Un fort développement a eu lieu en Normandie et le réseau a mené récemment, à l'aide d'un programme financé par l'ADEME, un fort développement au sein des régions PACA et Rhône-Alpes.

Cette explication historique de la répartition de certaines structures de réemploi a été mise en avant par certains acteurs de l'ESS mais n'est pas remontée dans les échanges menés avec les réseaux de l'économie conventionnelle comme un élément particulier pouvant expliquer une répartition spécifique sur le territoire national.

¹⁵ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2044751> : données de population française en 2013.



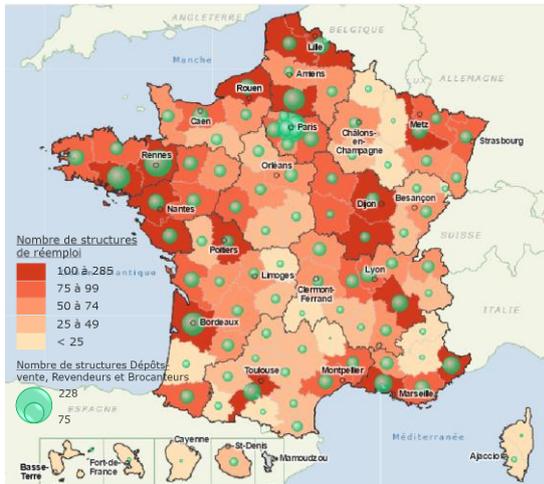


Figure 17 : Nombre de structures Dépôts-ventes, Revendeurs et Brocanteurs

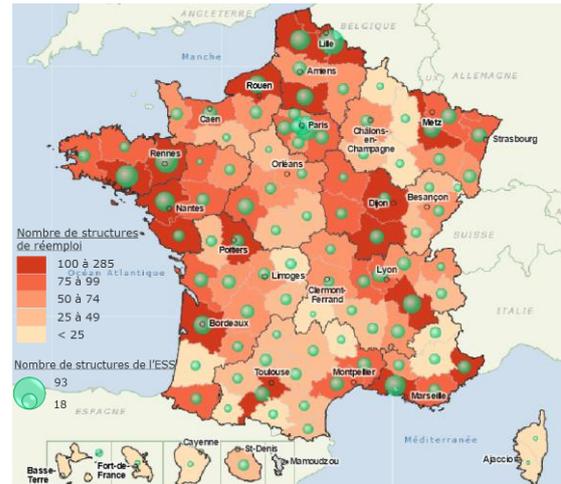


Figure 18 : Nombre de structures de l'ESS

Le fait marquant de la comparaison entre les Figure 17 **Erreur ! Source du renvoi introuvable.** et Figure 18 est qu'il existe une compensation en termes de typologie de structures pour chaque région ; c'est-à-dire qu'une région très fortement équipée en structures de l'ESS l'est moins en termes d'acteurs de l'économie conventionnelle (dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs) et vice-versa. Par exemple, la Gironde et les Alpes-Maritimes ont moins de structures de l'ESS proportionnellement à d'autres départements avec le même nombre d'habitants mais ils compensent avec une part plus importante de dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs.

II.3.2.4.2 Corrélation entre la population par département et le nombre de structures & corrélation entre la densité des structures et la population par département

Les cartes présentées ci-dessous permettent d'apprécier la répartition globale des structures de réemploi et de réutilisation sur le territoire par rapport à la taille de population de chaque département.

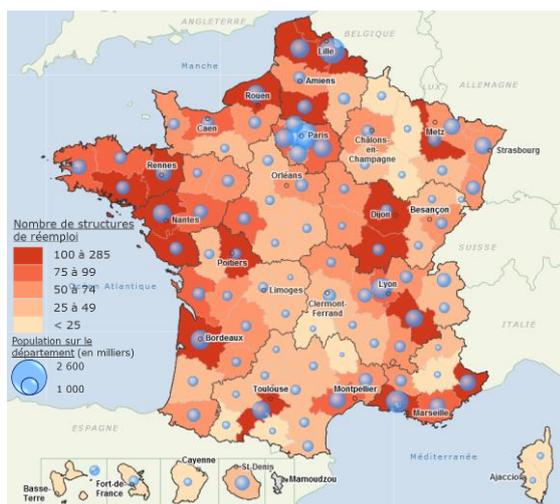


Figure 19 : Nombre de structures corrélé à la population par département

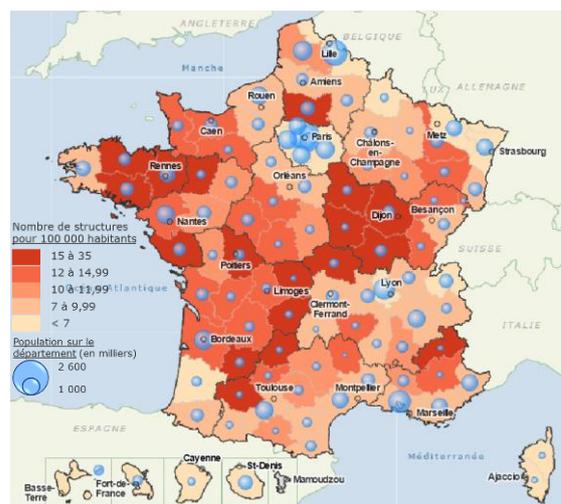


Figure 20 : Densité des structures par département pour 100 000 habitants corrélée à la population par département

La Figure 19 permet d'identifier avec les bulles bleues la taille de la population du département et avec la teinte de rouge le nombre de structures sur le territoire. On distingue ainsi que le Morbihan, la Vendée, la Côte d'Or et la Saône-et-Loire ont un nombre de structures de réemploi et de réutilisation important par rapport au nombre d'habitants du département.

Inversement, le Rhône a un « faible » nombre de structures par rapport à la taille de la population. Cela peut s'expliquer par un constat : le gisement de produits destinés à une deuxième vie autour de Lyon est en grande partie concentré sur un nombre limité de grandes structures. Dans une moindre mesure, la Haute-Savoie a aussi un nombre de structures relativement faible au regard de son nombre d'habitants.

En termes de densité des structures par département, on observe avec la Figure 20 que les départements avec un grand nombre d'habitants sont en sous offre de structures par rapport à d'autres départements avec un faible nombre d'habitants hormis sur la côte ouest (Bordeaux et Nantes). A l'inverse, la plupart des départements de population peu importante ont une forte densité de structures. Les départements à forte population correspondent à des milieux urbains où la densité de population est forte. Par conséquent :

- Les déplacements sont relativement courts et il n'y a pas besoin d'additionner les structures si celles en place sont suffisamment grandes pour absorber le flux de produits réemployés et réutilisés ;
- L'accès difficile à un véhicule personnel en milieu urbain contraint une partie de la population à jeter plutôt qu'à se déplacer pour offrir une deuxième vie à leurs produits, ce qui n'encourage pas la création de structures.

II.3.2.4.3 Dynamisme du département en matière de prévention des déchets vis-à-vis du nombre de structures par département

Les Figure 21 et Figure 22 mettent en corrélation les populations couvertes par un PLPD et celles couvertes par un système de tarification incitative (TI) avec le nombre de structures de réemploi par département.

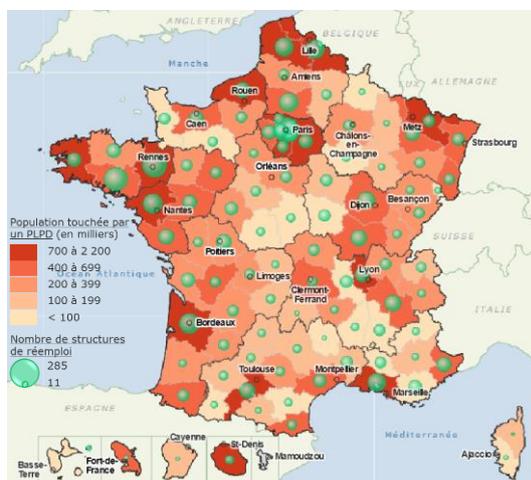


Figure 21 : Population touchée par un PLPD corrélée au nombre de structures par département

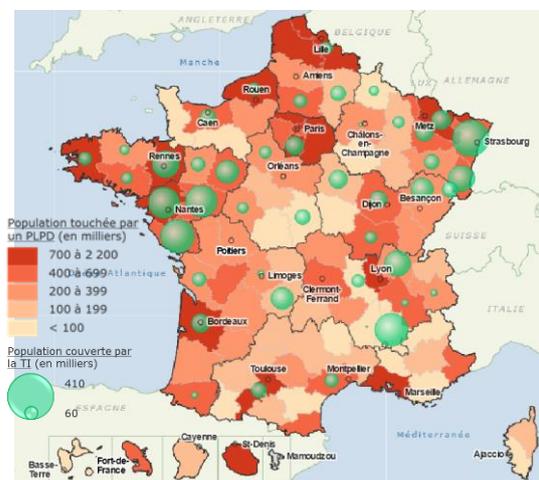


Figure 22 : Corrélation entre la population couverte par un PLPD et celle couverte par un système de tarification incitative (TI) des déchets

On observe une corrélation assez forte entre le nombre de structures et la population concernée par un PLPD par département¹⁶. Toutefois, certains départements comme la Charente-Maritime et les Bouches-du-Rhône, puis dans une moindre mesure la Manche et la Nièvre n'ont pas développé de PLPD ou bien celui-ci couvre une faible part de la population au regard du nombre de structures en place.

¹⁶ Les données de PLPD de fin 2012 utilisées sont les plus récentes et proviennent de l'ADEME.

Le croisement de données entre la population touchée par un PLPD et celle disposant d'un système de TI ne permet pas d'identifier de corrélation¹⁷. Outre l'Ille-et-Vilaine, la Loire-Atlantique et la Vendée pour qui la corrélation entre le nombre de PLPD et un système de TI semble réelle, les autres départements dynamiques sur la prévention des déchets ne sont pas nécessairement ceux qui ont développé des expérimentations de tarification incitative.

¹⁷ Les données de TI de 2016 utilisées sont les plus récentes et proviennent de l'ADEME.



III. Dynamique sectorielle et impact du secteur sur la production de déchets

III.1. Présentation de la base de données

III.1.1. Objectifs et méthodologie

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 produits et déchets réemployables ou réutilisables, collectés et effectivement réemployés et réutilisés.

Une base de données est réalisée afin de permettre un suivi des indicateurs suivants :

- 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 ;
- Ventes par types de produits, en tonnes, unités, et euros ;
- Total des quantités collectées et réemployées en tonnes ;
- Le taux de réemploi, en pourcentage.

Afin d'obtenir ces différents renseignements, plusieurs sources ont été utilisées, en fonction des catégories d'acteurs et typologies de produits :

- Environ 60 entretiens et échanges téléphoniques au cours desquels les informations quantitatives relatives aux parties prenantes interrogées ont été collectées ;
- Environ 30 échanges téléphoniques avec des acteurs indépendants, à la suite de 300 appels passés ;
- Relevés statistiques sur certains sites internet spécialisés ;
- Rapports d'activité ;
- Etudes sectorielles.

En plus d'obtenir des informations quantitatives nécessaires au remplissage de la base de données, les échanges avec les acteurs du secteur ont également permis de comprendre les tendances du secteur de la deuxième vie, pour chacun des types d'acteurs et chacune des catégories de produits.

III.1.2. Fiabilité des données

Malgré la multiplicité des sources utilisées, il est important de manier les chiffres présentés avec précaution. En effet, la traçabilité hétérogène des différentes filières et catégories de produits est à l'origine d'un niveau de fiabilité variable des chiffres présentés.



Plus particulièrement, les limites suivantes sont à prendre en compte dans l'appréciation de certaines données :

- Concernant les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs indépendants (environ 3 500 acteurs) : l'accessibilité limitée à la donnée d'effectifs, de chiffres d'affaires et de flux d'approvisionnement de vente en tonnes de ces acteurs a contraint à procéder à des estimations à partir d'un échantillon d'acteurs restreint. Des choix méthodologiques de regroupement par type d'activités et taille d'acteurs ont été effectués à partir des données recueillies suite au phoning et de la base de données des Pages Jaunes® ;
- De même, les données des acteurs de l'ESS indépendants ou appartenant à un réseau non identifié, ont été estimées en l'absence de données consolidées. Néanmoins, leur plus faible nombre (environ 600) permet d'obtenir une marge d'erreur moins importante sur la donnée consolidée. De plus, en l'absence de bases de données d'acteurs de l'ESS, le recensement de ces acteurs hors réseaux n'est sans doute pas exhaustif, les données extrapolées pour ces acteurs sont probablement sous-estimées ;
- La filière du réemploi et de la réutilisation des pièces détachées de véhicules motorisés bénéficie peu du suivi relatif à la gestion des VHU (suivi obligatoire lié à la filière REP) : les données disponibles permettent seulement d'estimer le gisement potentiel des pièces de réutilisation (occasion et échange standard), mais leur destination n'est pas connue (export, pièce d'occasion ou échange standard en France). Les informations quantitatives présentées ont donc été estimées à partir des chiffres communiqués en entretien avec les parties prenantes du secteur ;
- Les données des acteurs du BTP sont très partielles : pour la majorité des acteurs, le réemploi n'est pas leur cœur de métier (ce sont des entreprises de travaux) et ils ne tiennent pas une comptabilité des volumes traités. Les données présentées proviennent des statistiques nationales sur les déchets du secteur du BTP et entretiens avec des acteurs clés du secteur ;
- Certaines hypothèses pour les sites internet de mise en relation et les places de marché sont basées sur un échantillon de données restreint ou inexistant : c'est le cas pour les places de marché généralistes où les données d'un seul acteur ont été obtenues. C'est également le cas pour les places de marché spécialisées, où de nombreuses hypothèses ont été prises et aucune donnée brute n'a été obtenue. La donnée calculée n'est donc pas exhaustive ;
- Les flux d'approvisionnement sont légèrement surestimés, en raison d'un potentiel double-comptage des flux d'approvisionnement des sites internet de mise en relation et places de marché : en effet, un vendeur de bien d'occasion peut mettre en vente son bien sur plusieurs plateformes à la fois.

De manière plus générale, des indices de fiabilité ont été évalués pour chacun des types d'acteurs et catégories de produits appartenant au périmètre du panorama 2017 et sont présentés dans les tableaux 5 et Tableau 6. Ces tableaux présentent également, de manière très concise, les sources utilisées pour remplir la base de données, pour chaque typologie de produits et catégorie d'acteurs.



Tableau 5 : Indice de fiabilité des données des acteurs de la deuxième vie des biens ménagers

Typologie produits	Catégorie d'acteurs		Indice fiabilité	Sources
Biens ménagers	ESS et associations caritatives	Acteurs en réseau	Elevé	Données brutes de chaque acteur
		Acteurs indépendants	Faible	Estimation à partir d'une structure type
	Dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs	Acteurs en réseau	Modéré	Estimation à partir d'un seul réseau et des données des éditions précédentes
		Acteurs indépendants	Faible	Estimation à partir des données d'un échantillon d'acteurs et des éditions précédentes
	Sites internet de mise en relation	Sites de petites annonces	Elevé	Estimation à partir des données d'un leader du marché
		Places de marché généralistes	Modéré	Estimation à partir des données d'un leader du marché
		Places de marché spécialisées	Modéré	Estimation à partir de relevés statistiques
	Intermédiaires et reconditionneurs		Elevé	Entretien avec les acteurs et rapport ADEME ¹⁸

Tableau 6 : Indice de fiabilité des données concernant la deuxième vie des nouvelles typologies de produits

Typologie de produits	Indice fiabilité	Sources	
Emballages	Bouteilles de gaz	Elevé	Entretiens avec les fédérations professionnelles ¹⁹
	Emballages en verre	Modéré	Etude en cours et rapports publics ²⁰
	Conteneurs IBC	Modéré	Estimation à partir des données d'un leader du marché
	Palettes	Modéré	Estimation à partir des données d'un leader du marché et d'un rapport public ²¹
Cartouches	Elevé	Rapport de filière ²² et entretiens avec les fédérations ²³	
Pneumatiques	Elevé	Rapport de filière ²⁴ et baromètre de suivi des ventes ²⁵	
Pièces détachées de véhicule motorisé	Faible	Estimation à partir des entretiens	
Matériaux issus du BTP	Matériaux issus du bâtiment	Modéré	Enquête du SOeS ²⁶
	Matériaux issus des Travaux Publics	Modéré	Enquête du SOeS



Ainsi, l'ensemble de ces considérations mènent à appréhender ces données avec plus ou moins de précaution, selon leur niveau de fiabilité. Dans la mesure du possible, les données relatives aux biens ménagers exploitées dans la partie III.2. , sont celles relevant d'un bon à très bon niveau de fiabilité.

Les nouvelles typologies de produits, quant à elles, sont étudiées par type de produits dans la partie III.2. , avec un focus sur l'évolution de la filière, lorsque l'historique des données collectées le permet.

III.2. Dynamique générale et impact du secteur des biens ménagers

Environ 6 800 établissements ont réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 1,5 milliards d'euro lié au réemploi/réutilisation des biens ménagers en France. Ces structures emploient environ 35 000 ETP tandis que le nombre de bénévoles est estimé à environ 16 000 ETP.

Les évolutions globales du secteur de la deuxième vie des biens ménagers en termes de chiffre d'affaires, d'ETP, de biens collectés et de biens vendus sont présentés dans la Figure 23 et la Figure 24. On observe ainsi que l'ensemble des indicateurs sont à la hausse et que le secteur bénéficie d'une bonne dynamique dont les tendances sont présentées plus bas. A noter que le taux de réemploi global est en très légère augmentation et passe de 37 % en 2014 à 38 % dans cette édition du panorama, pour un total d'environ 1 million de tonnes de biens réemployés ou réutilisés en France en 2016.

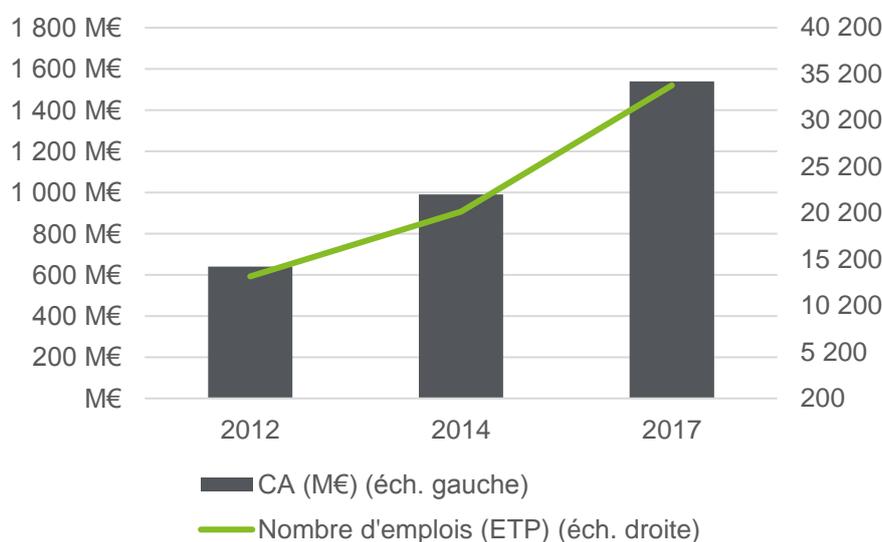


Figure 23 : Evolution du nombre d'emplois et du chiffre d'affaires liés à la deuxième vie des biens ménagers

¹⁸ Etude sur le réemploi des EEE ménagers, ADEME, 2016

¹⁹ Agence Française des Gaz Comprimés (AFGC) et Comité Français du Butane et du Propane (CFBP)

²⁰ Emballages et consigne : Panorama des systèmes de réemploi, Conseil National de l'Emballage, 2016

Systèmes de collecte des emballages ménagers de boissons pour réemploi ou réutilisation, ADEME, étude en cours

²¹ Etude structurelle : Palettes, Caisses-Palettes, Emballages industriels, Emballages Légers, Institut d'Informations et de Conjonctures Professionnelles, Données 2015

²² Rapport de la filière des cartouches d'impression en 2015, 2014 et 2013

²³ Entretiens avec France Cartouche Réemploi et Conibi

²⁴ Rapport annuel de l'observatoire des pneumatiques usagés : données 2015, ADEME, 2015

²⁵ Baromètre français des ventes de pneus rechapés tenu par le SNCP, 2016

²⁶ SOeS : Service de l'Observation et des Statistiques



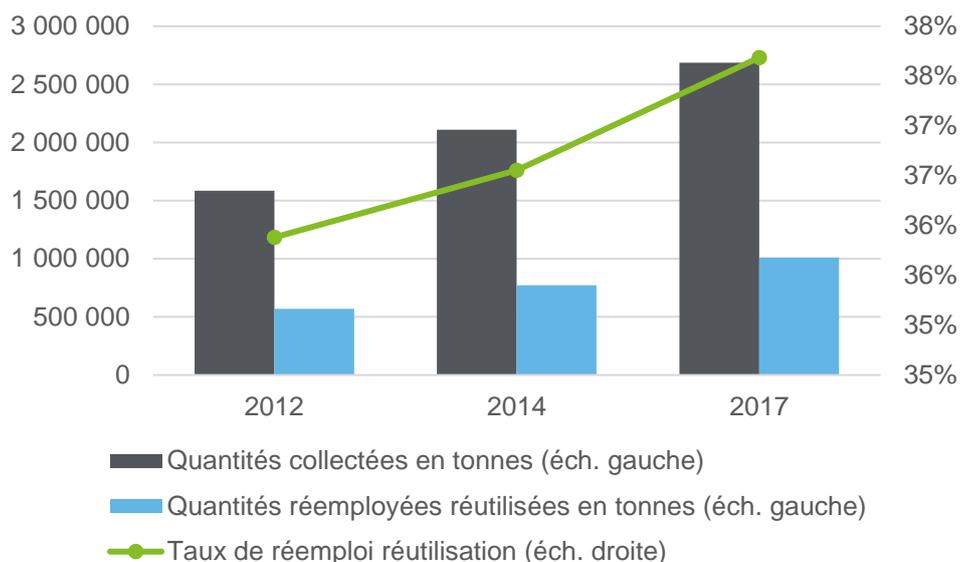


Figure 24 : Evolution des tonnages collectés et vendus dans le cadre de la deuxième vie des biens ménagers

Le Tableau 7 montre que l'ensemble des acteurs profitent de la dynamique du secteur. Les données du panorama 2010 ne sont pas retranscrites en raison de limites d'exhaustivité importantes ne permettant donc pas de les comparer avec les années suivantes.

Tableau 7 : Suivi des indicateurs des acteurs de la deuxième vie des biens ménagers, depuis 2012

Type d'acteurs	CA au titre de la deuxième vie des produits (M€)			Ressources humaines (ETP) salariés / bénévoles			Volume de biens réemployés/ réutilisés (milliers de tonnes)		
	2012	2014	2017	2012	2014	2017	2012	2014	2017
Acteurs de l'ESS et associations caritatives	246	289	371	11 065 / 4864	15 655 / 6 891	21 324 / 15 775	154	183	209
Sites internet	59	82	264	74	167	3 116	220	273	420
Intermédiaires et reconditionneurs	Nd*	Nd*	87	Nd*	Nd*	600	Nd*	Nd*	4
Dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs	354	643	819	2 225	5 947	8 938	193	318 ²⁷	378

*Nd : Non défini

²⁷ Comme précisé page 16, les manifestations physiques de type vides-greniers et bourses aux objets ne sont plus intégrées à la base de données contrairement à 2014, du fait de l'impossibilité d'estimer des données sectorielles suffisamment fiables. Ce chiffre référence 2014 de 318 kt est donc inférieur au chiffre de 480 kt indiqué dans le panorama 2014.



Néanmoins, cet important développement du secteur de la deuxième vie à tous les niveaux est à nuancer avec l'évolution de la méthodologie de collecte et traitement des données ainsi que leur périmètre : d'édition en édition, le panorama s'est enrichi, à la fois de nouveaux types de produits, comme c'est le cas dans cette édition et qui sont traités en III.3. , mais aussi de nouveaux acteurs. Ainsi, certaines catégories d'acteurs, comme les sites internet, sont étudiées de manière plus fine, et de nouveaux acteurs ont intégré le périmètre de l'étude, comme les intermédiaires et reconditionneurs dans le cas des EEE (suite à l'examen approfondi de certaines catégories de produits et à l'évolution des pratiques et donc de la chaîne de valeur).

Les tendances doivent donc être analysées en ciblant les acteurs historiques du panorama, dont l'activité a bien augmenté (voir Tableau 7) et qui sont, pour la plupart, propres à une catégorie d'acteurs ou type de produits (les deux étant liés), et sont explicitées par la suite.

A des fins de simplification, les années indiquées dans la suite de l'analyse et en particulier sur les schémas et dans les tableaux sont celles de la réalisation des éditions du panorama.

III.2.1. L'Economie Sociale et Solidaire, un acteur historique qui évolue en assumant sa vocation sociale

Concernant les chiffres du secteur, **le chiffre d'affaires de l'ESS au titre du réemploi et de la réutilisation peut être estimé autour de 370 M€ en 2017**. L'évolution du chiffres d'affaires entre 2014 et 2017, pour les acteurs dont les données de 2014 sont connues, c'est-à-dire à périmètre constant, est au global de +21 % au même titre qu'entre 2010 et 2012, et qu'entre 2012 et 2014. La croissance de l'ESS est donc à peu près constante.

En termes d'emplois, **les effectifs liés au réemploi sont estimés à plus de 21 000 ETP** en 2017. Entre 2014 et 2017, pour les acteurs dont les données de 2014 sont connues, c'est-à-dire à périmètre constant, les effectifs totaux sont en stagnation.

Cette stagnation exprime plusieurs tendances rencontrées par les acteurs de l'ESS, à savoir les difficultés de certains acteurs sur des filières bien particulières, à mettre en regard de l'essor d'autres types d'acteurs dont le modèle est en expansion.

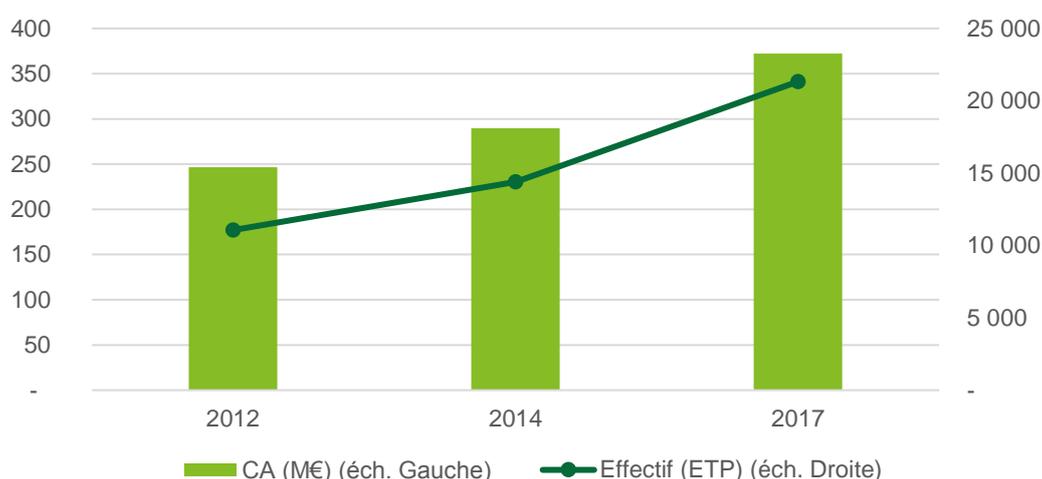


Figure 25 : Evolution du CA et des effectifs des structures de l'ESS entre les versions 2012 et 2017 du panorama



Les données obtenues auprès des réseaux de l'ESS datent pour la plupart de 2015 mais néanmoins, quelques réseaux ont pu transmettre les données 2016. Il s'agit essentiellement de réseaux de grande envergure en termes de nombre de structures et de réseaux dont les types de biens traités les obligent à mener un suivi accru. C'est le cas pour les biens assujettis à une filière REP, tels que les EEE, les EA et les TLC, pour lesquels des obligations de déclaration de flux s'appliquent. L'installation progressive des filières REP permet ainsi d'améliorer la qualité du suivi des flux sur le secteur de l'ESS.

III.2.1.1 A l'image des recycleries, les structures essaient et se développent

Les recycleries sont particulièrement portées par les politiques locales et les collectivités, notamment au sein de réseaux liés aux collectivités comme le Comité National de Liaison des Régies de Quartier (CNLRQ) ou le réseau AMORCE : ces deux acteurs encouragent la mise en place de recycleries sur le territoire, en proposant parfois un accompagnement et en diffusant des retours d'expérience et les bonnes pratiques.

Parallèlement, de nombreuses collectivités locales mettent en place des zones de réemploi en déchèterie et encouragent la mise en place de recycleries afin de répondre aux objectifs fixés par la Loi de Transition Energétique, à savoir une diminution de 10 % des déchets ménagers et assimilés (le réemploi étant l'un des axes d'amélioration permettant d'atteindre cet objectif).

Le déploiement important du modèle des recycleries a donc été principalement impulsé par les collectivités locales mais s'est ensuite amplifié grâce à la portée environnementale de ces structures : tout en conservant sa mission sociale, avec une part importante d'emplois d'insertion, ce modèle s'est essentiellement développé sur sa vocation environnementale, en réponse aux enjeux actuels.

A titre d'exemple, la taille du Réseau des Ressourceries a plus que doublé et le nombre d'ETP a triplé entre 2011 et 2015.

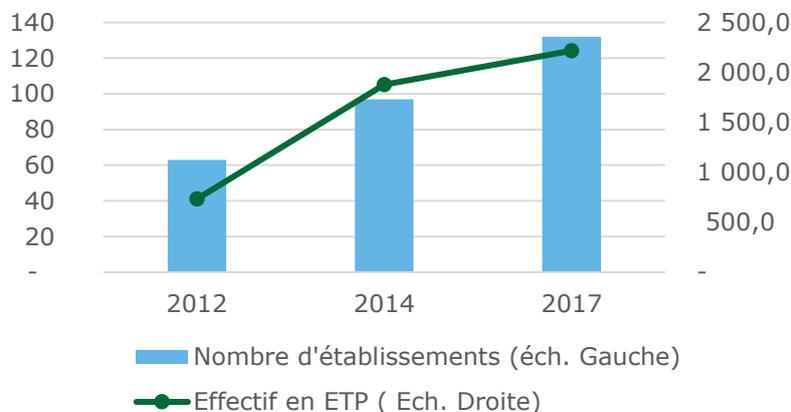


Figure 26 : Exemple d'évolution du CA et des effectifs du Réseau des Ressourceries entre 2012 et 2015

D'autre part, de nouveaux modèles se créent et s'installent durablement dans le paysage des acteurs de l'ESS : c'est le cas de l'Heureux Cyclage, réseau d'ateliers de réparation de vélo à vocation sociale, pour lequel l'ensemble des indicateurs sont à la hausse depuis 2013.



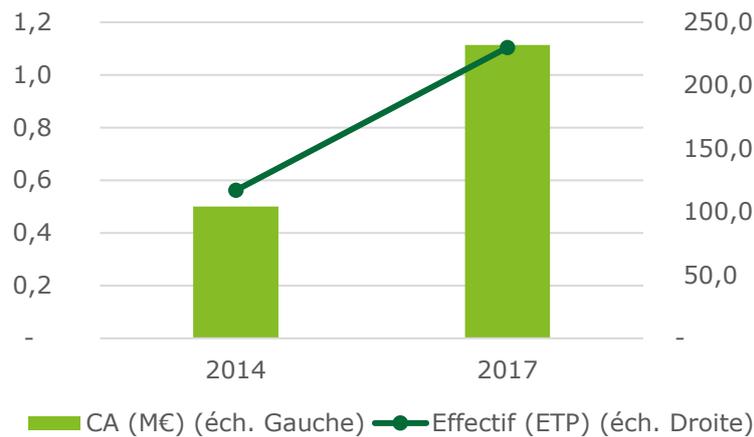


Figure 27 : Evolution du CA et des effectifs de l'Heureux Cyclage entre 2014 et 2016

On peut expliquer ce développement important par l'insertion de l'acteur sur un secteur d'activité où la concurrence est faible voire inexistante, sur un sujet fort qu'est celui des transports alternatifs à l'automobile, là aussi en adéquation avec les enjeux environnementaux actuels. Le réseau a pu bénéficier d'un engouement important auprès des populations, notamment avec une hausse importante du nombre de bénévoles impliqués.

III.2.1.2 Les filières des EEE et du TLC en proie à des difficultés

Certains réseaux d'acteurs de l'ESS rencontrent des difficultés sur les filières des EEE et de TLC pour obtenir des gisements de qualité et importants.

Sur la filière des EEE, les acteurs historiquement impliqués dans la collecte, la réparation et la vente de ce type de bien se trouvent aujourd'hui confrontés à une concurrence accrue de la part de l'économie conventionnelle. Celle-ci se manifeste principalement sur la filière des EEE « bruns » et « gris », c'est-à-dire les produits informatiques et de télécommunication, en raison de leurs valeurs économiques importantes et met à mal des acteurs de l'ESS tels que les Ateliers du Bocage²⁸ comme illustré par la Figure 28.

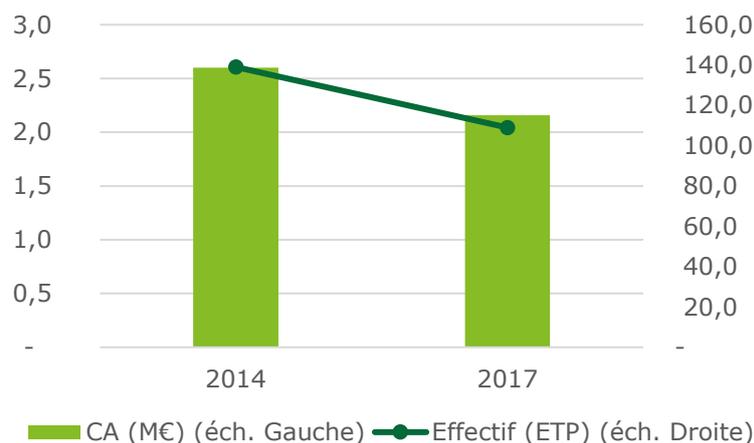


Figure 28 : Evolution du CA et des effectifs des Ateliers du Bocage entre 2013 et 2015

²⁸ Les Ateliers du Bocage est une entreprise d'insertion et adaptée appartenant au mouvement Emmaüs. Les Ateliers du Bocage interviennent dans la fabrication et le recyclage de palettes en bois, la collecte et le tri de consommables bureautiques, le recyclage et le réemploi de matériels informatiques et téléphoniques en France.



Le secteur de l'électroménager est impacté dans une moindre mesure par le faible intérêt de l'économie conventionnelle en raison du coût encore important de la réparation, et apparaît à ce jour comme un marché de niche au regard des équipements « gris ». Cependant, les acteurs de l'ESS historiquement impliqués dans des activités de la deuxième vie des biens électroménagers redoutent l'insertion de l'économie conventionnelle sur ce secteur, en alertant notamment au bon respect des règles relatives au statut de déchet, à appliquer de manière équitable à l'ensemble des acteurs.

Ces difficultés poussent les réseaux à repenser leur modèle économique, par exemple en développant leurs activités sur d'autres types de produits comme le tri de cartouches d'impression ou la rénovation des palettes de transport (cas des Ateliers du Bocage), ou bien en élargissant leur offre de services à la réparation sans changement de propriétaires ou à la vente de pièces détachées comme Envie.

La filière TLC rencontre elle aussi des difficultés, liées principalement aux flux d'approvisionnement et de vente : la mise en place de la filière REP du TLC a permis l'augmentation de la collecte, notamment grâce aux efforts financiers de l'ensemble des acteurs de la filière TLC et à des objectifs de collecte inscrits dans le cahier des charges de l'éco-organisme Eco-TLC. On observe donc globalement une importante augmentation des quantités d'approvisionnement en TLC chez les acteurs de l'ESS, principales structures de collecte, du tri et du réemploi ou de la réutilisation.

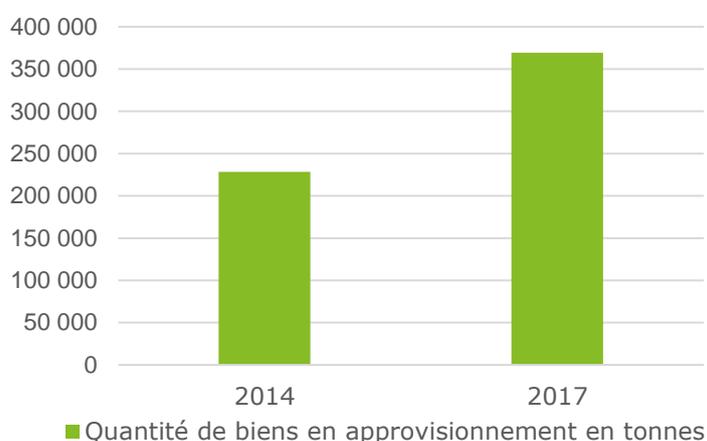


Figure 29 : Evolution des quantités d'approvisionnement en TLC entre 2014 et 2017 en poids

Cependant, cette augmentation de la collecte est marquée par une forte baisse de la qualité du gisement collecté, principalement due à la baisse de qualité générale des produits neufs bas de gamme et à la massification de la collecte. Les acteurs se retrouvent donc, pour la plupart, avec une quantité croissante de TLC dont la qualité ne permet pas le réemploi, y compris à l'étranger : ils sont donc contraints d'éliminer ces stocks auprès d'unités de valorisation énergétique ; élimination qui leur est généralement facturée et pour laquelle les coûts liés à la logistique sont à leur charge. La situation apparaît comme critique pour certains acteurs de moins grande envergure en termes de structures, notamment pour ceux dont le TLC est au cœur de leurs activités.

III.2.1.3 L'économie sociale et solidaire endosse sa mission sociale

Par définition, les structures de l'ESS sont avant tout des acteurs dont la vocation première est la solidarité et l'utilité sociale. Ce principe de solidarité s'observe particulièrement dans les emplois engrangés par le secteur de l'ESS, soit plus de 21 000 ETP au total.



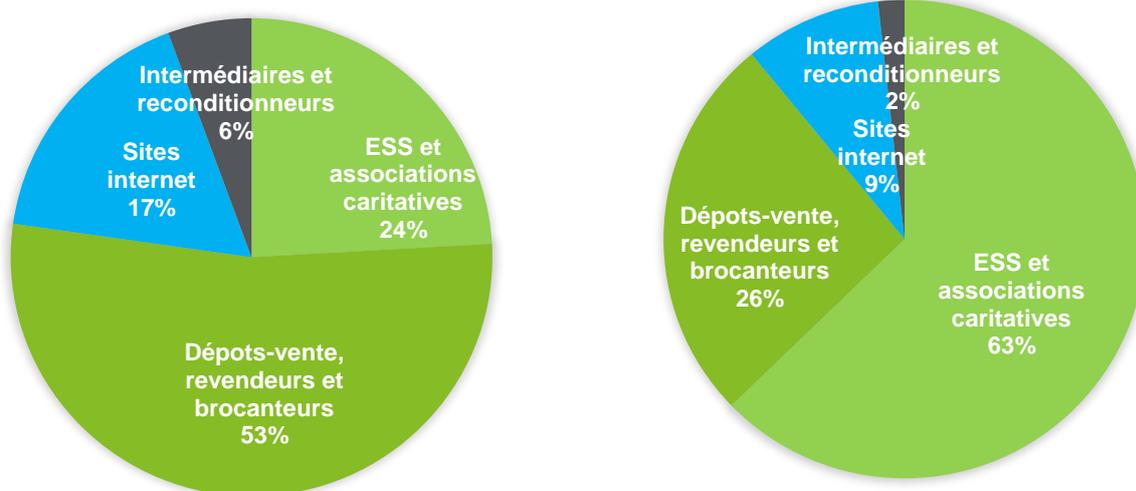


Figure 30 : Répartition par type d'acteurs du chiffre d'affaires (à gauche) et des ETP (à droite) générés par le secteur de la deuxième vie des biens ménagers lors du panorama 2017

Ainsi, l'ESS ne représente que 24 % du secteur en termes de chiffre d'affaires, alors qu'elle représente 63 % des emplois engrangés par les activités de la deuxième vie des biens ménagers, ce qui montre que l'ESS endosse pleinement sa mission sociale et réussit à pérenniser son modèle dans un secteur en pleine évolution.

Finalement, et malgré quelques difficultés rencontrées sur certaines filières, l'ESS reste bien ancrée dans le secteur en parvenant à se moderniser et à se saisir des enjeux actuels et s'imposer comme l'une des références de la deuxième vie des biens ménagers.

III.2.2. Les Intermédiaires et reconditionneurs, des acteurs à forte valeur ajoutée économique

Acteurs de l'économie conventionnelle, les intermédiaires et reconditionneurs se différencient par une forte création de valeur économique comme l'illustre la comparaison du rapport du chiffre d'affaires 2016 par employé de chacune des grandes catégories d'acteurs de la deuxième vie des biens ménagers (Figure 31).

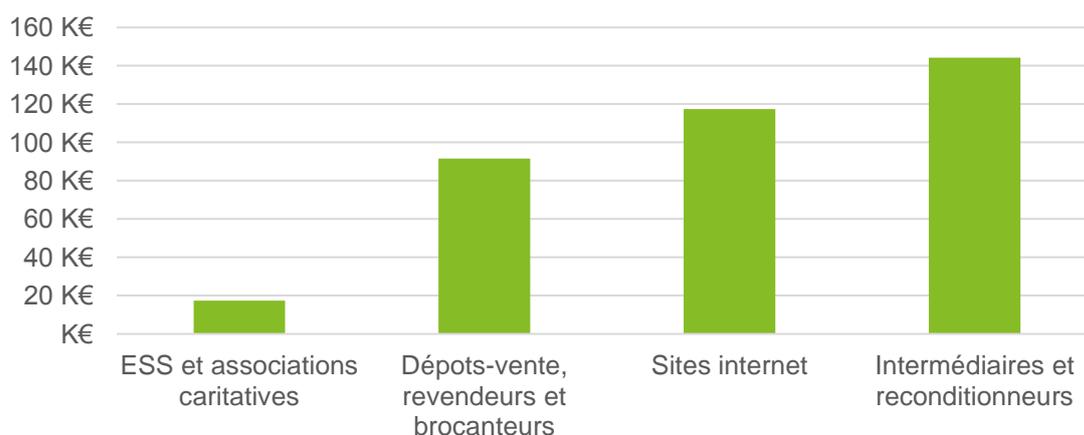


Figure 31 : Chiffre d'affaires par ETP du panorama 2017 pour chaque catégorie d'acteurs de la deuxième vie des biens ménagers



Les intermédiaires et reconditionneurs présentent un taux de réemploi particulièrement élevé (93 %), même s'il est inférieur à celui des dépôts-ventes et revendeurs (100 %) qui pratiquent un fort écrémage qualitatif des biens en approvisionnement en les achetant à l'unité (auprès des particuliers et professionnels). Les intermédiaires et reconditionneurs achètent également leurs biens mais sous forme de lot pour la plupart et ne peuvent pas s'assurer du potentiel de revente de chacun des produits appartenant à ces lots. Leur expertise réside dans leur capacité à identifier et à capter des lots à fort potentiel de revente (après réparation et reconditionnement ou non), selon leur nature et leur origine. Ainsi, le taux de réemploi obtenu est particulièrement élevé compte tenu de leur type d'approvisionnement.

Au contraire, les biens réemployés et réutilisés par les acteurs de l'ESS ou par le biais des plateformes internet ne passent par cette étape d'écrémage et de sélection, et possèdent donc un taux de réemploi plus faible :

- Les acteurs de l'ESS sont largement approvisionnés à partir de dons et de flux de déchets (notamment redirigés par les éco-organismes), ce qui limite la part des produits pouvant potentiellement connaître une seconde vie (la sélection est effectuée une fois le bien entré en leur possession, d'où un taux de réemploi plus faible) ;
- Les plateformes internet sont des espaces de mise en vente où l'écrémage des annonces mises en ligne est peu fréquent et où tout le monde est libre de mettre à la vente ce qu'il souhaite. Les produits proposés n'étant pas toujours en cohérence avec les attentes des potentiels acheteurs, le nombre d'annonces trouvant effectivement preneur est limité. Il arrive aussi qu'un même objet soit mis en vente sur plusieurs plateformes, réduisant ainsi le taux de conversion des annonces (pourcentage d'annonces faisant effectivement l'objet d'une vente). En effet, un bien peut être mis en vente sur plusieurs plateformes mais ne peut être vendu qu'une seule fois.

Tableau 8 : Flux de vente en euros par tonne et taux de réemploi pour chaque catégorie d'acteurs de la deuxième vie des produits

	ESS	DV/RV	Internet	Intermédiaires
Flux de vente en euros par tonne	1 775	2 162	4 743	20 677
Taux de réemploi	38 %	100 %	24 %	93 %

D'autre part, la forte valeur ajoutée des intermédiaires et reconditionneurs s'explique naturellement par le type de biens traités ; la quasi-totalité de ces acteurs ne travaillant que sur des EEE à forte valeur unitaire (ordinateurs, téléphonie mobile). Cette différence s'observe au niveau du flux de vente en euros par tonne dont la valeur est particulièrement importante pour les intermédiaires et reconditionneurs, en comparaison avec les autres acteurs, multi-flux pour la plupart.

Ainsi, l'ensemble de ces données sont bien en adéquation avec le modèle économique de ces acteurs principalement mono-flux sur des EEE, avec une activité de réparation et de redirection des flux à forte valeur ajoutée.

Les intermédiaires et reconditionneurs ont fait l'objet d'un focus particulier pour cette édition du panorama. Cependant, étant nouvellement intégrée à l'étude, cette catégorie d'acteurs ne bénéficie pas du même recul que les autres catégories en termes d'historique des données.



III.2.3. Les sites internet, des acteurs en restructuration qui continuent d'accroître leur part de marché sur le secteur

Les sites internet participent pour une très large part au secteur de la deuxième vie des produits. Ils ont réalisé près de 264 millions d'euros de chiffre d'affaires dédié au réemploi en 2017, et emploient environ 3 000 ETP. Si leur chiffre d'affaires n'est pas révélateur, puisque la plupart d'entre eux se rémunèrent avec la publicité ou via des commissions à la vente, les flux de vente qui passent par leurs plateformes sont les plus importants du secteur de la deuxième vie avec 420 000 tonnes de biens réemployés.

La Figure 32 permet d'illustrer l'importance des sites internet dans le secteur de la deuxième vie, d'autant plus en considérant le nombre de structures pour chacune de ces catégories d'acteurs, à savoir une vingtaine pour les sites internet contre plus de 4 000 pour les dépôts-ventes et revendeurs.

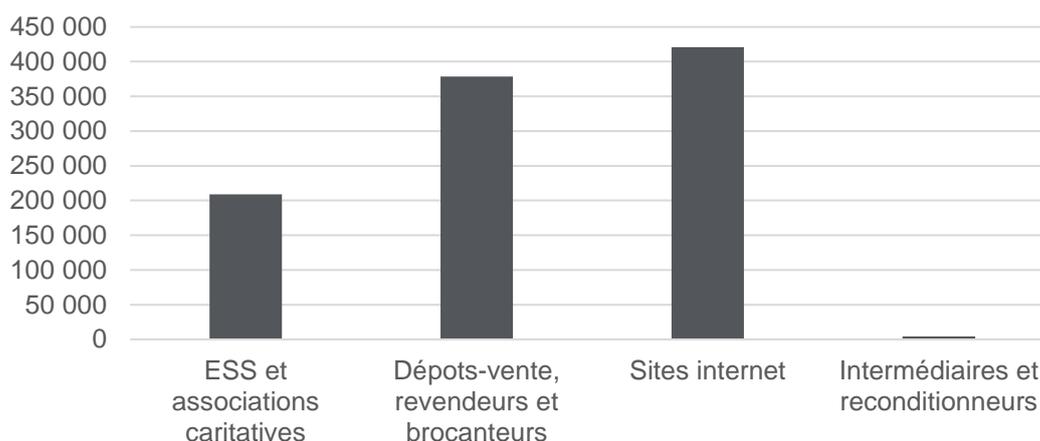


Figure 32 : Flux de vente en tonnes des différents acteurs de la deuxième vie des biens ménagers

Ce modèle de plateforme numérique connaît une activité en forte hausse, avec une augmentation du tonnage de produits réemployés de 50 % et une hausse du chiffre d'affaire de près de 200 % depuis le panorama 2014. A périmètre constant, le chiffre d'affaires a augmenté de 55 % et le tonnage de produits réemployés de 77 %, ce qui montre l'influence grandissante qu'ont ces acteurs sur le marché de la deuxième vie. En effet, ils participent à la fluidification des échanges de biens, en facilitant la mise en relation des vendeurs et acheteurs via une offre de service toujours plus perfectionnée, mais servent également de vitrines de vente à certains professionnels de la deuxième vie comme les intermédiaires et reconditionneurs²⁹.

La Figure 33 montre l'importance des sites de petites annonces, principalement représentés par leboncoin, par rapport au reste du secteur de la deuxième vie des produits.

²⁹ Les données des flux de vente des reconditionneurs et intermédiaires sont vraisemblablement sous-estimées en raison du faible taux de retour des acteurs de ce segment de marché.



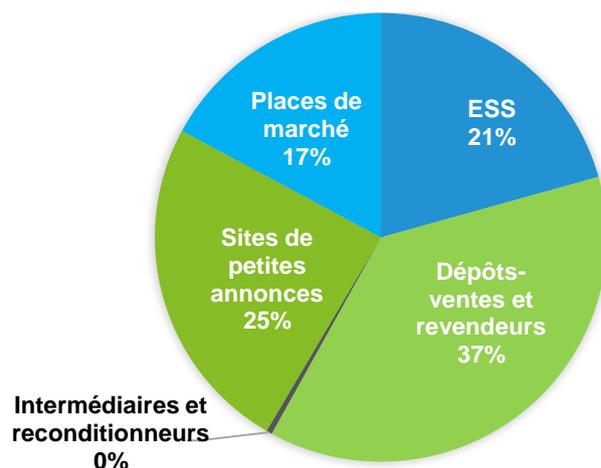


Figure 33 : Répartition des flux de vente en tonnes des acteurs de la deuxième vie des biens ménagers

L'ensemble des indicateurs des sites de petites annonces sont à la hausse, illustrant ainsi la démocratisation du geste d'offrir une deuxième vie à ses produits mais surtout celui d'acheter des produits de seconde main. En effet, ces plateformes ont enregistré en 2017 plus de 100 millions de mises en vente de biens ménagers. Parmi ces acteurs, leboncoin continue son ascension et s'impose comme le premier acteur de la deuxième vie des produits en France, avec près de 250 000 tonnes de biens vendus via leur plateforme en 2017 contre 165 000 en 2014.

Parallèlement à ces géants du secteur du réemploi, d'autres acteurs ont émergé sur le modèle des places de marché généralistes : les places de marché spécialisées qui s'intéressent uniquement à un type de produits. Ces acteurs en plein essor misent sur leur spécialisation, apparaissant comme les experts de leur domaine, à la fois pour la vente de produits comme pour l'achat. La sécurisation des transactions en ligne est un autre élément déterminant qui conduit de plus en plus de particuliers à passer par des sites internet intermédiaires de paiement, faisant office de tiers de confiance. En effet, pour 1 e-acheteur sur 5, la sécurité du paiement est un élément déterminant dans le choix de la facilité de paiement³⁰.

Les parts de marché des places de marché spécialisées par rapport à celles des autres sites internet sont très disparates selon le type de produits vendu : elles se sont particulièrement développées sur les filières du TLC et des livres, CD et DVD, comme l'indique la Figure 34.

³⁰ CSA Research pour Cofidis France, 2016 – étude réalisée auprès d'un échantillon de 1 003 Français fin 2016



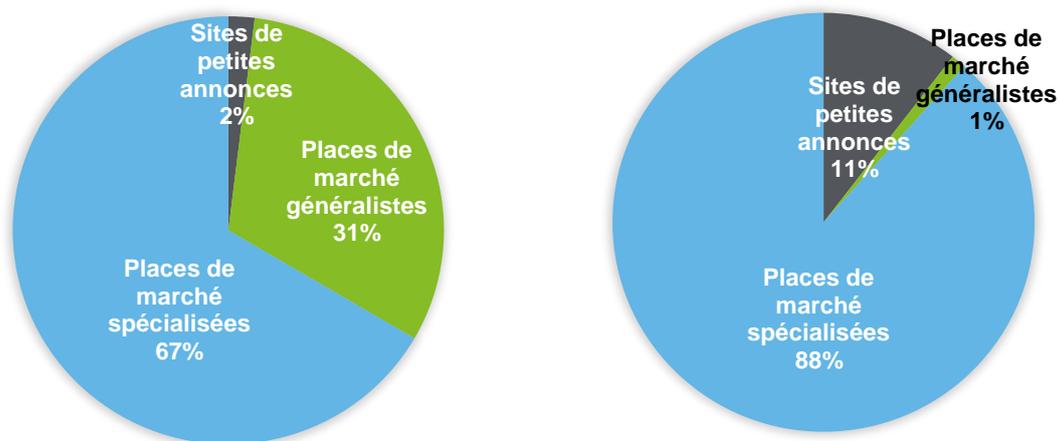


Figure 34 : Répartition des tonnages de TLC (à gauche) et de livres, CD et DVD (à droite) entre les différents acteurs des sites internet

Ainsi, elles représentent 43 % du chiffre d'affaires des sites internet avec 115 millions de chiffre d'affaires en 2017, pour seulement 16 % des tonnages vendus via leur plateforme. Cet écart s'explique notamment par leur modèle économique misant sur la qualité des biens vendus grâce à un écrémage à la source des produits mis en vente. Certains sites enrichissent leur prestation avec une offre de service et de conseil développée, justifiant des commissions à la vente souvent plus élevées que pour les places de marché généralistes. A noter que leur présence se développe de plus en plus sur l'ensemble des typologies de produits, et qu'il existe à ce jour au moins une place de marché spécialisée par type de bien ménager.

Les places de marché généralistes, telles qu'eBay et PriceMinister, voient également leurs indicateurs évoluer à la hausse, avec une augmentation de 43 % des tonnages de produits vendus via leur plateforme (105 000 tonnes vendues en 2017). Les données relatives au chiffre d'affaires et aux ETP ne sont pas comparables avec celles du panorama 2014 compte-tenu du faible nombre de données qui avaient pu être recueillies.

Néanmoins, une comparaison des audiences internet (nombre de visiteurs uniques par mois) des principales places de marché généralistes sur les années 2015 et 2016 montre une certaine baisse de régime pour ces acteurs. Cette baisse peut être imputée en partie à la montée en puissance des places de marché spécialisées qui s'installent durablement sur le marché de la deuxième vie. Les résultats des places de marché généralistes sont aussi biaisés par la non-comptabilisation des audiences sur leurs propres applications mobiles, pourtant à la hausse.

Le développement des places de marché, généralistes comme spécialisées, reflète le besoin, de la part de l'acheteur comme du vendeur, d'un tiers de confiance capable d'intervenir à tous les niveaux de la vente via son offre de services (sécurité bancaire, logistique, intervention en cas de litige, etc.). Cette offre de service les distingue des sites de petites annonces pour lesquels l'offre de service est limitée mais gratuite.

III.2.4. Les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs, vers un modèle unique en plein essor

De manière générale, les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs semblent connaître un développement important de leurs activités. Ils représentent en 2017 près de 819 millions d'euros de chiffres d'affaires, pour près de 9 000 ETP et 380 000 tonnes de biens réemployés, soit des chiffres en très nette augmentation par rapport à 2014 (voir Tableau 7).

L'analyse des données de ces acteurs est limitée aux revendeurs en réseaux et dépôts-ventes en réseaux afin d'écartier les données peu fiables relatives à l'activité des indépendants (voir Figure 35).



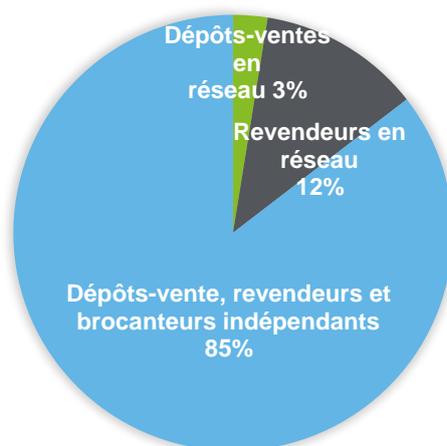


Figure 35 : Part des acteurs en réseau au sein des dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs

En 2016, ce sont donc près de 420 millions d'euros de chiffre d'affaires qui ont été générés au titre du réemploi par les acteurs en réseau, pour 2 800 ETP et 260 000 tonnes de produits réemployés.

Le développement des acteurs de la catégorie est différencié selon la typologie car alors que les réseaux de revendeurs se développent, les réseaux de dépôts-ventes sont sur le déclin pour la plupart (voir Figure 36)

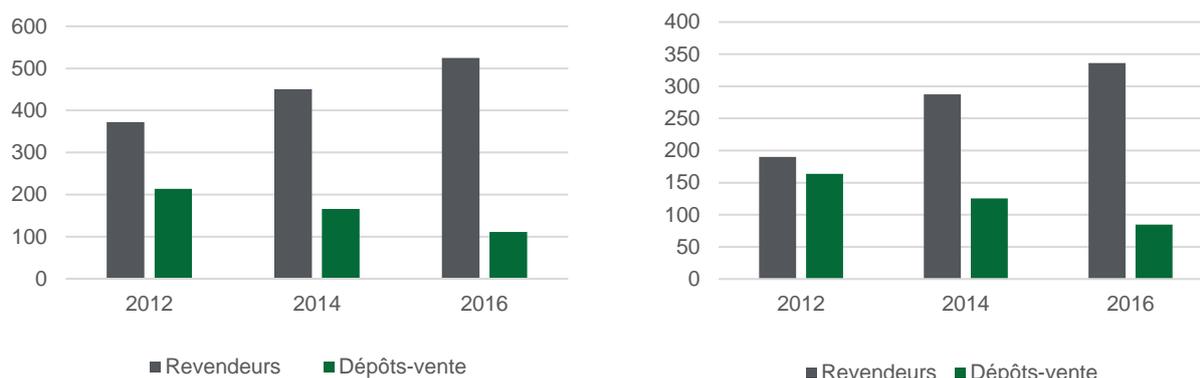


Figure 36 : Evolution du nombre de structures (à gauche) et du chiffre d'affaires en M€ (à droite) des revendeurs et dépôts-ventes en réseau

L'activité des revendeurs en réseau est particulièrement orientée vers le high-tech dont la téléphonie mobile qui représente près de 30% du chiffre d'affaires pour certains réseaux. Ces acteurs profitent du succès que connaît la filière et peuvent ainsi développer leur réseau, avec pour priorité de proposer au vendeur comme à l'acheteur une offre de service toujours plus complète. En comparaison aux autres acteurs placés sur les EEE, ils ont l'atout d'avoir un contact privilégié avec le vendeur et l'acheteur, ce qui leur permet d'avoir une véritable valeur ajoutée auprès du client. Leur organisation en réseau leur permet également de résister face à la concurrence d'internet, en mettant en avant ce lien direct avec la clientèle et une offre de services proche de celle du neuf.

Au contraire, les dépôts-ventes en réseau sont historiquement situés sur le marché du mobilier et de la décoration dont le secteur de la deuxième vie connaît à ce jour quelques difficultés. En effet, le marché du mobilier et de la décoration est avant tout dicté par la mode et les goûts des consommateurs qui évoluent très rapidement, ce qui a tendance à ralentir les ventes en mobilier ancien (si aucune valeur ajoutée n'est apportée au produit). Les dépôts-ventes se retrouvent donc en perte de vitesse compte-tenu du décalage de leur offre avec la demande. Ces acteurs souffrent également de leur modèle économique, puisque les metteurs en vente préfèrent pour la plupart le système de l'achat cash, comme dans le cas des revendeurs.



Les dépôts-ventes sont donc obligés de repenser leur modèle, à la fois en intégrant une plus grande part de neuf (issu d'approvisionnements réguliers ou de déstockages) dans leur offre de vente, mais aussi en proposant une offre de services toujours plus complète et en considérant l'achat cash dans leur modèle économique.

A noter que les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs indépendants proposent des produits similaires aux dépôts-ventes en réseau en termes de types de produits proposés en boutiques. Ils connaissent pour la plupart les mêmes difficultés.

III.2.5. Chaque acteur tente de capter une partie de la valeur de la filière des équipements électriques et électroniques, concurrentielle et sous tension

Les EEE sont des produits à fortes valeurs unitaires qui sont donc convoités par l'ensemble des acteurs du secteur, aussi bien les revendeurs en réseau que les sites internet, les intermédiaires et reconditionneurs et l'ESS.

La filière des EEE est celle où la demande en produits de seconde main est la plus élevée, motivée par l'avantage économique de ces biens ; l'écart de prix avec les produits neufs étant bien moins ténue que dans les autres filières en particulier sur le high-tech, dont le secteur de la téléphonie. Les prix élevés du neuf motivent une demande toujours plus importante sur les biens de seconde main, si bien que l'offre est dépassée par la demande. Il existe ainsi un vrai boom sur l'activité des mobiles et également sur le gros électroménager high-tech, marché auquel l'économie conventionnelle ne s'est pas encore véritablement intéressée.

Sur le segment du high-tech, et plus particulièrement de la téléphonie, l'offre est avant tout limitée par la taille du gisement de mobiles potentiellement réemployables ou réutilisables, ce qui rend le marché ultra-concurrentiel compte-tenu de la multiplicité des acteurs qui se sont saisis des opportunités de ce marché. Cette concurrence au niveau des approvisionnements menace les activités des acteurs de l'ESS appartenant à ce même secteur d'activité (dont les Ateliers du Bocage), mais aussi des acteurs conventionnels comme l'illustre la fermeture récente ou délocalisation de reconditionneurs spécialisés.

Cette fragilisation de l'activité des reconditionneurs français repose essentiellement sur le coût de la main d'œuvre, l'un des principaux coûts liés au reconditionnement d'un appareil mobile. En effet, la multiplication du nombre d'acteurs sur le secteur entraîne une concurrence féroce, avec une logique de rationalisation des coûts toujours plus performante. Ainsi les leaders de la seconde vie des mobiles, faisant généralement sous-traiter l'étape de reconditionnement, préfèrent pour certains délocaliser leur étape de sous-traitance dans des pays où la main d'œuvre est moins chère, afin de proposer des prix plus concurrentiels sur le rachat et la revente de mobiles par rapport à des entreprises de reconditionnement faisant appel à des sous-traitants français.

Certains acteurs réfléchissent actuellement au potentiel économique d'autres flux d'EEE que le high-tech et les mobiles, en fonction de la marge qui existe vis-à-vis de la concurrence du neuf bas de gamme et des opportunités de développement du secteur de l'occasion sur ce type de marché.



III.3. Dynamique générale et impact du secteur des nouvelles typologies de produits

Les nouvelles typologies de produits ne bénéficient pas du même recul que la filière des biens ménagers. Aussi seules les tendances identifiées auprès des parties prenantes du secteur permettent de donner un contexte aux chiffres obtenus.

A noter que ces filières disposent d'un système de suivi des flux très disparate, certaines données apparaissant donc plus fiables que d'autres : c'est le cas notamment pour les matériaux issus du BTP, ainsi que les pièces détachées de véhicule motorisé (hors pneumatique), pour lesquels presque aucun suivi n'est mis en place. Les indices de fiabilité des données sont présentés dans le

Tableau 6.

Pour certaines filières, telles que les cartouches d'impression et les pneumatiques, l'historicité des données obtenues permet une meilleure analyse de la dynamique sectorielle.

Ainsi, au global, les nouvelles typologies de produits représentent un volume de biens réemployés/réutilisés de l'ordre de 55 millions de tonnes, chiffre réalisé en majeure partie par les activités de réemploi et réutilisation des matériaux et produits issus du BTP. Ainsi, en dehors des matériaux issus du BTP, ce sont près de 3,2 millions de tonnes de biens qui ont connu une deuxième vie, soit bien plus que pour les biens ménagers.

Les filières de deuxième vie des nouvelles typologies de produits représentent également 1,4 milliards de chiffre d'affaires pour 8 615 ETP en estimation basse, les données de chiffre d'affaires et de nombre de salariés étant incomplètes.

Tableau 9 : Suivi des indicateurs des nouvelles typologies de produits

Type de biens		CA réemploi (M€)	Nombre de salariés (ETP)	Biens réemployés / réutilisés (t)
		2017	2017	2017
Emballages	Palettes	415	2767	1 650 000
	Conteneurs IBC	40,2	288	24 180
	Bouteilles de gaz	Nd*	Nd*	708 840
	Emballages en verre	Nd*	Nd*	227 000
Cartouches d'impression		57	700	2 385
Pneumatiques	Occasion	Nd*	357	51 321
	Rechapage	269	1800	38 435
Pièces détachées	Occasion	280	Nd*	313 908
	Echange standard	343	2 703	192 029
Matériau issus du BTP	Matériaux issus du bâtiment	Nd*	Nd*	4 600 600
	Matériaux issus des Travaux Publics	Nd*	Nd*	47 257 500

*Nd : Non défini



Le Tableau 9 donne les principales données 2017 relatives aux nouvelles typologies de produits : ce tableau est lacunaire, certaines données n'existant pas à un niveau consolidé et étant difficiles à estimer. Pour certains types de produits tels que les emballages en verre ou les bouteilles de gaz, c'est l'achat du contenu qui génère les différents flux monétaires, et donc aucun chiffre d'affaires relatifs aux activités de deuxième vie n'a été comptabilisé.

La filière de la deuxième vie des matériaux issus du BTP est très peu suivie, et il y a très peu d'acteurs spécialisés dans le réemploi (dont le cœur de métier est d'offrir une deuxième vie au bien) et le réemploi directement sur site est assez développé dans le TP si bien que l'estimation du chiffre d'affaires et du nombre d'emplois n'a pas pu être faite.

Les matériaux issus du BTP représentent un volume très important de plus de 50 millions de tonnes de produits réemployés et réutilisés hors site (le volume réemployé directement sur site n'a pas pu être estimé), ce qui représente environ 25 % des déchets produits annuellement par ce secteur. Au contraire les cartouches d'impression représentent 2 385 tonnes de biens réemployés et réutilisés mais leur taux de réemploi s'élève à 45 % en 2017.

III.3.1. Les emballages industriels et ménagers, une question de coopération et de conception

La Figure 37 permet de présenter globalement le secteur du réemploi et de la réutilisation des emballages. L'activité de réemploi/réutilisation de palettes est particulièrement développée, avec un volume de 1,7 millions de tonnes réemployées chaque année, masquant ainsi l'importance des autres activités de réemploi. En termes d'unités, les bouteilles en verre représentent un parc réemployé plus important, avec plus de 552 millions d'unités réutilisées chaque année contre 95 millions d'unités pour les palettes.

Le marché du réemploi des IBC est beaucoup moins important. Cependant, cette filière économiquement viable est bien installée. Elle reste limitée par le caractère international des produits contenus, qui restreignent le gisement d'emballages réutilisables, ainsi que par la réglementation relative à ces produits, qui permet ou non la réutilisation selon leur niveau de dangerosité.

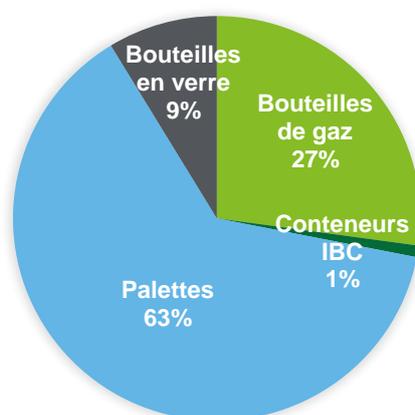


Figure 37 : Répartition en tonnage des emballages réemployés ou réutilisés

La condition principale de fonctionnement d'une filière de la deuxième vie des emballages tient dans la conception de l'emballage : il faut que celui-ci soit, par nature, suffisamment robuste mais aussi qu'un effort soit fait dans sa conception pour lui permettre plusieurs rotations, c'est-à-dire plusieurs utilisations.

Cette condition est particulièrement bien remplie pour les bouteilles de gaz dont la durée de vie est de l'ordre de 50 ans : le circuit de récupération des bouteilles, de la logistique retour et du re-remplissage des bouteilles est en place depuis de nombreuses années si bien que le taux de réemploi atteint à ce jour 99,8 %. Ce résultat est le fruit de l'investissement et de la volonté de l'ensemble des acteurs de la filière.



Concernant la bouteille en verre re-remplissable, dite « consignée », dans les cafés, hôtels et restaurants (CHR), la pérennisation du système de consigne est également portée par la volonté des acteurs de la filière (producteurs de boisson, distributeurs et CHR) qui doivent organiser leur logistique en conséquence.

Les bouteilles en verre nécessitent également une conception spécifique pour être plus robuste en vue d'augmenter leur durée de vie et donc leur nombre d'utilisations. L'ensemble de ces facteurs permettent à plus de 227 000 tonnes de bouteilles en verre d'être réemployées chaque année, dont seulement 7 000 tonnes à partir du gisement des particuliers (en consommation à domicile, en opposition avec la consommation hors-domicile dans les CHR). Ce faible chiffre s'explique d'une part par l'importance des emballages autres que le verre dans la grande distribution, dont le plastique, et d'autre part par la prévalence du recyclage sur la mise en place de circuits de bouteilles re-remplissables. Une étude³¹ est en cours au sujet de la consigne auprès des particuliers.

Concernant les emballages industriels, le bon fonctionnement des filières de réemploi prend également ses origines à la conception du produit, tant pour les palettes que pour les IBC : la standardisation de ces emballages ainsi que leur robustesse initiale permettent d'alimenter en produits de bonne qualité le parc d'emballages. Les deux emballages industriels étudiés ont un fonctionnement et un taux de réemploi similaires, de l'ordre de 65 % pour les conteneurs IBC et de 75 % pour les palettes. Le marché du second est très local du fait d'une zone de chalandise limitée compte-tenu du faible prix d'une palette, contrairement au marché des IBC qui s'étend à l'échelle nationale. De même que pour les emballages ménagers, le réemploi et la réutilisation des emballages industriels tient à la volonté de tous les acteurs, et surtout à la bienveillance des utilisateurs des emballages, pour que la filière fonctionne.

III.3.2. Les cartouches d'impression, une filière structurée en bonne voie

La filière des cartouches d'impression est particulièrement bien suivie, notamment depuis la signature par la plupart des acteurs d'un Accord Cadre le 22 novembre 2011³². L'ensemble des déchets produits font l'objet d'un reporting de la part des acteurs, ce qui permet de suivre l'évolution des quantités de cartouches reconditionnées depuis 2013 (voir Figure 38).

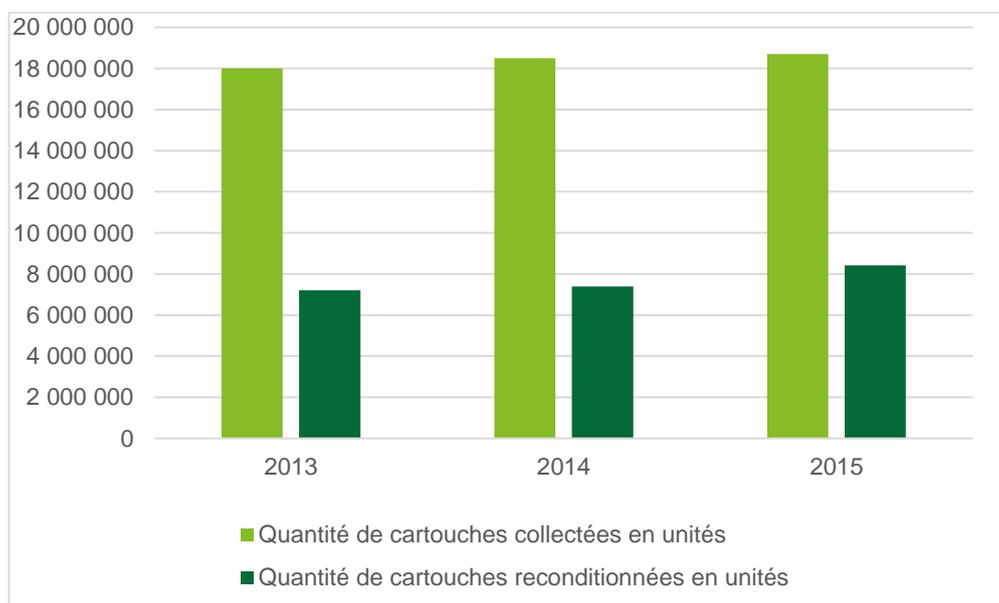


Figure 38 : Evolution de la quantité de cartouches collectées et reconditionnées en unités

L'analyse de ces données montre une augmentation simultanée des quantités de cartouches collectées et reconditionnées, ce qui reflète la volonté des acteurs d'améliorer la collecte et la valorisation de leurs

³¹ Spécifier quelle étude (titre, porteur ADEME, année)

³² Précisions succinctes sur cet accord-cadre ?



déchets. L'ensemble des acteurs œuvrent donc à leur manière pour promouvoir le reconditionnement des cartouches :

- Les fabricants versent une contribution financière auprès du consortium Conibi qui se charge, à la manière d'un éco-organisme, de redistribuer ces fonds pour soutenir la collecte et la valorisation des cartouches. Conibi, en tant que représentant de ses adhérents, progresse dans la collecte et le reconditionnement des cartouches avec un taux de réemploi en nette augmentation de 25 % en 2015 contre 10 % en 2014 ;
- Les collecteurs et reconditionneurs, acteurs historiques de la deuxième vie regroupés au sein de l'association France Cartouche Réemploi, s'inscrivent dans une démarche de sensibilisation des utilisateurs et d'amélioration du maillage de collecte afin de dynamiser la filière.

La collecte plafonne puisque seulement 25 % (en unités) des cartouches sont collectées en 2015, mais le taux de réemploi progresse, passant de 40 à 45 % entre 2014 et 2015. Néanmoins, on compte près de 62 % de taux de collecte en tonnes en raison du poids plus important des cartouches utilisées en entreprise pour lesquelles la collecte est bien meilleure, par rapport aux cartouches utilisées par les particuliers dont la plupart finissent dans les ordures ménagères. Toutefois, le taux de collecte augmente toutefois depuis la signature de la convention de filière, les efforts des acteurs signataires portant donc leurs fruits.

III.3.3. Les pneumatiques : la filière du rechapage en difficulté

Les pneumatiques bénéficient également d'un très bon suivi dans le cadre des obligations liées à la filière responsabilité élargie des producteurs. Ces obligations permettent de suivre de manière annuelle les différents flux de déchets de pneumatiques dont les données relatives au réemploi et à la réutilisation de pneumatiques.

La filière des pneumatiques est particulièrement bien structurée, avec des objectifs de collecte ambitieux proches des 95 % qui sont globalement atteints. La collecte, un des enjeux majeurs de la filière REP, apparaît donc comme un atout dans la filière de la deuxième vie des pneumatiques.

Deux types de réemploi/réutilisation sont distingués : le rechapage, essentiellement pour des pneus de poids lourd, et l'occasion, essentiellement pour des pneus de véhicule léger. Ces deux filières, au fonctionnement bien différent, présentent logiquement des tendances bien différentes.

De manière globale, le secteur de l'occasion se porte bien avec néanmoins une part importante de pneumatiques destinés à l'export (non présentés dans la Figure 39) qu'il est difficile de chiffrer. A noter que le secteur souffre de la filière illégale automobile et pneumatique, qui pille les pneus généralement de bonne qualité et limite ainsi le développement du secteur de l'occasion.

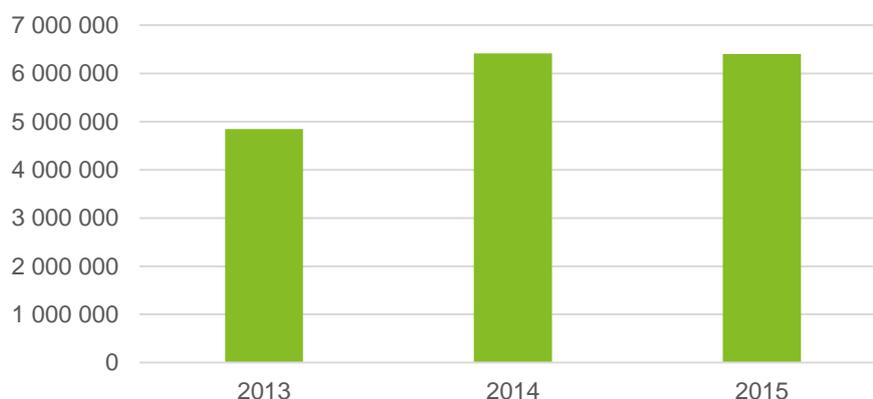


Figure 39 : Evolution des ventes de pneu d'occasion en unités



Le secteur du rechapage, lui, décline depuis plusieurs années, avec une baisse des volumes de pneus rechapés comme illustré par la Figure 40.

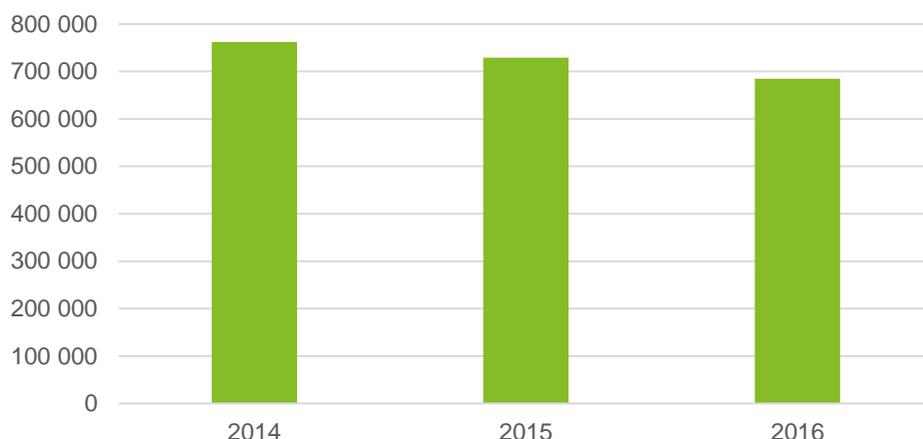


Figure 40 : Evolution des ventes de pneu rechapé en unités

Cette tendance à la baisse s'explique majoritairement par la concurrence des pneus bas de gamme à très bas prix provenant du marché asiatique : les transporteurs préfèrent ces pneus aux pneus rechapés mais investissent donc à court terme plutôt qu'à long terme (pneus de meilleure qualité et donc d'une plus grande durée de vie).

Cette concurrence avec les pneus neufs bas de gamme est exacerbée par la conjoncture, avec un prix du pétrole particulièrement bas qui avantage la production de pneus neufs à plus bas coût. Les acteurs du secteur espèrent néanmoins une relance, avec des ventes favorables au premier trimestre 2017.

A noter que l'Engagement pour la Croissance Verte, a été signé le 1^{er} février 2017 par l'Etat et plusieurs acteurs du secteur du rechapage poids lourd, dont le SNCP. Cet engagement a pour but la valorisation du rechapage pour l'allongement de la durée de vie des pneumatiques poids lourds. Il devrait notamment permettre, à partir des actions de l'Etat et des cosignataires qu'il engage, de redynamiser la filière du rechapage.

III.3.4. Les pièces détachées de véhicules motorisés, une filière mature

Les pièces détachées de véhicule motorisé représentent une catégorie de produits pour laquelle la filière de la deuxième vie est en place depuis longtemps. Les obligations de suivi liées à la filière de responsabilité élargie des producteurs des VHU ne bénéficient que dans une moindre mesure au suivi des flux de pièces détachées.

En effet, seul le flux de pièces détachées issues de VHU destiné à la réutilisation est connu mais aucune donnée n'est disponible concernant le taux de réutilisation effectif de ces pièces, ni la part destinée au marché de l'échange standard ou à celui de l'occasion, ni leur taux d'export. Ainsi la connaissance de la filière reste très limitée. Aucune historicité des valeurs n'a pu être obtenue, aussi les tendances du secteur sont qualitatives et basées sur les dires des acteurs.

L'échange standard connaît un chiffre d'affaires par pièce plus important que l'occasion du fait de la valeur ajoutée apportée aux pièces échange standard lors de l'acte de rénovation : les pièces ainsi rénovées ont la même qualité et les mêmes garanties que le neuf et sont donc vendues à un prix plus élevé que des pièces d'occasion. L'acte de rénovation induit un certain nombre de manipulations et donc de main d'œuvre qui représentait 2 700 ETP en 2016.

Néanmoins, pour maintenir leur activité, les rénovateurs se doivent d'élargir leur marché, soit en proposant la rénovation à d'autres types de pièces détachées (ouverture de nouvelles gammes en échange standard), soit en ouvrant leur marché à l'international. En effet, la qualité des pièces allant en s'améliorant, elles ont donc une durée de vie plus longue et ont besoin d'être remplacées moins fréquemment, ce qui réduit progressivement le marché national.

Le marché de l'occasion est plus faible en France (voir II.2.2.2) mais devrait être dynamisé suite à l'entrée en vigueur du décret n°2016-703 du 30 mai 2016 fixant les modalités de mise en œuvre de la mesure de la Loi de Transition Énergétique qui prévoit l'utilisation de pièces de rechange automobiles issues de l'économie circulaire. Le secteur n'a pour l'instant pas ressenti les impacts sur le marché à la suite de ce décret.

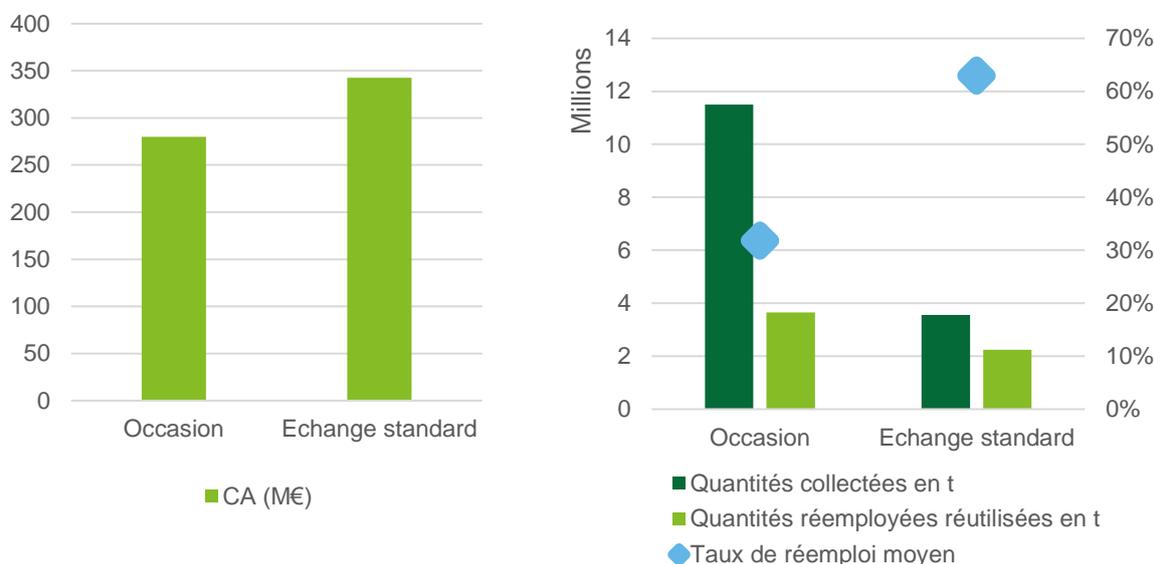


Figure 41 : Chiffre d'affaires, flux collectés et réemployés/réutilisés sur le marché de l'occasion et de l'échange standard

III.3.5. Les matériaux issus du BTP

Dans le secteur des Travaux Publics, le réemploi sur site et le réemploi/réutilisation hors site des matériaux de construction sont des pratiques courantes. Les volumes de matériaux de réemploi/réutilisation mis en œuvre sont importants : **47 millions de tonnes/an selon SOeS pour la réutilisation hors site** (voir Figure 42 ci-dessous). Cette situation peut s'expliquer par le fait que les matériaux s'y prêtent bien (terres excavées, agrégats d'enrobés, granulats, granulats pour ballasts de voies ferrées, ...) et qu'il existe déjà des documents techniques (normes, guides techniques, etc.) définissant des spécifications, le plus souvent pour des matériaux recyclés mais qui peuvent permettre un encadrement technique des pratiques de réemploi et de réutilisation. On peut citer par exemple le guide édité par le CEREMA sur l'acceptabilité environnementale de matériaux alternatifs en techniques routières ou le guide de réutilisation hors site des terres excavées en technique routière et dans des projets d'aménagement.

Le réemploi sur site est très développé et concernent quasiment tous les domaines d'activités du secteur des travaux publics :

- Par exemple, lors des travaux de requalification de la rue principale de la ville d'Unieux (42), impliquant la réfection des réseaux enterrés, l'entreprise de travaux a traité sur site, avec un liant hydraulique, les déblais excavés des tranchées, puis les a réutilisé comme matériaux de remblais auto-compactant. Cette solution a évité l'évacuation par camion et l'enfouissement de 7 400 m³ de matériaux.
- Lors de chantiers de construction ou de réhabilitation d'infrastructures routières, des matériaux excavés sont fréquemment réemployés.



Pour la réhabilitation de la RD 105 en Gironde, sur une portion de 8 km, l'entreprise en charge des travaux a opté pour le retraitement au liant hydraulique de l'ensemble des matériaux excavés, qui ont été ensuite utilisés pour la réalisation des nouvelles couches de fondation et de base. Si ce procédé n'avait pas été appliqué, il aurait fallu faire venir 55 000 tonnes de matériaux naturels depuis une carrière distante de 150 km.

Pour la déviation de la RD 901 à Troissereux, C'est près de 80 % de la craie extraite lors du chantier qui a été réemployée sur site, soit un volume de 378 000 m³ dont :

- 78 000 m³ en couche de forme (CDF) après traitement au liant hydraulique routier,
- 33 000 m³ en partie supérieure de terrassement (PST) après traitement au liant hydraulique routier,
- 163 000 m³ en remblai courant sans traitement,
- 104 000 m³ en remblai courant après traitement à la chaux.

Lors de la réfection des revêtements des routes, les entreprises de travaux peuvent mettre en œuvre des techniques consistant à raboter l'ancien enrobé sur une profondeur de 6 à 12 cm, puis à le traiter à froid en y ajoutant des additifs et à le réutiliser pour la nouvelle couche de base de la chaussée. Ce réemploi sur site de l'ancien enrobé permet une économie de matériaux naturels, une réduction des transports et économie d'énergie.

- Le ballast des voies de chemin de fer a une durée de vie de 15 à 40 ans. Chaque année, près de 2 millions de tonnes de ballast usagé doit ainsi être renouvelé. Une partie du vieux ballast est désormais traitée sur place par une unité mobile pour pouvoir à nouveau être utilisé. Sur ce type de chantier mobile, entre 30 et 50 % du ballast est réemployé directement sur la voie, après criblage directement sur le chantier. Le résidu de criblage est évacué et réutilisé en travaux routiers essentiellement. D'autres voies de réutilisation hors site du ballast dégarni dans les travaux ferroviaires sont également en cours d'étude par SNCF Réseau et notamment les opérations de ballast recomposé, la réutilisation en remblais techniques ou non, en sous-couche et structure d'assise, ...

Il existe également de nombreuses applications de réemploi / réutilisation hors site, on peut citer notamment :

- La réutilisation des terres excavées en technique routière ou dans les projets d'aménagement avec l'intervention possible de tiers de confiance qui peuvent mettre en relation l'offre et la demande et garantir la qualité des matériaux.
Certains grands maîtres d'ouvrage s'impliquent directement dans la gestion de leurs excédents de chantier. C'est le cas, par exemple, de l'Etablissement Public d'Aménagement de Paris Saclay qui, dans le cadre du projet d'aménagement du plateau de Saclay, a réalisé un travail amont pour définir les besoins en matériaux de construction, d'une part, et des quantités de matériaux produits par les travaux tout au long du chantier. L'EPPS s'est engagé dans le réemploi systématique des déblais de chantier. Il a imposé l'utilisation des terres récupérées dans les prescriptions des cahiers des charges des projets et a créé des plateformes temporaires d'entreposage à proximité des chantiers.
- La Ville de Paris a mis en place une logistique de réemploi de ses pavés et bordures en granit. Ainsi près de 50 % des 15 000 tonnes de granit posées annuellement sont issues du réemploi (pavés et de bordures de trottoir) et 10 000 tonnes de pavés et bordures en granit récupérées par an. Une plateforme dédiée au stockage et à la préparation du granit pour son réemploi a été installée à Bonneuil sur Marne, à 15 km du centre de Paris, sur une surface de 40 000 m². Cette plateforme est équipée d'installations spécifiques permettant le décrottage, le tri et la découpe des pavés et bordures. Pour mettre en place le circuit de réemploi, le granit est récupéré en sortie de chantier. Le règlement de voirie impose aux différents acteurs (entreprises, concessionnaires, ...) effectuant les travaux sur la voie publique d'acheminer les pavés et bordures vers la plateforme. Aujourd'hui, 70% du granit des chantiers parisiens est récupéré. La ville de Paris impose également l'utilisation des matériaux récupérés dans ses prescriptions en passant uniquement des marchés de pose (sans fourniture) avec sa maîtrise d'œuvre.



Pour le secteur du Bâtiment, selon l'enquête du SOeS³³, 4,5 millions de tonnes de déchets inertes sont réutilisées par les entreprises du bâtiment sur d'autres chantiers et environ 100 000 tonnes sont réutilisées pour les autres types de produits et équipements (éléments de structure, éléments de couverture, menuiseries, équipements sanitaires, électriques, équipements de chauffage, de plomberie, etc.). En ce qui concerne les matériaux mis en œuvre par les particuliers, le flux transite principalement par des sites de petites annonces tels que leboncoin avec près de 480 000 annonces postées chaque année³⁴. **Le gisement total dans le secteur du bâtiment est estimé à environ 5 millions de tonnes** (voir Figure 42 ci-dessous).

Dans ce secteur, si le réemploi/réutilisation des matériaux de déblais/remblais relève de pratique courante, des freins subsistent encore et limitent les pratiques de réemploi des produits de construction (éléments de structure, éléments de couverture, menuiseries intérieurs et extérieurs, revêtement de sol, etc.) et des équipements (équipements sanitaires, électriques, équipements de chauffage, de plomberie, etc.). Ces pratiques de réemploi de produits et d'équipement qui sont par exemple plus développées chez certains de nos voisins comme l'expérience de ROTOR en Belgique, restaient jusqu'à présent en France, assez expérimentales et plutôt limitées à des ouvrages à faibles contraintes (pavillon de l' Arsenal lors de la COP21, l'AgroCité du projet R-Urban, etc.). Mais l'intérêt croissant pour le réemploi de la part des acteurs français du bâtiment (maîtres d'ouvrage proactifs, collectifs d'architectes et bureaux d'études, entreprises de démolition, etc.) insufflé une dynamique nouvelle aux pratiques de réemploi. C'est le cas par exemple de grands maîtres d'ouvrage publics, comme Plaine Commune, qui mettent en place des démarches d'écologie territoriale faisant une place importante au réemploi et qui, s'ils n'ont pas les moyens et compétences en interne, s'entourent d'experts de ce domaine. On peut également citer le projet de la caserne de Reuilly de Paris Habitat : Sur le site d'une ancienne caserne militaire dans le 12^e arrondissement, Paris Habitat réalise une opération d'aménagement comprenant 600 nouveaux logements issus de la transformation de bâtiments existants et de la construction de nouveaux bâtiments ainsi que des équipements et un jardin public ouvert au quartier.

L'existence de produits de construction et d'équipements qualitatifs présents sur le site a poussé l'équipe de maîtrise d'ouvrage à intégrer le réemploi dans le projet. L'équipe s'est entouré de deux assistances à maîtrise d'ouvrage spécialisées sur le réemploi dans le bâtiment. Un inventaire des matériaux réemployables a été réalisé et les produits identifiés ont été catégorisés selon leur potentialité de réemploi. À partir des préconisations de réemploi in situ, une sensibilisation des équipes de maîtrise d'ouvrage a été menée, aboutissant à l'intégration de certains produits de réemploi dans les nouveaux projets : portes de placard réutilisées, cloisons de blocs sanitaires transformées en plans de travail, pavages, etc.

Des travaux de recherches ont également été réalisés pour consolider les connaissances et développer des méthodologies :

- Le projet DEMODULOR a travaillé pour l'avenir en proposant pour la déconstruction ou la rénovation des bâtiments futurs, des solutions constructives de prévention de la production de déchets grâce à une approche systématique de démontabilité. Leurs atouts sont de faciliter le tri sur chantier des systèmes et composants de structure et d'enveloppe en vue d'un recyclage ou d'une valorisation optimisée, et notamment du réemploi des matériaux et composants.
- REPAR en explorant le réemploi au regard de l'opérateur, avec un accompagnement de la maîtrise d'œuvre (MOE) de déconstruction, a permis d'établir une démarche de déconstruction, comprenant la réalisation d'un diagnostic « Ressources », la collecte de matériaux, les opérations de préparation au réemploi et enfin le réemploi effectif des matériaux. Le diagnostic « Ressources » aborde, notamment, trois aspects clés :
 - L'évaluation des performances et de la durabilité d'un gisement pressenti.
 - La définition du domaine de réemploi visé.
 - La validation de la faisabilité logistique d'une filière de réemploi.

Dans la continuité de cette première recherche, REPAR2 traite de l'aval de la filière en inscrivant de matériaux issus de dépose dans des projet d'architecture (aménagement urbains, construction), à partir de la mise en place des outils de projet, de dialogue et d'expertise, issus de REPAR.

³³ Enquête « Déchets et déblais produits par l'activité de construction en 2014 », SOeS (2017)

³⁴ Estimation issue de relevés statistiques directement sur le site leboncoin.fr, avec réalignement au scope de l'étude



- ReQualif a étudié la faisabilité technique et réglementaire de l'utilisation de 2 produits de dépose (fenêtres bois et isolants de toitures plates) via la mise en place de processus de réemploi spécifiques, la sélection des produits selon des critères d'aptitude à l'usage, la réalisation de déconstruction sélective de qualité et la réalisation d'ouvrages démonstrateurs.

Ces travaux et ces expérimentations permettront à terme l'ancrage des pratiques de réemploi dans la prévention des déchets du Bâtiment.

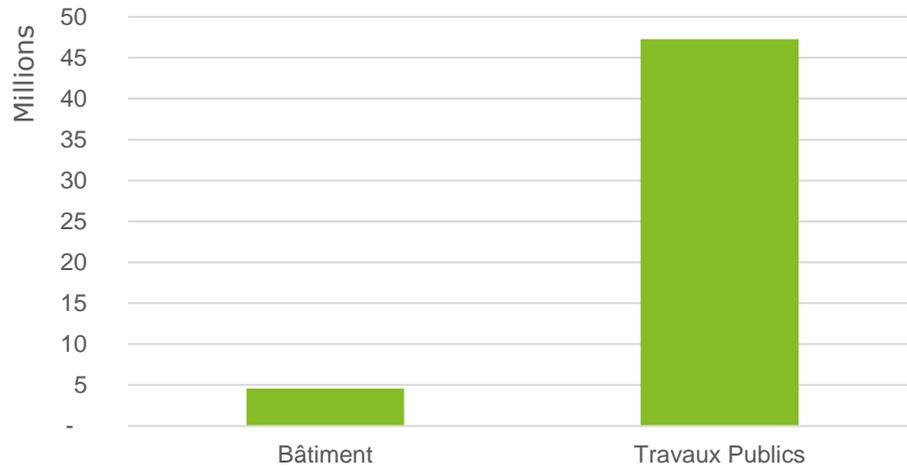


Figure 42 : Quantité de produits et matériaux de construction réemployés et réutilisés hors site en 2014, en tonnes



IV. Synthèse des tendances d'évolution, freins, leviers et recommandations pour le développement des activités de réemploi et réutilisation en France

IV.1. Synthèse des tendances du secteur

Historiquement menées entre particuliers à travers les brocantes ou vides-greniers et développées par les réseaux de structures de l'économie sociale et solidaire notamment pour offrir des produits à bas coûts pour des personnes en situation de précarité, les activités de deuxième vie des produits connaissent d'importantes transformations. L'offre s'est ainsi fortement développée en ligne depuis 2010 et les réseaux de structures locales, à l'image des revendeurs, continuent d'améliorer leurs services.

Les activités de réemploi et de réutilisation se développent depuis le premier panorama de 2010 avec un impact croissant sur les quantités de produits réemployés ou réutilisés (environ 750 000 tonnes en 2014 vs plus d'1 million de tonnes en 2017 pour les biens de consommation courante).

Cette tendance s'explique notamment par :

- Une **aspiration à consommer mieux** qui serait le reflet d'une volonté à la fois d'optimiser ses dépenses, d'accéder à des produits de qualité et, si possible, d'avoir au travers de sa consommation un geste citoyen sur le plan environnemental et sociétal. En effet, **70 % des personnes ayant acheté d'occasion en 2015** déclaraient l'argument écologique comme important dans leur choix du marché de l'occasion- l'argument économique restant toutefois le premier, cité par 85 % des personnes interrogées³⁵ ;
- Une **visibilité accrue des acteurs du secteur** : les acteurs de l'ESS et de l'économie conventionnelle sont de plus en plus visibles via le canal internet et par exemple l'augmentation du nombre de recycleries sur le territoire.

L'Economie Sociale et Solidaire reste bien ancrée dans le secteur en parvenant à se moderniser et à se saisir des enjeux actuels en s'imposant comme l'une des références de la deuxième vie des biens ménagers. L'ESS continue ainsi de se développer, avec **une croissance du chiffre d'affaires d'environ 20 %** par rapport à l'édition précédente du panorama.

Ce fort développement est notamment porté par des réseaux en plein essor, qui s'inscrivent durablement dans le paysage des acteurs de la seconde vie : c'est le cas du Réseau des Ressourceries, acteur historique du réemploi et de la réutilisation, mais aussi de certains réseaux plus récents tels que l'Heureux Cyclage, réseau d'ateliers de réparation de vélo à vocation sociale dont les structures essaient sur le territoire français.

Parallèlement, **certains réseaux sont en proie à des difficultés sur les filières bien particulières des EEE et du TLC**. Pour les EEE, cela résulte notamment de l'insertion de l'économie conventionnelle sur certains marchés de la seconde vie (essentiellement celui des EEE à forte valeur intrinsèque de la téléphonie et de l'informatique), introduisant ainsi une forte concurrence qui fragilise leur modèle économique et leurs approvisionnements. La filière TLC se retrouve handicapée par une augmentation des tonnages d'approvisionnements (notamment liées aux objectifs de collecte imposés par le cahier des charges de l'éco-organisme Eco-TLC) corrélée à une baisse de leur qualité. Les acteurs du secteur se retrouvent donc avec d'importantes quantités de TLC de qualité insuffisante pour être réemployés et réutilisés (y compris sur le marché international) et sont donc contraints de mettre en œuvre leur valorisation (matière et énergétique) via d'autres moyens, souvent à leurs propres frais.

³⁵ L'ObSoCo / Le Groupe La Poste, DPDgroup, MAIF, PICOM. 2015 – enquête réalisée auprès de 4068 personnes en 2015



Les intermédiaires et reconditionneurs, pris en compte dans cette édition du panorama, se distinguent par **une forte création de valeur économique et un taux de réemploi particulièrement élevé** (93 %) du fait de leur positionnement sur des catégories de produits bien précises. En effet, ils s'approvisionnent sur des EEE à forte valeur (principalement téléphonie et informatique) en captant des flux à fort potentiel de revente, dans une logique d'économie d'échelle et de rationalisation des coûts (achat par lots, étape de reconditionnement parfois sous traitée).

Les dépôts-ventes et revendeurs en réseau voient leurs indicateurs à la hausse, principalement impulsée par les revendeurs en réseau. En effet, les revendeurs en réseau voient leur modèle économique s'étendre, notamment grâce à leur positionnement sur le high-tech et en proposant une offre de service toujours plus complète et similaire à celle des produits neufs. Au contraire, **les dépôts-ventes en réseau montrent un système sur le déclin** du fait de la détérioration de leur cœur de marché, le mobilier et la décoration d'occasion (prééminence du neuf à bas coût et évolution rapide des tendances en défaveur de l'ancien). De plus, le système du rachat cash séduit de plus en plus les vendeurs de biens d'occasion, poussant les dépôts-ventes en réseau à repenser leur modèle économique pour continuer à se développer sur le secteur de l'occasion.

Les sites internet prennent une part grandissante dans le marché de la deuxième vie des produits : avec 47 % d'augmentation par rapport à 2014 et passant de 46 % à 62 % de parts de marché, ils contribuent aussi à l'augmentation des activités de réemploi et de réutilisation. Parmi les sites internet, **les places de marché spécialisées prennent une place de plus en plus importante**, notamment sur le marché des vêtements et du mobilier d'occasion. Cette digitalisation croissante des activités, couplées à une spécialisation des plateformes en ligne en raison des exigences de qualité, traduisent **l'évolution actuelle de comportement du consommateur**. Le marché de l'occasion profite de l'explosion du e-commerce en général : en 2016, le nombre de sites marchands actifs a progressé de 12 % pour arriver à 200 000 sites. Il y en avait 10 fois moins il y a 10 ans.

Le nombre de **manifestations physiques stagne en France** (52 000 manifestations en 2016), avec de plus en plus de manifestations dites amatrices / non professionnelles.

IV.2. Bilan des recommandations proposées lors du PANORAMA 2014

Tableau 10 : Bilan des recommandations proposées lors du panorama 2014

Pistes d'actions du panorama 2014	Analyse des retombées	Limites et recommandations transmises par les acteurs en 2017
Relayer par des campagnes de communication locales les campagnes de promotion du réemploi et de la réutilisation (guides locaux du réemploi)	<p>Aucune campagne de communication n'a été identifiée et remontée par les acteurs interrogés.</p> <p>Les actions menées se limitent à la création de guides locaux du réemploi dans le cadre des programmes locaux de prévention des déchets sans toutefois que cela ait impacté les acteurs.</p> <p>Toutefois, le Réseau des Ressourceries constate une forte augmentation du nombre d'apports volontaires dans les structures de son réseau qui serait essentiellement due aux effets de la communication</p>	<p>Selon Co-recyclage, des campagnes de communication sur le réemploi plutôt que sur le recyclage pourraient être faites par les collectivités afin de sensibiliser au réemploi. Le financement de la publicité pourrait provenir de fonds publics.</p>



	générale faite sur l'axe environnemental.	
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)	<p>Le suivi est principalement réalisé par les acteurs dans le cadre des filières REP, les éco-organismes ayant mis en place des indicateurs.</p> <p>Les acteurs de l'économie conventionnelle, indépendants ou en réseau, suivent encore peu leurs activités pour des questions de priorité et de ressources. Ils ne sont généralement pas concernés par la REP, collectant des produits et non des déchets.</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.</p>	<p>Les acteurs ressentent globalement le besoin de mettre en place un reporting afin de mieux piloter leur activité.</p> <p>La fréquence biannuelle (voire triannuelle) du panorama ne permet pas de réaliser un suivi suffisamment fin et précis.</p> <p>Emmaüs, entre autres, voit positivement le devoir de recensement des données dans le cadre des filières REP puisque cela devrait permettre d'améliorer la traçabilité des quantités collectées puis revendues. Il faudrait par ailleurs mettre en place des indicateurs de suivi pour les filières n'étant pas soumises à la REP.</p>
Mener des projets de recherche dédiés à la thématique du réemploi et de la réutilisation	<p>Globalement, peu d'acteurs ont eu connaissance de projets de recherche.</p>	<p>Un certain nombre d'acteurs, le plus souvent de petite et moyenne taille, déplorent le manque de retour des chercheurs lors de la publication de leurs études sur les sujets comme la deuxième vie des produits.</p> <p>Des sujets de recherches mériteraient d'être étudiés tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> • En quoi le marché de l'occasion permet d'accéder à des biens qualitatifs qui n'auraient pas forcément pu être achetés neufs ; • Les liens entre la croissance du marché des biens d'occasion et la dévaluation des biens neufs.



<p>Faciliter le déploiement en ligne des structures</p>	<p>Le réseau Emmaüs ainsi que quelques structures indépendantes ont développé une offre en ligne. Cependant, aucune information n'a été remontée de la part des acteurs interrogés en entretien sur une quelconque facilitation au déploiement en ligne</p>	<p>Un certain nombre d'acteurs, le plus souvent de petite taille et isolés, ne voient pas l'intérêt de créer un site internet en propre qui ne leur apporterait pas plus de visibilité.</p> <p>Un site unique à l'échelle de la commune, du département ou de la région permettrait d'accroître la visibilité des structures les plus isolées et de faciliter la mise en relation entre l'offreur et le demandeur. Cette mise en relation pourrait sinon se faire via des sites internet de mise en relation déjà existants.</p>
<p>Augmenter l'utilisation et la fiabilité de l'annuaire</p>	<p>L'annuaire est peu utilisé par les acteurs interrogés. Un certain nombre d'informations sont encore manquantes.</p>	<p>L'annuaire pourrait être en libre accès aux têtes de réseaux <i>a minima</i> pour que les informations puissent être mises à jour régulièrement.</p>
<p>Campagne de sensibilisation des internautes aux bonnes pratiques de vente et d'achat en ligne</p>	<p>Aucun acteur n'a eu connaissance de campagne de sensibilisation des internautes aux bonnes pratiques de ventes et d'achat en ligne.</p>	<p>L'impact potentiel de cette action paraît limité tant les pratiques sont en plein essor et pour le moment, dictées par le facteur financier.</p> <p>Cette action pourrait être intégrée à la première, à savoir : « campagnes de promotion du réemploi et de la réutilisation ».</p>

IV.3. Freins, leviers, perspectives et recommandations

Les principaux freins au développement des activités de la deuxième vie des produits sont exposés ici, ainsi que les éléments prospectifs de développement concernant certains acteurs et certaines typologies de produits. Des pistes d'actions pour encourager les pratiques de réemploi et de réutilisation en France sont finalement synthétisées au sein d'un tableau.

IV.3.1. Freins, leviers et perspectives de la deuxième vie des produits

IV.3.1.1 Une filière REP qui pourrait davantage dynamiser le secteur de la deuxième vie des produits

Les filières REP, dont le fonctionnement est encadré par l'Etat et un certain nombre de décrets régulant ces activités, ont pour but d'impliquer les metteurs sur le marché (fabricant, distributeur et importateur) dans la gestion de la fin de vie de leurs produits³⁶. Depuis 1993, pas moins d'une vingtaine de filières REP ont été mises en place. La filière des DEEE par exemple a permis depuis 10 ans de mettre en place une industrie de collecte et de traitement à haute qualité environnementale et d'atteindre un taux de recyclage matière supérieur à 75 % des tonnages collectés.

³⁶ Voir l'encart « Les filières à Responsabilité Elargie du Producteur (REP) » en II.2.1.



Toutefois, un effort peut encore être fait pour encourager la réutilisation et le réemploi, à savoir **prioriser la deuxième vie plutôt que le recyclage et la valorisation matière**. L'acquisition d'un produit d'occasion par rapport à l'achat d'un produit neuf par le consommateur contribue à la diminution du tonnage de déchets à valoriser, et donc à la diminution des coûts de gestion des déchets pour les collectivités territoriales. Cependant, tout produit réemployé, au lieu d'être réutilisé ou recyclé, fait aujourd'hui diminuer les taux de recyclage matière fixés par l'Etat. Partant de ce constat, le développement des activités de réemploi ne peut se faire correctement aujourd'hui.

Néanmoins, la réutilisation ayant trait aux déchets et appartenant donc au champ de la filière REP, une partie du flux actuel de déchets traité en recyclage pourrait être destinée à la deuxième vie. Mais à ce jour, les éco-organismes n'ont pas, pour la plupart, d'objectif de réutilisation distinct des objectifs de recyclage.

Certains éco-organismes ont néanmoins des pratiques de réutilisation. C'est le cas d'Eco-systèmes, impliqué dans le partenariat avec ENVIE. Cette collaboration vise à donner une deuxième vie aux appareils collectés auprès des clients par les distributeurs (retour un pour un, retour de services après-vente, etc.) puis amenés dans les structures ENVIE compétentes afin d'être triés, nettoyés, réparés pour être ensuite revendus d'occasion à prix réduit dans les magasins ENVIE. L'éco-organisme Eco-systèmes joue ici le rôle d'intermédiaire.

Les éco-organismes des déchets d'éléments d'ameublement (Valdelia et Eco-mobilier) ont également un rôle important dans la filière de la seconde vie : en effet, ils sont un maillon indispensable de la mise à disposition de flux de biens réutilisables auprès des acteurs de l'ESS ayant des activités liées à la seconde vie du mobilier. Ce partenariat avec l'ESS est inscrit dans leur cahier des charges, avec un objectif chiffré d'augmentation de 50 % en tonnage des activités de réutilisation avec l'ESS. Au-delà du conventionnement, le financement qu'apportent les éco-organismes aux structures ESS constitue une aide non négligeable pour maintenir un équilibre budgétaire³⁷.

Les gisements de déchets identifiés par les éco-organismes comme susceptibles d'être réutilisés (notamment les flux issus des producteurs et distributeurs) sont reversés en partie aux structures principales de l'ESS ayant conclu des partenariats avec les éco-organismes, au détriment d'autres structures plus méconnues. Des partenariats existent donc mais ils **manquent trop souvent d'exhaustivité dans la représentativité du panel d'acteurs de la deuxième vie bénéficiaires des flux issus des filières à responsabilité élargie des producteurs**.

IV.3.1.2 Une potentielle sortie du statut de déchet de produits réutilisés favorable au développement des activités de deuxième vie des produits

Un arrêté, qui a fait l'objet d'une consultation au printemps 2017, prévoit **la sortie du statut de déchets** pour des produits chimiques (batteries, filtres) et objets ayant fait l'objet d'une régénération et fixe les critères à respecter. Cet arrêté pourrait permettre à certaines structures de la chaîne de valeur du réemploi et de la réutilisation actuelle de ne pas ou plus dépendre de la réglementation des structures de traitement de déchets ; et être ainsi un levier au développement de l'activité de la deuxième vie des produits. En effet, le statut de déchet implique une série de critères à respecter encadrée par une réglementation stricte. Aujourd'hui, un déchet cesse d'être un déchet pour devenir un produit³⁸ :

- Après avoir été traité dans une installation classée pour la protection de l'environnement (ICPE) ou une installation relevant de la loi sur l'eau (IOTA) ;
- Et avoir subi une opération de valorisation, notamment de recyclage ou de préparation en vue de la réutilisation ;
- Et s'il répond aux critères suivants³⁹ :
 - La substance ou l'objet est couramment utilisé à des fins spécifiques ;
 - Il existe une demande pour la substance ou l'objet ou il/elle répond à un marché ;

³⁷ Etude « Analyse technico-économique des structures de réemploi et/ou de réutilisation en France », ADEME, 2017

³⁸ Article L 541-4-3 du Code de l'environnement.

³⁹ Ces critères sont fixés par l'autorité administrative compétente. Ils comprennent le cas échéant des teneurs limites en substances polluantes et sont fixés en prenant en compte les effets nocifs des substances ou de l'objet sur l'environnement.



- La substance ou l'objet remplit les exigences techniques aux fins spécifiques et respecte la législation et les normes applicables aux produits ;
- Son utilisation n'aura pas d'effets globaux nocifs pour l'environnement ou la santé humaine.

IV.3.1.3 Un système économique encore perfectible pour encourager la deuxième vie des produits

Les échanges de produits d'occasion continuent de se développer même s'ils sont freinés par la **démocratisation des produits neufs bas de gamme**. Ces produits neufs sont de plus en plus fréquents sur toutes les catégories de produits confondues et **cannibalisent le marché de la deuxième vie** lorsque le prix d'achat neuf devient compétitif avec les produits d'occasion. L'offre de service que peuvent offrir les distributeurs et fabricants de produits neufs (garantie légale, extension de garantie, livraison, SAV, paiement échelonné), supérieure à ce qu'offrent la plupart des vendeurs de produits d'occasion aujourd'hui hormis sur les EEE, est une des raisons expliquant le choix de certains consommateurs. Des contre-exemples existent sur les EEE, dont notamment l'offre de garantie d'un an pour tout produit d'occasion acheté dans les structures ENVIE qui constitue un bon exemple de ce qu'il est possible de faire au niveau des structures de l'ESS.

Bien que la plupart des acteurs de la deuxième vie des produits visent une offre à un niveau de service comparable à celui du neuf et que des initiatives ambitieuses comme celle d'ENVIE voient le jour, le manque de garantie et les idées reçues sur la qualité des produits d'occasion fragilisent le développement de ce marché. Le premier point fait écho au manque de services évoqué précédemment alors que le second est une perception sociologique vouée à évoluer au fil des années mais qui demeure encore un frein au passage à l'acte. Cette **méfiance vis-à-vis de la qualité des produits d'occasion** peut être petit-à-petit gommée à l'aide de l'engagement de certains acteurs clés, publics et privés, en intégrant les produits d'occasion dans leur politique d'achat par exemple.

IV.3.1.4 L'ESS, un modèle économique a vocation sociale très présent sur le secteur de la deuxième vie des produits et à encourager

Les entreprises de l'économie sociale et solidaire partagent le fait d'avoir un « *projet économique au service de l'utilité sociale, une mise en œuvre éthique, une gouvernance démocratique et une dynamique de développement fondée sur un ancrage territorial et une mobilisation citoyenne* »⁴⁰. L'œuvre sociale est donc au cœur du projet de toute entreprise de l'ESS. Ces modèles économiques sont essentiels pour offrir l'opportunité à tout citoyen de travailler, en ayant un suivi et un accompagnement social et professionnel personnalisé.

L'entrepreneuriat basé sur l'insertion est susceptible d'être freiné puisque le nombre d'emplois CDDI⁴¹ disponibles par département est plafonné. La dépendance à un modèle aidé peut donc limiter le développement de nouvelles structures de la deuxième vie des produits basées sur une utilité sociale qui ne verraient pas forcément de sens à créer une structure de réemploi sur un modèle économique capitalistique classique. Il arrive qu'au niveau régional, certains blocages empêchent le soutien financier (surtout foncier) de telles structures, bien que la politique publique nationale encourage plutôt leur développement.

IV.3.1.5 L'activité de deuxième vie des biens de consommation courante est freinée par des facteurs structurels et récurrents

L'accès au foncier au plus près du gisement et des donneurs est difficile pour des structures de réemploi et de réutilisation de l'ESS. **Le prix et la disponibilité de locaux de taille suffisante sont les freins principaux à l'implantation de ces structures dans les centres-villes**. Il existe des locaux avec de l'espace de stockage mais ils sont bien souvent reculés donc non visibles et difficiles d'accès pour une partie de la population qui ne dispose pas de véhicules particuliers. Le transport d'un produit de type gros électroménager ou d'une armoire peut constituer un obstacle à les réemployer si, ni le donneur, ni la structure ne possède de véhicule adapté.

⁴⁰ <http://www.jeun-ess.fr/cest-quoi-l-ess/>

⁴¹ Contrat à Durée Déterminée d'Insertion



Au-delà du manque de place et d'accès aux locaux, **certaines structures éprouvent des difficultés à trouver des techniciens formés capables de reconditionner ou réparer des produits de consommation courante**. Certaines formations sont proposées par les chambres des métiers et de l'artisanat mais beaucoup de structures choisissent finalement de former elles-mêmes les employés en interne par manque d'offre de formation adéquate. Les structures sur le modèle de l'insertion professionnelle effectuent de la formation en continu puisque chaque nouvel employé présent pour un temps limité (contrats allant jusqu'à 24 mois maximum) doit apprendre le métier à ses débuts. La formation à un nouveau métier constitue un excellent moyen de réinsertion dans la vie professionnelle mais peut aussi constituer pour les dirigeants de la structure une forme de challenge perpétuel pour avoir en continu du personnel capable de remettre en état de fonctionnement un produit endommagé. Par exemple, certaines structures physiques, acteurs intermédiaires de la deuxième vie comme Nodixia (rachat et valorisation de EEE) ou Anovo (reconditionneur EEE) et spécialisées sur des produits nécessitant justement un savoir technique de remise en état se heurtent aujourd'hui à la complexité de la formation de techniciens. L'étude, pour la première fois dans cette quatrième édition du panorama, de ces flux de **biens de consommation courante en BtoB** (principalement EEE), a montré qu'**il y a un fort besoin d'acteurs intermédiaires** capables de mettre en relation les entreprises offreuses et demandeuses de biens à réemployer dans ce secteur compétitif. Le développement de plateformes internet de mise en relation peut être une solution.

Un autre élément récurrent qui nuit au développement du réemploi est la **difficulté technique rencontrée lors de la réparation de produits conçus et achetés récemment**. La qualité des produits vendus rend toute maintenance compliquée voire impossible, ce qui va à l'encontre de la volonté des acteurs de la deuxième vie des produits d'allonger la durée de vie par la réparation, la réutilisation ou le réemploi. Il est important que les producteurs s'impliquent en amont de la chaîne de valeur par le biais de l'écoconception. Une conception de produits plus robustes et fabriqués pour durer et être réparés favoriserait l'activité de deuxième vie des produits. D'autre part, les distributeurs peuvent aussi jouer un rôle clé dans le développement des activités de deuxième vie en contribuant à capter des flux de biens en vue de leur deuxième vie. Ils peuvent également réintroduire tout ou partie d'un objet dans leur chaîne de production de produits neufs et ainsi limiter les déchets à traiter. L'accompagnement du changement de comportement des consommateurs vers une demande plus forte de produits de longue durée de vie et vers des produits de seconde main représente également un levier important.

IV.3.1.6 Des perspectives de développement de la deuxième vie des produits inégales selon les nouvelles typologies

▶ **UNE PROGRESSION DU TAUX DE REUTILISATION DES CARTOUCHES BUREAUTIQUES MENACEE**

Le SNESSII (Syndicat National des Entreprises de Solutions et Systèmes d'Information et d'Impression) a signé l'Accord Cadre Cartouche II, accord de transition vers l'intégration des cartouches d'encre et de toner dans la filière REP des DEEE au 1^{er} janvier 2018. Les cartouches et toner changeront de statut de déchet et seront regroupés au sein de la filière DEEE avec les produits d'impression tels que les imprimantes. Les indicateurs étant fixés au poids, **il y a un risque que l'effort de collecte des consommables soit amoindri et que le taux de réutilisation des cartouches d'impression bureautique diminue**.

▶ **UN POTENTIEL DE DEVELOPPEMENT SUR LA REUTILISATION DES EMBALLAGES**

Le Ministère chargé de l'environnement a initié deux groupes de travail afin d'évaluer d'une part les possibilités d'une mise en place de la consigne de certains emballages ménagers en France, notamment à partir du suivi par l'ADEME d'une dizaine d'expérimentations, d'autre part d'identifier les freins et les leviers pour développer le réemploi des emballages industriels dans les secteurs où cela serait pertinent. Concernant, la filière des emballages de boissons re-remplissables dans les Cafés, Hôtels et Restaurants (CHR) une réflexion doit également être conduite par rapport à la présence de plus en plus forte de fûts de bières et de bouteilles à usage unique en plastique qui fait reculer le réemploi des fûts et des bouteilles re-remplissables.



▶ LA REUTILISATION DES PIÈCES DÉTACHÉES DE VÉHICULES MOTORISÉS, UNE FILIÈRE PERFORMANTE QUI CONSERVE UNE MARGE D'AMÉLIORATION

Sur la filière des pièces détachées de véhicules motorisés, plusieurs points d'amélioration sont à relever malgré une filière de la seconde vie bien installée et performante.

L'essor des plateformes internet de mise en relation, dont les sites de petites annonces, impacte également le secteur de la pièce détachée d'occasion, canal d'achat privilégié par les particuliers dans le cadre de l'autoréparation. Néanmoins, **ce type de plateforme contribue également au développement de pratiques illégales, souvent citées par les professionnels** : la filière clandestine utilise ce canal de vente pour écouler ses stocks de pièces détachées récupérées illégalement sur des carcasses de VHU, démontées en dehors du cadre légal appliqué au reste de la filière (les centres VHU doivent être agréés et disposer une AP au titre des ICPE). Ces pratiques nuisent globalement au développement de la filière légale de la deuxième vie, en limitant le gisement en entrée des pièces potentiellement réutilisables.

Concernant l'échange standard, la filière fonctionne de manière très performante et s'autofinance. Néanmoins, l'ampleur des pratiques de débaptisage observées chez quelques renovateurs affiliés à des constructeurs posent la question du réel impact environnemental positif de la filière : il serait intéressant de **développer la part de l'approvisionnement des renovateurs en « vieilles matières » auprès des centres VHU**. Cette augmentation aurait un impact positif sur la rentabilité des centres VHU et permettrait ainsi d'éviter l'éventuelle intervention financière des constructeurs auprès des centres VHU (dans le cadre de leurs responsabilités élargies de producteur). A ces fins, les constructeurs ont un double rôle à jouer : participer à la formation des gestionnaires de centre VHU afin que les flux de pièces détachées soient correctement orientés vers la filière de l'échange standard ; augmenter la part de « vieille matière » en provenance de ces centres VHU et servant à la rénovation.

De manière commune aux filières de l'occasion et de l'échange standard, l'obligation pour les professionnels qui commercialisent des prestations d'entretien ou de réparation de voitures particulières et de camionnettes, de proposer au consommateur d'opter pour des pièces de rechange issues de l'économie circulaire à la place de pièces neuves (Décret n° 2016-703 du 30 mai 2016) devrait fortement **favoriser le développement des pratiques de réemploi et de réutilisation**.

▶ DE NOMBREUX FREINS AUX PRATIQUES DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION DES PRODUITS ET MATERIAUX DE CONSTRUCTION DANS LE BATIMENT

Concernant le secteur du Bâtiment, **des problématiques d'assurabilité** (garantie décennale, dommage ouvrage, etc.) liées au réemploi et à la réutilisation de matériaux ou produits issus de dépose (démolition, entretien, réhabilitation) **freinent les activités de deuxième vie des produits** aujourd'hui. Entre autres, des questionnements existent sur **l'aptitude à l'usage** des produits et leur qualité **sanitaire**. **Pour les surplus de chantier ou les invendus de négoce** se posent principalement des problèmes (communs également aux produits de dépose ou chutes de chantier) de **mise en relation des acteurs et de mise à disposition** des matériaux et produits (plateformes d'entreposage ou distribution) ainsi que de prescription par les maîtrises d'ouvrage et d'œuvre.

Le développement des pratiques de réemploi dans le bâtiment requiert en premier lieu de mettre en place les éléments nécessaires à l'encadrement des pratiques (normes, guides techniques permettant d'assurer le maintien de la qualité technique des ouvrages, une vigilance sanitaire et une maîtrise des risques environnementaux), puis de cataloguer les solutions de réemploi et enfin de mettre en relation les acteurs tout en leur apportant un soutien technique par des experts.

A très court terme, sans encadrement spécifique des pratiques, le réemploi dans le secteur du bâtiment restera certainement cantonné à des initiatives traitées au cas par cas (avec des bureaux de contrôle, par exemple) et à des utilisations par des particuliers (expérimentation, ouvrages à faibles contraintes, usages n'affectant pas la stabilité et la sécurité de l'ouvrage, auto-construction, bricolage, etc.).

A moyen terme, le développement de référentiels, de guides permettant la requalification des produits de réemploi (performances et constance de la qualité) en fonction de leurs usages et précisant au besoin leurs mises en œuvre, améliorera la maîtrise des risques de sinistralité et instaurera un niveau de confiance plus élevé : la garantie décennale sera facilitée pour les entreprises ; les maîtres d'ouvrage et maîtres d'œuvre rassurés prescriront plus facilement des produits de réemploi.



Une fois le cadre en place, il faudra également **créer l'offre** (répertorier les possibilités de réemploi et identifier les gisements de produits réemployables), **mettre en relation les acteurs** du réemploi et **faciliter la mise à disposition** des matériaux et produits (plateformes d'entreposage ou de distribution). Le réemploi pourra alors trouver sa place dans des marchés de commandes publiques ou privées, pour des opérations de réhabilitation, voire de construction neuve, d'habitats ou de bureaux.

► **DES PRATIQUES DE REEMPLOI ET DE REUTILISATION EXISTANTES POUR LE SECTEUR DES TRAVAUX PUBLICS**

Contrairement au Bâtiment, **le secteur des Travaux Publics a des pratiques de réemploi et de réutilisation relativement développées**. La culture de l'utilisation de matières recyclées est plus ancrée dans le secteur des Travaux Publics et la frontière entre réemploi et recyclage est très ténue. **Cette utilisation de matériaux recyclés a conduit les acteurs des Travaux Publics à mettre en place un encadrement des pratiques qui peut servir de cadre au réemploi et à la réutilisation**. Ce sont notamment des documents techniques tels que des normes Produit (ou des parties de norme) spécifiques aux matériaux recyclés, des normes d'exécution, des guides techniques qui permettent de couvrir les aspects d'aptitude à l'usage et de mise en œuvre. Les aspects environnementaux et sanitaires peuvent également être maîtrisés : guide SETRA d'acceptabilité des matériaux alternatifs en technique routière, et ses déclinaisons, détection de l'amiante dans les enrobés, etc.

Le développement du réemploi et la réutilisation dans le secteur des Travaux Publics reposera à court et moyen terme **principalement sur le renforcement de la prescription** : il faut sensibiliser les acteurs (notamment les maîtres d'ouvrage) grâce à une diffusion de retours d'expérience et les former aux bonnes pratiques de réemploi / réutilisation pour amplifier la pénétration de ces pratiques. L'ensemble des conditions nécessaires au réemploi étant quasiment en place, un renforcement de l'incitation, à l'image de l'article 79 de la loi n° 2015-992 relative à la transition énergétique pour la croissance verte⁴², peut permettre un essor des pratiques notamment dans la commande publique (qui représente plus de 80 % du marché des Travaux Publics). Pour les collectivités de taille limitée, l'enjeu des compétences nécessaires pour pouvoir évaluer les solutions proposées par les entreprises, pourrait nécessiter un accompagnement.

Enfin certaines problématiques spécifiques, comme la compatibilité géochimique des terres ou la présence d'amiante dans les enrobées, nécessitent la mise en place de solutions techniques et organisationnelles afin de lever les freins à la seconde vie de ces matériaux.

IV.3.1.7 Certaines données encore peu robustes pouvant freiner l'analyse du secteur

Le calcul des données pour les acteurs indépendants, quelle que soit la catégorie d'acteur étudiée, a été difficile et n'a pas permis d'atteindre l'exhaustivité pour définir un acteur indépendant moyen qui permette d'extrapoler la donnée aux acteurs similaires. La raison principale réside dans la **difficulté à entrer en contact avec les acteurs indépendants puis à obtenir une donnée fiable**.

En effet, **les données des dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs indépendants sont très difficiles à obtenir** et celles demandées pour le panorama (à savoir tonnage des flux d'approvisionnement et de vente, CA par type de produits et ETP, nombre de structure) sont systématiquement incomplètes car non suffisamment suivies dans leurs activités. A cela s'ajoute la réticence à transmettre des données qui peuvent paraître confidentielles.

⁴² La loi n° 2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte stipule dans son article 79 que « Tout appel d'offres que l'Etat ou les collectivités territoriales publient pour la construction ou l'entretien routier intègre une exigence de priorité à l'utilisation des matériaux issus du réemploi, de la réutilisation ou du recyclage de déchets.

L'Etat et les collectivités territoriales justifient chaque année, et pour l'Etat à une échelle régionale :

1° A partir de 2017 :

a) Qu'au moins 50 % en masse de l'ensemble des matériaux utilisés pendant l'année dans leurs chantiers de construction routiers sont issus du réemploi, de la réutilisation ou du recyclage de déchets ;

b) Et que, pour les matériaux utilisés pendant l'année dans les chantiers de construction et d'entretien routiers parmi ces matériaux, au moins 10 % en masse des matériaux utilisés dans les couches de surface et au moins 20 % en masse des matériaux utilisés dans les couches d'assise sont issus du réemploi, de la réutilisation ou du recyclage de déchets ;

2° A partir de 2020 :

a) Qu'au moins 60 % en masse de l'ensemble des matériaux utilisés pendant l'année dans leurs chantiers de construction routiers sont issus du réemploi, de la réutilisation ou du recyclage de déchets ;

b) Et que, pour les matériaux utilisés pendant l'année dans les chantiers de construction et d'entretien routiers parmi ces matériaux, au moins 20 % en masse des matériaux utilisés dans les couches de surface et au moins 30 % en masse des matériaux utilisés dans les couches d'assise sont issus du réemploi, de la réutilisation ou du recyclage de déchets. »



Enfin, la base de données transmise par les Pages Jaunes®, qui comportait une majorité de dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs indépendants dont la nature des produits traités était inconnue, a nécessité un temps de retraitement conséquent sans pour autant que la fiabilité des informations ne soit garantie.

Même si les données des **dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs en réseaux** présentées sont relativement fiables, elles mériteraient cependant d'être affinées à travers notamment la mise à disposition de mesures précises des flux de vente en unités.

Les données des **sites internet de mise en relation et des plateformes en ligne** manquent encore d'exhaustivité et comportent un risque de double-comptage : les taux de transformation en achat d'une annonce en ligne pour chaque site internet étant confidentiel, il s'agirait de s'appuyer sur des sources fiables étudiant le comportement des consommateurs en ligne par type de site internet. Parallèlement, les acteurs de petite taille n'ont pas pu être contactés. Les données provenant des acteurs majeurs de l'internet, fiables pour la plupart par un reporting robuste, ont permis d'estimer les données incomplètes de quelques sites internet.

Le manque d'exhaustivité du recensement des **structures de l'ESS et associations caritatives indépendantes** ne permet pas de donner de visibilité à certaines structures qui en auraient pourtant besoin. Il serait intéressant de mettre en place **une mise à jour de l'annuaire SINOE® plus régulière** (et non uniquement à chaque édition du Panorama, comme c'est le cas aujourd'hui), en s'appuyant sur un recensement et un traitement des données à une échelle plus restreinte, régionale voire départementale.

Les informations sur les vides-greniers, brocantes et bourses aux objets n'ont pas pu être recueillies via les appels téléphoniques ; il n'existe pas de source de données fiable et **aucun suivi de la donnée n'est mis en place**. De plus, il est actuellement complexe de distinguer les acteurs de la deuxième vie des produits entrant dans le périmètre du panorama des acteurs spécialisés sur les antiquités, matériels de jardin ou autres typologies de produits hors périmètre. Il a donc été décidé pour le panorama d'exclure les vides-greniers et bourses aux objets de l'étude et d'intégrer les brocanteurs dans la catégorie des dépôts-ventes et revendeurs dont les activités sont similaires. Une recommandation a été formulée dans le rapport final pour consacrer une étude à ce sujet, avec notamment des caractérisations terrain afin de fiabiliser les éventuelles données obtenues.

La filière des pièces détachées de véhicule motorisée n'est que très peu suivie : seule la partie amont du secteur de l'occasion, c'est-à-dire le gisement de pièces détachées prélevées sur des VHU pour réutilisation, est connue grâce à l'Observatoire des VHU. Cependant, une partie de ces pièces est destinée aux marchés étrangers, et la donnée de **la quantité de pièces effectivement réutilisées en France n'est pas disponible**. De plus, le secteur de la rénovation/échange standard ne dispose d'aucun suivi global. Or, il est particulièrement difficile d'obtenir la donnée des acteurs du secteur, puisque, pour la plupart, ce sont des acteurs industriels qui ne divulguent que très difficilement des informations concernant leurs activités. L'actualisation de ces données requerra néanmoins un investissement moins important, maintenant que le secteur est bien connu : il s'agira d'inclure dans le comité de pilotage des constructeurs, équipementiers et des acteurs décisifs de l'occasion, notamment afin de pouvoir évaluer plus précisément la part de l'export.

La filière des emballages n'a pas encore de données suffisamment suivies : pour les emballages en verre en consommation hors domicile, il existe des données provenant de la Fédération Nationale des Boissons (FNB) mais l'absence de données sur les taux de retour des bouteilles et le pourcentage de casse ne permet pas d'obtenir un taux de réemploi fiable. La FNB devrait lancer fin 2017 un sondage auprès de ses adhérents afin de mieux évaluer les volumes de bouteilles effectivement réemployés annuellement.

Il est important de noter que **les données concernant les flux de produits et matériaux de construction dans le BTP relèvent principalement de l'enquête SOeS** qui ne permet de connaître que la première destination des déchets en sortie du chantier. Par ailleurs **cette enquête ne prend pas en compte le réemploi des matériaux sur le site**. Il pourrait être intéressant pour les futures enquêtes d'intégrer le champ de la prévention des déchets afin de pouvoir quantifier le réemploi sur site, pratique courante dans le secteur du BTP. Malgré les moyens déployés, il est possible que le recensement des acteurs spécialisés sur les flux de matériaux du BTP (ESS, revendeurs, etc.) ne soit pas exhaustif : en effet, il est particulièrement difficile de recenser l'ensemble de ces structures, dans la mesure où elles sont peu identifiées dans les annuaires régionaux ou par les directions régionales de l'ADEME.



IV.3.2. Recommandations pour le développement de la seconde vie

Tableau 11 : Propositions de recommandations

Objectifs	Recommandations	Porteur principal / Porteur en appui
<p>Prioriser le réemploi et la réutilisation par rapport au recyclage</p>	<p>Poursuivre la mise en place des zones de deuxième vie des produits dans les déchèteries (collectes préservantes).</p>	<p>Collectivités</p>
	<p>Fixer des objectifs de réutilisation aux éco-organismes, distincts des objectifs de recyclage. Ces objectifs permettraient de consolider les pratiques actuelles et encourager le développement de partenariats avec des structures de la deuxième vie, réparateurs et reconditionneurs. La mutualisation et la standardisation des flux logistiques, l'industrialisation des pratiques de remise en état pour les biens le nécessitant sont des pistes intéressantes qui pourraient voir le jour dans le cadre de partenariats nationaux impliquant les éco-organismes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'État - <i>Représentants des collectivités (Amorce, CNR, etc.)</i> - <i>Associations</i>
	<p>Développer les partenariats avec les acteurs de la deuxième vie pour leur destiner les flux collectés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire (MTES) - <i>Eco-organismes</i> - <i>Collectivités</i> - <i>Acteurs ESS de la 2nd vie</i>
	<p>Sensibiliser au réemploi et à la réutilisation plutôt qu'au recyclage ou à l'élimination via des campagnes de communication. L'enjeu aujourd'hui est d'intégrer les étapes amont du cycle de vie dans la REP, dont le réemploi, ou autrement dit de faire évoluer la REP d'un simple outil de gestion des déchets à un vrai outil de transition vers l'économie circulaire.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - MTES - Collectivités - <i>Tout acteur de la 2nd vie</i> - <i>Représentants des collectivités</i> - <i>Associations</i>
<p>Intégrer les acteurs de la deuxième vie dans l'organisation des filières à responsabilité élargie des producteurs (REP)</p>	<p>Impliquer l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur, y compris les acteurs de la réutilisation, en amont dans les réflexions sur les objectifs de réutilisation au sein des filières REP.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'État (MTES) - <i>Eco-organismes</i> - <i>Fédérations sectorielles</i>
<p>Faire face à la concurrence des produits neufs bas de gamme</p>	<p>Deux mesures, l'une financière et l'autre fiscale, pourraient encourager la pratique du réemploi et réutilisation, à savoir respectivement :</p> <p>1°/ une modification de l'écotaxe reversée aux éco-organismes pour tout bien réemployé</p> <p>2°/ un allègement de la TVA pour la vente de certains biens d'occasion (travaux d'approfondissement nécessaires avec les entités</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'État - <i>Eco-organismes</i>



	concernées pour évaluer le bien-fondé et la mise en œuvre possible).	
	Accompagner la digitalisation des structures physiques de réemploi (en réseaux ou indépendants) pour assurer la pérennité de leur activité et maintenir des flux de qualité, notamment dans un contexte de fort développement des plateformes en ligne	<ul style="list-style-type: none"> - Les chambres consulaires (CCI, CMA) - <i>Start-up après appel d'offre</i>
Rassurer sur la qualité des produits d'occasion	Rassurer le grand public en proposant des services équivalents à ceux du neuf pour convaincre la clientèle d'opter pour les produits de seconde main (garantie, extension de garantie, SAV, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> - Revendeurs de biens d'occasion - <i>Fabricants et constructeurs pour notices et pièces détachées</i>
	Développer des fiches produits ou procédures de traçabilité permettant d'assurer la qualité des produits d'occasion, en particulier sur le bâtiment et les pièces détachées de véhicules motorisés	<ul style="list-style-type: none"> - MTES - Fédérations et organismes techniques (CSTB, CNPA, etc.) - <i>Fabricants et constructeurs via la mise à disposition en amont des notices techniques et pièces détachées</i> - <i>Représentants des MO et MOE</i> - <i>Représentants des assureurs</i>
	Sensibiliser le public aux bienfaits du réemploi (prioriser le réemploi de produits de qualité plutôt que l'achat de produits neufs bas de gamme)	<ul style="list-style-type: none"> - L'État - Collectivités
	Privilégier le réemploi et la réutilisation dans les achats publics (critères dans les appels d'offre, mise à disposition des biens en fin d'usage vers l'ESS ou autre, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> - L'État - Collectivités
Améliorer la durabilité des produits en amont et faciliter la réparation	Promouvoir auprès des fabricants l'écoconception des produits pour allonger leur durée de vie (réemploi et réparation facilités par la suite) et cadrer les actions de réparation (mise à disposition des notices techniques et des pièces détachées, affichage des conditions de réparabilité) en s'appuyant sur la loi de consommation dite « loi Hamon ». En effet, la loi n° 2014-344 relative à la consommation a modifié l'article L. 111-3 du code de la consommation afin de renforcer l'obligation d'information du consommateur sur la durée de disponibilité des pièces détachées et orienter ainsi leurs achats vers des produits durables.	<ul style="list-style-type: none"> - L'État - Fédérations sectorielles - <i>Eco-organismes</i> - <i>Distributeurs</i>
Faciliter le développement et l'attractivité des structures physiques	Faciliter la mise à disposition de locaux pour les structures physiques de l'ESS.	Collectivités



<p>Pérenniser les modèles économiques</p>	<p>Amener les structures ESS indépendantes vers un modèle de financement qui a fait ses preuves. Exemple de business model fructueux donné par un participant à l'atelier Réemploi aux assises de l'économie circulaire le 28 juin 2017, directeur d'une recyclerie :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vente de produits récupérés = 60 % • Rémunéré par la collectivité pour éviter déchets = 20 % • Accompagnement de l'état pour l'insertion = 15 % (indépendant de l'acteur, relatif au montant des aides de l'État et notamment au nombre de contrats aidés) • Bénévolat = 5 % 	<ul style="list-style-type: none"> - L'État - Collectivités - Eco-organismes, Fabricants et Distributeurs pour mise à disposition des flux
<p>Former à la remise en état de certains biens</p>	<p>Développer la formation adaptée au besoin des structures pour développer des emplois pérennes : ces formations qualifiantes d'une durée inférieure à 6 mois ont deux objectifs : à la fois former de nouveaux salariés désireux d'apprendre un nouveau métier dans le milieu de l'économie conventionnelle, et réinsérer par le travail de façon pérenne des salariés en insertion. Ces derniers changent actuellement de poste régulièrement et l'apprentissage de nouveaux métiers peut leur offrir des garanties pour trouver un emploi en CDD ou CDI</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acteurs de la 2nd vie des produits - Chambres consulaires - <i>Pôle Emploi</i> - <i>Eco-organismes</i>
<p>Améliorer le suivi du secteur du réemploi et de la réutilisation</p>	<p>Construire et mettre en œuvre sur le terrain des procédures de suivi (guide méthodologique, enquêtes, etc.) ;</p> <p>Définir et faciliter le déploiement de moyens humains et matériels nécessaires au suivi (poste de chargé du suivi, balances de pesée, matériel de comptage, etc.) ;</p> <p>Initier des partenariats avec les structures professionnelles de suivi et de recensement des entreprises (Pages Jaunes, Chambres Consulaires, URSSAF, etc.).</p> <p>Sur le BTP : lors de l'enquête SOeS sur les déchets générés par le BTP il serait intéressant d'inclure dans le questionnaire les flux relatifs au réemploi sur site.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acteurs de la 2nd vie des produits - Eco-organismes - Collectivités - ADEME



V. Conclusion

L'actualisation 2017 du panorama de la deuxième vie des produits en France montre l'évolution globale des pratiques et des acteurs engagés depuis l'édition 2010 et pousse l'analyse via l'observation d'indicateurs quantitatifs depuis les éditions 2012 ou 2014 selon la disponibilité des données.

Les tonnages de produits ménagers effectivement réemployés et réutilisés ont augmenté d'environ 30 %⁴³ depuis 2014, favorisés par une légère augmentation (3%) du taux de réemploi/réutilisation. Donner une deuxième vie à un bien plutôt que de le jeter est de plus en plus ancré dans les mœurs des consommateurs, ce qui se traduit aussi dans la hausse du nombre d'acteurs et donc de l'offre. Cette édition 2017 a référencé, par rapport à 2014, 22 %⁴⁴ de structures supplémentaires dont l'activité principale est le réemploi et/ou la réutilisation de produits.

De manière générale, les **structures ESS et associations caritatives continuent de jouer un rôle important** dans les activités de la deuxième vie des produits et sont essentielles au développement du secteur sur les produits de consommation courante. En effet, celles-ci contribuent à la création d'emplois, à l'insertion professionnelle et à la formation à un nouveau métier tout en offrant une deuxième vie par la collecte et la vente de produits à bas coûts. Les associations caritatives ont quant à elles une vocation renforcée avec notamment le don à des publics très précaires, tout en proposant aussi des produits à bas coûts pour tout public.

On constate toutefois que **les sites internet et plateformes en ligne accroissent leur part dans les activités de réemploi**, connaissant une croissance spectaculaire en termes de quantités de biens de consommation courante réemployés et réutilisés- d'après les estimations effectuées. Plus de 400 000 tonnes ont été réemployées ou réutilisées (en augmentation de plus de 50 % par rapport à 2014) par le canal des sites internet, ce qui en fait le premier intermédiaire d'échange de biens d'occasion. Les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs constituent le deuxième canal d'échange (environ 380 000 tonnes avec 19 % d'augmentation) devant les structures ESS et associations caritatives (plus de 200 000 tonnes avec 14 % d'augmentation), acteurs historiques de la deuxième vie des produits de consommation courante (données là aussi en partie basées sur des estimations).

L'inclusion pour la première fois dans le périmètre de l'étude de nouvelles typologies de produits a permis de constater que toutes les filières n'ont pas la même maturité d'encadrement et le même suivi des pratiques. Les recommandations établies dans le corps de l'étude concernant les produits et matériaux de construction et les pièces détachées de véhicules motorisés devraient permettre de mesurer plus précisément les produits réemployés et réutilisés lors de la prochaine édition du panorama. Les emballages réutilisés ne sont pas tous suivis ; il n'est donc pas toujours possible d'effectuer la mesure des activités de deuxième vie de la filière. Enfin, les activités de deuxième vie dans la filière des cartouches d'impression bureautique sont suivies et en augmentation.

La dynamique croissante des activités de réemploi et de réutilisation des produits entamée depuis plusieurs années peut être renforcée par un certain nombre de recommandations. **Seize pistes d'actions** ont ainsi été formulées pour encourager la deuxième vie des produits, dont trois prioritaires :

- Simplifier la mise en relation entre l'offreur et le demandeur, simplifier les lieux et modes d'apport ou de recherche de biens d'occasion. Pour cela, comme en 2014, il est conseillé d'accompagner les structures physiques de la deuxième vie à développer une offre sur internet ;
- Prioriser le réemploi vis-à-vis du recyclage. Des objectifs de réemploi pour les éco-organismes, distincts des objectifs de recyclage, accompagnés de campagnes de communication auprès des consommateurs contribueraient à développer la deuxième vie des produits en France ;
- Favoriser la réparation pour contribuer au réemploi et à l'allongement de la durée de vie des produits, notamment par la promotion de l'écoconception des produits auprès des fabricants.

^{43,43} Cela n'inclut pas les nouvelles typologies de produits étudiées pour la première fois dans le cadre du Panorama 2017.



ANNEXES

ANNEXE 1- LISTE DES 59 ENTRETIENS REALISES

Nom de l'organisation	Nom des acteurs rencontrés
ADEME Nouvelle-Calédonie	TATIN Claire
ADEME Réunion	BOUCHERON Roselyne
Agenda des Brocantes	HUDRY Marie
Aliapur	DURBIANO Richard
AMORCE	TILBIAN Jessica
Anovo	MOIROUD Didier
APCMA	COHIN David
Association Orée	SAINT JEAN Camille
Bellastock	BENOIT Julie
Brasseurs de France	LOOS François
Cash Express	ALANIESSSE Pierre
CCI France	RICHARDOT Anne-Claire
CFBP	PEDESSAC Joël
CNLRQ	DAHER Tarek
CNPA	POINCELET Patrick
Conibi	LABROSSE Emmanuel
Conseil National de l'Emballage	SIRI Bruno
Co-Recyclage	ATTAL Renaud
Croix Rouge française	LEONET Emma
eBay	CHEYNARD Charlotte
Eco-logistique réemploi	PIVOTEAU Vanessa
Eco-mobilier	LEFEVRE Virginie
Eco TLC	CLAUDOT Alain
Emmaüs	MABILEAU Stéphanie



Epalia	AUBERT Thierry
Faral	HUNOT Nicolas
FEDA	MOREL Jean Marie
FEI	JOURDAIN Justine & RIFFAUD Stanislas
FFB	COULLON Stéphanie
FNAC	MAIO Valeria
FNB	BOMY Laure
FNTP	RUTARD Stéphane & TOBIAS Marie
France Cartouche réemploi	GUENIN Philippe
Game Cash	COUGE Philippe
HTM – Lokeo	RICHEZBRASSART Anne
La Caverne des Particuliers	GASSELIN Patrick
leboncoin	DURIEUX Marie
Le Relais	FLANDIN Frédéric
Les ateliers du bocage	APPARAILLY Virginie
L'Heureux Cyclage	COURJAUD Marion
MTES / DGPR	GISQUET Karine & LOUARN Aubrée
Minéka	BOACHON Joanne
Multirex'Auto	LENORMAND Olivier
Nodixia	CAMILLERI Jérôme
Plaine Commune	EMRINGER Justine
PriceMinister	LEFEUVRE Alexia
RCube	VARIN Benoit & ATTAL Renaud
Renault	CLAUDE Laurent, GAUTREAU Stéphanie & GONCALVES Laurent
Réseau Consigne	VIGNERON Bastien
Réseau des Ressourceries	MAYOUX Nathalie
Réseau Envie	GOMY Catherine



SNCAO	CHAPILLON Frédéric
SNCF Réseau	BLARD Cyrille
SNED	RAILLON Coline
Syndicat National du Caoutchouc et des Polymères	MURET Bruno
Syndicat Professionnel du Pneu	AUDUGE Régis
SYNHORCAT	BONO Emilie & MARTINEZ Stéphane
Tissons la Solidarité	HUREL Blandine
Valdelia	BRETON Nathalie



ANNEXE 2 - LISTE DES SITES INTERNET ACTEURS DE LA DEUXIEME VIE DES PRODUITS

Cette liste de sites internet n'est pas exhaustive et a vocation à être complétée.

Nom du site internet	Lien du site
Back2Market	https://www.backmarket.fr/
Boursomat.fr	http://www.boursomat.fr
Brocante Lab	https://www.brocantelab.com/
Co-recyclage	http://co-recyclage.com/
Donnons.org	https://donnons.org/
Eco-brico	http://www.eco-brico.fr/
Gibert Jeune	https://www.gibertjeune.fr
Gibert Joseph	www.gibertjoseph.com
Hylla	https://hylla.fr/
Imatério	http://www.imaterio.fr/
Ladepanne.fr	http://www.ladepanne.fr
Leboncoin.fr	https://www.leboncoin.fr
Love 2 Recycle	www.love2recycle.fr/
Mes-materiaux-a-vendre.com	http://www.mes-materiaux-a-vendre.com
Mobilier-design-occasion.fr	http://www.mobilier-design-occasion.fr
Momox	https://www.momox.fr/
Paru Vendu	https://www.paruvendu.fr/
Patatam	http://www.patatam.com/
Recyclivre	https://www.recyclivre.com
Retourdechantier.com	http://www.retourdechantier.com
Soldating	https://soldating.fr/
Travauxmateriaux.fr	http://www.travauxmateriaux.fr
Troc Vestiaire	http://www.trocvestiaire.com/
Trocathlon	https://www.trocathlon.fr/
TrocTribu	http://www.troctribu.com/



Vendido.fr	http://www.vendido.fr
Vestiaire Collective	http://www.vestiairecollective.com/
Vetocasse	www.vetocasse.fr/
Vide Dressing	http://www.videdressing.com/
Vinted	https://www.vinted.fr/
Vivastreet	http://www.vivastreet.fr/



ANNEXE 3 - LES ACTEURS DE L'ESS

ANNEXE 3.1 EMMAÜS

 <p>EMMAÜS</p> <p>www.emmaus-france.org</p>	
Définition	Structure d'accueil pour les personnes en difficulté et en marge de la société dont l'activité est basée sur la récupération de biens
Finalités	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proposer un travail aux plus démunis ➤ Proposer des produits à des prix modiques pour les familles aux revenus modérés ➤ Collecter, réparer des biens pour limiter l'impact de la consommation sur l'environnement
Statut juridique	Association à but non lucratif / Organisme d'accueil communautaire et d'activités solidaires
Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2016)	<p>336 structures, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Magasins en propre : 88 - Associations et communautés : 190 communautés et/ou comités d'amis - Entreprises et chantiers d'insertion : 55
Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2015)	<p>4 369 ETP, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Salariés permanents : 1 112 (209 CDD et 903 CDI) soit 1 112 ETP - Salariés en insertion : 980 ETP - Compagnons : 2 277 ETP - Bénévoles : 4 264 ETP (donnée 2014)
Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés en 2015 (t)	<p>270 000 tonnes de produits ont été collectés, dont environ 127 000 tonnes réemployées (si considéré le taux de réemploi de 47 % inchangé par rapport à 2014). Principaux produits : Emmaüs collecte tout type de produit, en particuliers produits textile, mobilier, livres/cassettes/CD/DVD et EEE.</p>
Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2015 (€)	215 M€



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, 2012 et 2014 ;
- Entretien téléphonique le 23/02/17 avec Stéphanie Mabileau, responsable des filières environnement

Les données quantitatives sont issues :

- Pour les années 2008, 2009, 2010 et 2012 : des études portant sur le « Panorama de la Deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010, 2012 et 2014 ;
- Pour l'année 2015 : de l'entretien téléphonique avec Stéphanie Mabileau.

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**⁴⁵.

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.

Fonctionnement du réseau et de ses structures

► 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 ;

⁴⁵ Source : Emmaüs France, Rapport d'activité 2008/2009, janvier 2010



- La **branche économie solidaire et insertion**, composée 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.

Analyse quantitative

Chiffre d'affaires et résultats économiques

Le tableau ci-dessous présente le chiffre d'affaires et les produits vendus par une partie du réseau EMMAÜS- branche communautaire et branche économie solidaire et insertion qui ont l'activité de réemploi/réutilisation, sur la période 2009 – 2015.

Tableau 12 : Chiffre d'affaires et produits vendus par Emmaüs sur la période 2009 - 2015

Année	Chiffre d'affaires	Produits vendus
2009	141 M €	104 000 T
2010	153 M €	119 991 T
2012	185 M €	125 020 T
2015	215 M €	127 000 T*

* Si considéré le taux de réemploi de 47 % en 2012 inchangé en 2015.

Le chiffre d'affaires est en augmentation, il a augmenté de 16 % entre 2012 et 2015. Sur la même période les quantités de produits vendus ont augmenté de 1,6 %.

Structure du réseau

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.

Analyse de la chaîne de valeur

Les activités exercées

Chacun des groupes Emmaüs en charge de la deuxième 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.

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 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.

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. Un conteneur (ou autre type de lieu de collecte préservante) est installé en déchèterie et est vidé 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 13 : Evolution de la répartition des tonnages collectés entre 2008, 2010, 2012 et 2015

	UNITE	2008	2010	2012	2015
FLUX TOTAL	Tonne	204 000	255 300	266 000	270 000
TEXTILE	Tonne	85 000	105 354	120 000	130 000
MEUBLES	Tonne	65 000	68 000	65 000	65 000
EEE	Tonne	20 000	25 000	26 000	24 000
AUTRES	Tonne	34 000	56 947	55 000	51 000

L'approvisionnement a diminué de 4 % entre 2012 et 2015. La baisse est générale, hormis sur le mobilier qui reste stable.

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 dans le textile.

Les attentes des donateurs

Les principales attentes identifiées en 2010 perdurent toujours aujourd'hui. Les donateurs se plaignent régulièrement du **décalage 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 aussi 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 (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 de 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.

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 14 : Répartition des flux vendus par catégories de produits en 2012

TYPE DE PRODUITS	2010 (EN €)	2012 (EN €)	2015 (EN €)	PART (2015)
LIVRES, CASSETTES, CD, DVD	7 837 924	9 700 000	12 118 986	5 %
EEE	9 972 192	8 400 000	10 560 337	5,5 %
MOBILIER	25 013 339	22 700 000	28 123 702	13 %
AUTRES, DIVERS	34 101 985	38 600 000	49 118 495	23 %
TEXTILES	76 016 687	105 600 000	114 913 711	53,5 %
TOTAL	152 942 126	185 000 000	214 835 231	100 %

Les tonnages vendus n'ont pas été suivis par EMMAÜS en 2015. En faisant l'hypothèse que le tonnage de réemploi et de réutilisation suit la même évolution que le chiffre d'affaires entre 2012 et 2015, il est possible d'estimer les tonnages vendus en 2015. Ceux-ci s'élèveraient à 145 182 T soit une augmentation de 16% par rapport à 2012.

Le schéma ci-dessous illustre la répartition des flux collectés au sein du réseau EMMAÜS pour l'année 2012. Le taux de réemploi et de réutilisation n'est pas à analyser puisqu'il relève d'une hypothèse.

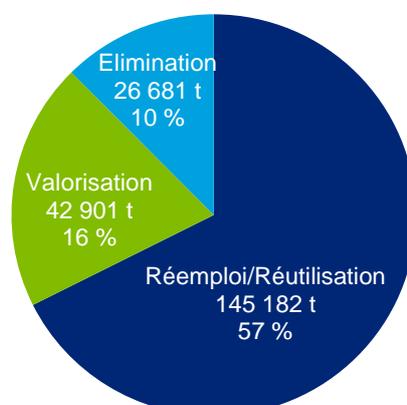


Figure 43 – Répartition des flux collectés au sein du réseau EMMAÜS pour l'année 2015



Dans le tableau ci-dessous est présentée la répartition des flux collectés au sein du réseau EMMAÜS pour les années 2008, 2010, 2012 et 2015.

Tableau 15 : Répartition et évolution des flux collectés au sein du réseau EMMAÜS sur la période 2008 – 2015

	2008 (Tonne)	2008 (Taux)	2010 (Tonne)	2010 (Taux)	2012 (Tonne)	2012 (Taux)	2015 (Tonne)	2015 (Taux)
Collectées	204 000	100 %	255 300	100 %	266 020	100 %	270 000	83 %
Réemploi Réutilisation					125 020*	47 %*	145 182*	47 %***
Valorisation					81 769	31 %	42 901	16 %
Réemploi / Réutilisation et valorisation	176 000	86 %	204 098	80 %	206 789*	78 %*	188 083*	73 %*
Elimination	28 000 T	14 %	51 202	20 %	59 231	22%	26 681	10 %**

* Données estimées

** Données incomplètes

*** Taux de 2012

L'estimation des tonnages vendus (réemployés ou réutilisés) en 2015 est basée sur l'évolution du CA entre 2012 et 2015. On peut constater que le taux de réemploi et de réutilisation augmente par rapport à 2012. Les quantités valorisées et collectées sont quant à elles incomplètes pour la donnée 2015.

Facteurs et tendances d'évolution depuis 2015

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 2012 et 2015. 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, 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 13 % des flux collectés par Emmaüs en 2015. 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.



ANNEXE 3.2 RESEAU DES RESSOURCERIES



www.ressourceries.fr

Définition	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.
Finalités	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Prévention / valorisation des déchets par réemploi et réutilisation ainsi que sensibilisation des citoyens à la protection de l'environnement ➔ Développement d'une économie de proximité ➔ Intégration dans la vie économique de personnes en difficultés
Statut juridique	Association à but non lucratif / Organisme d'accueil communautaire et d'activités solidaires
Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2015)	<p>132 adhérents, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ateliers Chantiers d'Insertion (ACI) et/ou Entreprises d'insertion (EI) : 80 - Autres structures associatives : 36 - Structures adaptées : 1 ESAT - AAVA : 1 - Structures en cours d'accompagnement : 11 - Structures partenaires : 2 (non comptabilisées dans les structures en activité)
Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2015)	<p>2 218 ETP, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Salariés en insertion : 1 495 ETP - Salariés permanents : 706 ETP (dont 525 CDI et 181 CDD) - Emplois adaptés : 17 ETP
Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés en 2015 (t)	<p>30 618 tonnes collectées au titre du réemploi et de la réutilisation, pour un taux de réemploi et de réutilisation de 25 %, soit 7 586 tonnes.</p> <p>Principaux produits : Tous types de produit, en particuliers EEE, Meubles.</p>
Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2015 (€)	13 M €



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 et de 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 difficulté et à la protection de l'environnement.

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

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, 2012 et 2014 ;
- un entretien téléphonique le 01/03/17 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.
- pour l'année 2015, des données transmises par Nathalie Mayoux, Secrétaire générale du Réseau des Ressourceries.

Guide de lecture

Différents acronymes sont utilisés dans cette fiche, voici leur signification⁴⁶ :

- 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.

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.

⁴⁶ 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>)



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 ECONOMIQUE :**

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.).

▶ Mode de fonctionnement

- **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.⁴ ».

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.) ;

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).

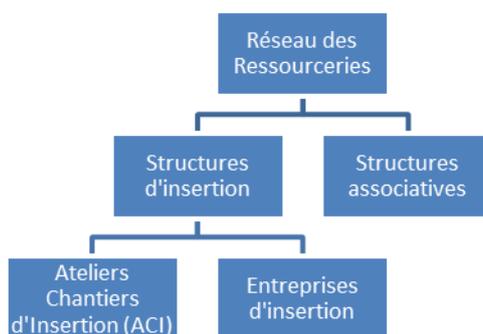


Figure 44 - Répartition des structures au sein du Réseau des Ressourceries

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 locales⁴⁷.
- 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, ...).

- **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)⁴⁸. 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 des structures adhérentes sont consolidés à l'échelle du Réseau. Ainsi, le chiffre d'affaires pour l'année 2015 s'élève à 18 M€, dont 13 M€ résultent des ventes associées au réemploi et à la réutilisation. Le chiffre d'affaires lié au réemploi et à la réutilisation a donc augmenté de 26 % entre 2013 et 2015.

⁴⁷ Source : Journal Officiel de la République Française, Article D. 5132-34 du Code du Travail, <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000018526766>

⁴⁸ Source : Avise (Agence de Valorisation des Initiatives Socio-Économiques), Annuaire 2007 DEEE : Choisir les entreprises de l'économie sociale et solidaire



Tableau 16 : 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)
2015	13 M€	7 586 T

Structure du réseau

En 2015, le Réseau des Ressourceries est constitué de 129 structures adhérentes, contre 82 en 2011. On distingue :

- 118 structures en activité contre 97 en 2013 ;
- 11 structures « en projet » : structures en cours de développement.

Une structure en activité possède une boutique ou plus : c'est pour cette raison que 153 boutiques sont associées aux 118 structures en activité.

Au sein des structures en activité il est possible de distinguer :

- Les structures associatives
- Les structures d'insertion (EI et ACI)
- Les EA (Entreprises Adaptées) / ESAT
- L'AAVA
- Les adhérents partenaires : adhésion croisée car le Réseau des Ressourceries adhère aussi chez eux

Analyse de la chaîne de valeur

Les activités exercées

Chacun des groupes en charge de la deuxième 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.

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 directement dans 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 ménagers, Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques ménagers : une filière spécifique a été créée, ils sont collectés séparément des encombrants ;
- Les DEA, Déchets d'Eléments 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 DAE, Déchets d'Activités Economiques : carton, papier, plastique, intercalaires, palettes et autres ;
- Le Réseau des Ressourceries collecte également les catégories de déchets suivantes mais celles-ci ne sont pas incluses dans le périmètre de l'étude et sont donc exclues des flux de biens présentés ci-après :
 - Les DEEE professionnels : Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques professionnels, comme un distributeur automatique d'entreprise ou un lave-vaisselle,, 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, ...

Flux d'approvisionnement

Le schéma ci-dessous illustre l'évolution des flux collectés par le Réseau des Ressourceries. Les quantités collectées ont augmenté de 11 % entre 2013 et 2015 (33 618 t en 2015 contre 30 310 t en 2013).



Figure 45 - Evolution des flux collectés en tonne au sein du réseau des Ressourceries entre 2010 et 2015



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 2015, le chiffre d'affaires des ventes liées au réemploi et à la réutilisation est de 13 M€ et se répartissait tel qu'indiqué sur la Figure 45. **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**

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, conjuguée à un contexte de crise, devraient 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 la 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 fond importante, qui s'est confirmée depuis :

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 déchèteries et cherchent un accompagnement pour réaliser ces espaces.

La réglementation en termes de gestion des déchets est particulièrement favorable à l'activité 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 pôles territoriaux de coopération économique (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 d'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 ceux-ci 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 de façon à 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.

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 d'une partie 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 de 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 Ressourceries, l'animation de campagnes de sensibilisation à la réduction des déchets. Grâce à ces efforts, le taux de réemploi et de réutilisation (de 43 en 2017) a augmenté de 18% entre 2010 et 2013 tandis que la quantité de biens réemployés a quadruplé.



ANNEXE 3.3 ENVIE



www.envie.org

<p>Définition</p>	<p>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.</p>
<p>Finalités</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Permettre aux personnes en difficultés sociales et économiques d'avoir accès à une formation et d'être en capacité d'intégrer un emploi stable, ➔ Permettre la création d'emplois de proximité et la création d'un gisement de compétences, ➔ Permettre aux clients de s'équiper d'appareils électroménagers d'occasion rénovés, garantis un an minimum et vendus à petit prix, ➔ Contribuer à la protection de l'environnement via la collecte et la valorisation des DEEE dans le respect de la réglementation
<p>Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et la réutilisation (2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Entreprises d'insertion : 24 structures Envie ERG (réemploi et réutilisation)
<p>Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2013)</p>	<p>697 ETP pour Envie ERG, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Salariés en insertion : 493 ETP - Salariés permanents : 204 ETP
<p>Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés en 2013 (t)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 21 367 tonnes collectées dont 4 576 réemployées et réutilisées (soit plus de 21 %) - Principaux produits : EEE, DEEE, EA et DEA.
<p>Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2013 (€)</p>	<p>22,8 M€</p>
<p>Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi et de la réutilisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Développement des structures par l'ouverture d'autres lieux de vente et ateliers au sein des structures existantes - Diversification de l'offre de vente vers le petit électroménager (PEM) - Développement de vitrines sur internet



Principaux freins à l'activité de réemploi/réutilisation identifiés	- Développement de la formation, et mise en place d'une démarche d'amélioration continue
	- Impossibilité de démarcher de nouveaux clients via la publicité (règle des 4P) - La réglementation des ICPE - Variabilité des flux d'approvisionnement (en volume et en qualité)

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, 2012 et 2014 par BIO Intelligence Service pour le compte de l'ADEME ;
- entretien téléphonique le 21/02/17 avec Catherine Gomy de la Fédération Envie ;

Les données quantitatives sont issues :

- pour l'année 2008, 2010 et 2013 : des études portant sur le « Panorama de la Deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010, 2012 et 2014 ;
- pour l'année 2016 : de l'entretien téléphonique le 21/02/17 avec Catherine Gomy de la Fédération Envie ;
- et du site internet de la Fédération Envie (<http://www.envie.org>).

Guide de lecture

La Fédération Envie comporte deux « 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.

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.

Fonctionnement du réseau et de ses structures

► 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'affaires.

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 17 : Chiffre d'affaires 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
2016	22,8	100 732

Les structures Envie ERG réalisent leur chiffre d'affaires principalement sur la vente des appareils réemployés et réutilisés, soit plus de 100 000 produits en 2016. En 2008, le chiffre d'affaires de 15 M€ comprenait des services externes qui ne sont plus comptabilisés comme tels aujourd'hui. Le chiffre d'affaires a augmenté de plus de 50% entre 2013 et 2016.

- **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.

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 était 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 était de 1 à 1,2 en 2013. Il est encore supérieur aujourd'hui, à la vue de l'augmentation du chiffre d'affaires et de la diminution du nombre de salariés entre 2013 et 2016.
- 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'approvisionne 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'approvisionnent 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 service 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.

Les autres sources d'approvisionnement

Les structures Envie ERG utilisent un autre flux d'approvisionnement à savoir les 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 produits 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 18 : Répartition des flux d'approvisionnement par source en tonne 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 19 : Evolution des ventes de EEE et DEEE entre 2011 et 2013 au global, par structure et par magasin

	2011	2013
Ventes (en tonne)	3 000	3800
Ventes (en unité)	70 791	84 077
Ventes par structure (en unité)	2 400	3500
Ventes par magasin (en unité)	1 140	1868

En 2013, 3 800 tonnes ont été vendues, soit 84 077 produits répartis comme indiqué sur la figure ci-dessous :



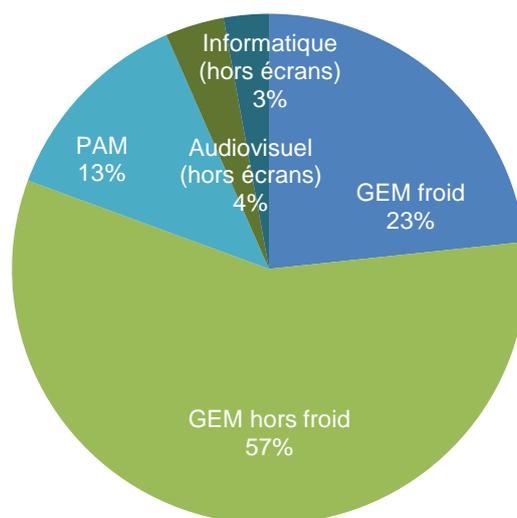


Figure 46 - Répartition des produits vendus par ENVIE en 2016 en nombre d'unités

Le GEM représente une part majeure des flux de vente depuis 2010. Elle a toutefois diminué entre 2013 et 2016 pour atteindre 80 % des produits vendus contre 90 % en 2013. C'est le résultat d'une volonté du réseau de diversifier son offre de vente en se tournant vers le PAM, en particulier le PEM : le PAM représente en 2016 13 % contre 7 % en 2013.

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 vendues parmi le GEM.

Le marché des DEEE est jugé mature mais porteur : **les ventes ont augmenté 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.

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.

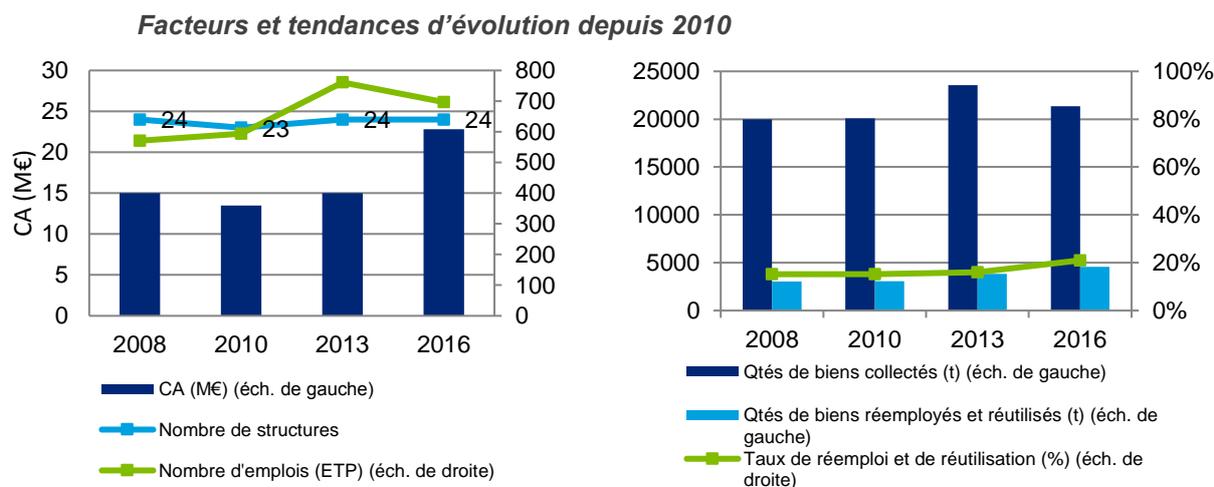


Figure 47 - Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein d'Envie entre 2008 et 2016

Figure 48 - Evolution des quantités de biens collectés, réemployés et réutilisés et du taux de réemploi et de réutilisation au sein d'Envie entre 2008 et 2016

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 2016**.

► 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 essaie 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 essaient 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. A noter qu'Envie tend de plus en plus à développer ses vitrines internet sur des sites propres.

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 liés 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 d'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 des formations qualifiantes aux techniques de ventes dans des centres de formation d'apprentis (CFA).



ANNEXE 4 - CROIX ROUGE FRANÇAISE

	
Définition	Acteur dont les activités ne se limitent pas au réemploi mais proposant des biens issus de dons à des personnes en situation précaire
Finalités	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fournir des biens à moindre coût ou gratuitement aux personnes dans le besoin ➤ Requalifier professionnellement des personnes en difficulté ➤ Finalité secondaire : favoriser la réutilisation des biens pour réduire l'impact environnemental des produits
Types et nombre de structures en activité dans le réemploi et la réutilisation (2015)	900 structures en 2015
Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2015)	<ul style="list-style-type: none"> - Environ 130 ETP*, dont 59 en CDI et 71 salariés en insertion - Les équipes sont majoritairement composées de bénévoles : 11 500 bénévoles en 2015
Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés (t)	<ul style="list-style-type: none"> - 13 000 tonnes de produits sont collectées, dont 4 178 sont réutilisées ou réemployées (soit un taux de réemploi de 32 %). Le reste est valorisé - Produits concernés : Textiles majoritairement, Mobilier, Bibelots/Vaisselle/Décoration et Livres/Cassettes/CD/DVD
Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi (€)	15 M€
Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi et de la réutilisation	<ul style="list-style-type: none"> - Une professionnalisation croissante et un meilleur suivi des quantités de produits réemployés et réutilisés - Des réflexions engagées sur la part du réemploi et de la réutilisation par rapport aux activités principales - Une plus grande volonté de communication
Principaux freins à l'activité de réemploi et de réutilisation identifiés	<ul style="list-style-type: none"> - Une concurrence grandissante avec les braderies, les acteurs de l'ESS et les acteurs privés - Une demande grandissante et une volonté de la Croix-Rouge française de développer l'activité du réemploi mais freiner par la diminution/raréfaction des aides publiques - Une qualité des biens variable

*Données estimées



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, 2012 et 2014 ;
- Entretien téléphonique du 24/02/2017 avec Emma Léonet, chargée de mission textile à la Direction des activités bénévoles et de l'engagement de la Croix-Rouge française ;
- Les données reprises dans cette fiche sont systématiquement les données les plus récentes disponibles.

Guide de lecture

La Croix-Rouge française a principalement recours à des bénévoles et a donc peu de ressources humaines et financières pour suivre avec précision les informations quantitatives liées à leurs activités. Les efforts se consacrent essentiellement sur la finalité même si le suivi s'est professionnalisé depuis la dernière édition du panorama de la deuxième vie des produits.

Cette fiche n'a donc pas pour objet de donner des informations quantitatives mais plutôt de comprendre les modes de fonctionnement de l'acteur principal parmi les œuvres caritatives, et d'identifier les caractéristiques de son activité de réemploi et de réutilisation et les opportunités et freins qu'il rencontre.

Caractéristiques et place sur le secteur

Les œuvres 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.

Bien que non exhaustif, le choix de ne couvrir que la Croix-Rouge française permet de couvrir les principaux aspects de l'acteur majeur du secteur. Les autres organismes caritatifs actifs dans le domaine du réemploi et de la réutilisation, tels que les associations indépendantes, ont une activité localisée.

Modèle économique

Mode de financement

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 sociales des unités locales comme les aides financières aux personnes en difficulté (notamment sur l'énergie), l'aide alimentaire, l'organisation d'activités sociales connexes (formations, cours d'alphabétisation, organisation de vacances pour les enfants, etc.).

Analyse quantitative

Chiffre d'affaires et résultats économiques

La Croix-Rouge française a réalisé, en 2015, un chiffre d'affaires au titre du réemploi et de la réutilisation de 15 millions d'euros.

Structure du marché

Tableau 20 : L'évolution des structures de réemploi et de réutilisation de la Croix-Rouge française entre 2010 et 2015

Structures	2010	2011	2013	2015
Unités ayant une activité de réemploi et de réutilisation	756	790	875	900



La Croix-Rouge française est composée de 900 unités locales en France dont une majorité fonctionne avec des vestiaires ou des vestiboutiques. Quelques chantiers d'insertion existent également (gérés par la Croix-Rouge insertion). 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 avec café permettant de recevoir les personnes dans la convivialité et de les écouter. Ainsi, certaines vestiboutiques sont très grandes en superficie 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 m² 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 m² à 1 400 m².

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'ouverture afin de toucher une plus large partie de la population en situation de précarité ; et plus particulièrement en ouvrant les mercredis et samedis.

Analyse de la chaîne de valeur

Les activités exercées

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'approvisionnement : entre apport volontaire et partenariat.

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.

La collecte auprès des particuliers est réalisée par apport volontaire dans les vestiboutiques/vestiaires et/ou dans les locaux des unités locales, ainsi que par le biais de conteneurs en libre-service localisés (environ 1 300 conteneurs en service).

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'offre de vente

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 symboliques peuvent être demandées en vue de responsabiliser la personne aidée.

Au sein des vestiboutiques, les personnes peuvent acheter les vêtements à un prix modique 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 trouve pas repreneur, est soit vendu à des entreprises pour partir au recyclage, soit donné 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 Eco TLC 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.

Acheteurs : spécificités et attentes

L'association a comptabilisé 1,3 millions de bénéficiaires de ses activités de réemploi et réutilisation de textiles 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 donneurs 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 : les vestiboutiques peuvent proposer un espace de convivialité qui privilégie la mixité sociale.

L'objectif de la Croix-Rouge est de connaître la proportion de personnes précaires, dont l'aide est sa finalité première.

Facteurs et tendances d'évolution depuis 2014

Le tonnage total de flux vendus au titre du réemploi et de la réutilisation a été divisé par quatre entre 2013 et 2015 : cela s'explique par un changement de méthodologie du suivi des quantités de produits réemployés et réutilisés. La tendance est toutefois à la hausse puisque de nouvelles boutiques ont ouvert ces dernières années.



▶ **Diversification des produits réemployés et réutilisés**

Le panel de produits réemployés s'est diversifié depuis 2013 puisqu'auparavant, le textile constituait le gisement essentiel de produits réemployés. Aujourd'hui, le textile représente 72 % des produits réemployés.

▶ **Professionnalisation croissante**

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 a été mis en place, ce qui permet aujourd'hui de communiquer des informations plus précises dans le panorama.

▶ **Une volonté de communication**

Les œuvres caritatives principales, la Croix-Rouge française notamment, 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.



ANNEXE 5 - LES REVENDEURS, DEPOTS-VENTES ET BROCANTEURS

<i>Principaux réseaux</i>	
	
Définition	<p>Revendeurs et brocanteurs : acteurs de l'occasion achetant un bien à un vendeur pour le revendre à un acheteur, au niveau d'une implantation physique.</p> <p>Dépôts-ventes : acteurs de l'occasion proposant un service de mise en relation indirecte entre vendeur et acheteur au niveau d'une implantation physique</p>
Spécificités	<p>Revendeurs et brocanteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ Paiement immédiat du vendeur ➔ Rémunération via une plus-value entre prix d'achat et prix de revente (environ 50%) <p>Dépôts-ventes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ Assure la relation de vente de façon indirecte ➔ Rémunération via une commission sur chaque vente (entre 20 et 50 %)
Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2017)	<p>Revendeurs : ~ 900 implantations, dont ~ 40% d'indépendants</p> <p>Dépôts-ventes : ~ 1 700 implantations, dont ~ 90 % d'indépendants</p> <p>Brocanteurs : ~ 1 300 implantations</p>
Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi (2016)	<p>Revendeurs : ~ 2 900 salariés en 2017 pour les 8 principaux réseaux</p> <p>Dépôts-ventes : ~ 343 ETP pour les 5 principaux réseaux</p> <p>Brocanteurs : les données de brocanteurs ont été calculées de façon consolidée avec les dépôts-ventes et les revendeurs indépendants</p>
Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2016	<p>Revendeurs : ~ Environ 17,5 millions de biens d'occasion réemployés, soit environ 230 000 tonnes pour les 8 principaux réseaux.</p> <p>Tous les flux collectés sont revendus d'après les dires d'un expert du secteur</p> <p>Dépôts-ventes : ~ 2 millions d'objets, soit environ 28 000 tonnes pour les 5 principaux réseaux</p> <p>Brocanteurs : non connus</p>
Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2016 (€)	<p>Revendeurs : ~ 421M€ réalisés sous enseigne pour les 8 principaux réseaux</p> <p>Dépôts-ventes : ~ 85 M€ réalisés sous enseigne par les 5 principaux réseaux</p> <p>Brocanteurs : les données de brocanteurs ont été calculées de façon consolidée avec les dépôts-ventes et revendeurs indépendants</p>



**Principales
tendances
rencontrées sur le
marché de l'achat-
vente**

Revendeurs :

- Un secteur en croissance et qui se densifie
- Développement de points de vente de petit format en centre-ville
- Démocratisation de l'achat d'occasion
- Une concurrence externe limitée mais une concurrence interne (entre revendeurs et dépôts-ventes) importante
- Une frontière de plus en plus floue entre les revendeurs et les dépôts-ventes

Dépôts-ventes :

- Un secteur en crise : -25% de chiffre d'affaires en France
- Evolution vers un modèle économique hybride (dépôt-vente, achat cash et internet)
- Diversification de l'offre de vente

Professionnalisation des acteurs appartenant aux grandes franchises

Brocanteurs :

- Un secteur en déclin
- Une évolution des attentes du public au détriment des brocanteurs
- Une baisse de la fréquentation
- La crainte du développement des vides-maisons

**Principaux freins à
l'activité d'achat-
vente identifiés**

Revendeurs :

- Il est difficile de trouver des locaux adéquats à des prix abordables
- La crise économique limite le développement du secteur
- Une évolution des attentes des consommateurs au détriment des revendeurs

Dépôts-ventes :

- Concurrence majeure des sites internet de mise en relation et des revendeurs
- Le contexte de crise économique pénalise les dépôts-ventes
- Les besoins des consommateurs évoluent vers des meubles compacts et fonctionnels alors que les dépôts-ventes proposent du mobilier ancien, massif
- Augmentation du coût du bail immobilier et des délais d'ouverture
- Difficultés du déploiement sur internet

Brocanteurs :

- Une réglementation non respectée
- L'évolution des attentes des consommateurs au détriment des brocanteurs
- La concurrence des particuliers et d'acteurs bénéficiant d'allègements de charge

Sources et guide de lecture de la fiche

Les principales sources

Cette fiche a été réalisée sur la base des sources d'information suivantes :



Revendeurs :

- Etudes sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010, 2012 et 2014 par BIO Intelligence Service pour le compte de l'ADEME ;
- Entretien téléphonique le 24/04/17 avec Pierre Alaniessé, 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 également été menées. Les sources bibliographiques sont précisées en notes de bas de page tout au long de la fiche.

Dépôts-ventes :

- 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 ;
- Entretiens téléphoniques les 22/05/2014 et 17/03/2017 avec Patrick GASSELAIN, Responsable du réseau de distribution La Caverne des 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 2013 : des études portant sur le « Panorama de la deuxième vie des produits en France » réalisées en 2010, 2012 et 2014.
 - Pour l'année 2016 : des estimations et extrapolations réalisées par Deloitte Développement Durable (voir guide de lecture ci-dessous).

Brocanteurs :

- Pour l'année 2016 : des estimations et extrapolations ont été réalisées par Deloitte Développement Durable (voir guide de lecture ci-dessous).

Guide de lecture

Les revendeurs, dépôts-ventes et brocanteurs 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. Ces produits sont vendus au-dessous des prix publiés dans les barèmes des entreprises pour les produits de premier choix.

Brocanteur :

- Définition 1 : personne qui achète ou échange des objets d'occasion pour les revendre ou les échanger⁴⁹.
- Définition 2 : revendeur d'objets sans avoir fait de réparation⁵⁰

Caractéristiques et place sur le secteur

Modèle économique

Revendeurs :

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, HappyCash, Planet Cash, Affair's) ;
- 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, JeuxVidéo.com, Gamecash, etc.).

Dépôts-ventes :

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.

Brocanteurs :

Les brocanteurs ont un modèle économique proche de celui des revendeurs puisqu'ils se comportent comme des « entreprises achat-vente ». Toutefois, ils s'intéressent aux objets anciens du quotidien, contrairement aux revendeurs.

Fonctionnement des acteurs du marché

► Mode de financement⁵¹

Revendeurs :

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.

⁴⁹ Larousse.fr http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/brocanteur_brocanteuse/11277

⁵⁰ Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

⁵¹ Etude « Panorama de la deuxième vie des produits en France », 2014. Ces informations n'ont pas été actualisées dans le cadre de cette étude.



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.

Dépôts-ventes :

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.

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 %.

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 Tableau 21. 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 troisième colonne du Tableau 21.

Tableau 21 : Commissions appliquées par deux des principaux réseaux de dépôts-ventes 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 %

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.

Brocanteurs :

- 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. Certains brocanteurs proposent aux vendeurs particuliers une offre de dépôt-vente, au choix avec leur offre d'achat-vente. Le montant rétrocédé 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 gestion⁵².

Analyse quantitative

Chiffre d'affaires et résultats économiques

Revendeurs et brocanteurs :

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 huit principaux réseaux d'achat-vente **s'élève en 2016 à environ 446 M€ dont environ 335 M€ au titre de l'occasion**, soit une **augmentation de 22% par rapport à 2013**.

Mis à part ces principaux réseaux, il existe des acteurs indépendants et des réseaux secondaires comprenant quelques magasins. Les données des structures indépendantes des dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs ont été consolidées et on peut estimer **leur chiffre d'affaires 2016 du marché lié à l'occasion aux environs de 400 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 et 2016 : 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 des dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs : 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 la partie I.4.

Le secteur est très hétérogène, les réseaux de revendeurs principaux réalisant un chiffre d'affaires proche de celui de toutes les structures indépendantes réunies. Comme le montre le Tableau 22 ci-dessous, ces disparités se retrouvent également au sein des principaux réseaux.

⁵² Centre de Gestion Agréé de la Région Parisienne, Fiche métier Antiquité Brocante, 2008 – non actualisée depuis



Tableau 22 : Evolution entre 2011 et 2016 du chiffre d'affaires sous enseigne et lié à l'occasion des principaux réseaux de revendeurs

Réseau	CA occasion (M€) 2011	CA occasion (M€) 2013	CA occasion (M€) 2016
Cash Converters	52	107	100
Easy Cash	63	73	89
Cash Express	55	66	72
Happy Cash	7	24	46,8
Planet Cash	7	6,5	6
Game Cash	5	11,2	11,4
Affair's			5
Jeux-Vidéo.fr			5,3
TOTAL	190	277,2	335,5

Dépôts-ventes :

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 85 M€** contre 125 en 2011 soit une baisse de 32%.

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 et 2016 : 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%⁵³

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 la partie I.4.

Le secteur est très forte baisse, comme le montre le Tableau 23 ci-dessous. Il y a aussi de fortes disparités au sein des principaux réseaux.

⁵³ Entretien le 22/05/2014 avec Patrick GASSELAIN, Responsable du réseau La Caverne des Particuliers



Tableau 23 : Evolution entre 2011 et 2016 du chiffre d'affaires des principaux réseaux de dépôts-ventes lié à l'occasion

Chiffre d'affaires (M€)	2011	2013	2016
Troc.com	125	93	66
La Caverne des Particuliers	15	11	6
La Trocante	14	13	5
Troc 3000	5,5	5	8
ABC Dépôts Vente	3	3	NC
Réseaux secondaires et indépendants	/	97	*
Total	164 (hors réseaux secondaires et indépendants)	222	85 (hors réseaux secondaires et indépendants)

* Donnée consolidée avec les revendeurs et brocanteurs indépendants

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 sont donc soumis à la TVA de 20% sur la commission uniquement.

Structure du marché

Revendeurs et brocanteurs :

Les principaux réseaux de dépôts-ventes, 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-vente⁵⁴.

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 24, en se basant sur les informations publiques communiquées par les acteurs.

⁵⁴ 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 24 : Evolution entre 2011 et 2016 du nombre de structures des principaux réseaux de revendeurs

Nombre de structures	2011	2013	2016
Cash Converters	58	124	116
Easy Cash	48	95	108
Cash Express	68	103	112
Happy Cash	14	55	82
Planet Cash	28	13	12
Game Cash	36	60	58
Affair's			10
Jeux-Vidéo.fr			27
TOTAL	346	450	525

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 356. C'est une estimation basse car le recensement n'est pas exhaustif. **Le nombre total de revendeurs a ainsi été estimé à 881 (estimation basse).**

Dépôts-ventes :

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 30 % depuis 2013 ce qui contraste avec l'augmentation d'environ 10 % du nombre de structures au sein des principaux réseaux des revendeurs (à périmètre égal).

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 presque 30 structures entre 2013 et 2016 et plus de 60 structures depuis 2011.



Tableau 25 : Evolution entre 2011 et 2016 du nombre de structures des principaux réseaux de dépôts-ventes

Nombre de structures	2011	2013	2016
Troc.com	133	99	70
La Caverne des Particuliers	32	22	15
La Trocante	30	28	10
Troc 3000	12	10	16
ABC Dépôts Vente	7	7	NC
Total	214	166	111

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-ventes indépendants et appartenant à des réseaux secondaires a été estimé à 1 545. **Le nombre total de dépôts-ventes a été estimé à 1 691 structures.**

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 ».



Analyse de la chaîne de valeur

Les activités exercées

Les activités d'achat-vente des revendeurs et brocanteurs et celle de dépôt des dépôts-ventes en magasin s'articulent 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

Revendeurs :

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 vendeur⁵⁵.

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 ce dernier 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 (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.

Dépôts-ventes :

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.

⁵⁵ Source : entretien réalisé le 16/04/12 avec Roger Beille, PDG de Cash Express.



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, à savoir :

- ✓ 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%⁵⁶, 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.

Brocanteurs :

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

Revendeurs :

Étant donné que les biens ne sont pas volumineux en comparaison aux dépôts-ventes (produits high-tech, biens 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. La part de produits neufs chez Cash Express en 2016 est évaluée à environ 13 % du chiffre d'affaires.

Dépôts-ventes :

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).

Brocanteurs :

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.

⁵⁶ Source : Le Journal du Net, Troc de l'Île devient Troc.com et adapte son métier au Web, janvier 2008



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 stock⁵⁷.
- Un nombre croissant de brocanteurs s'approvisionnent également sur internet sur lequel il est possible de dégager des marges plus importantes en dénichant la bonne affaire.

Flux d'approvisionnement

Revendeurs et brocanteurs :

Mis à part les rebus de vente qui sont rares, les flux d'approvisionnement sont égaux aux flux vendus (voir partie Flux vendus page 147).

Dépôts-ventes :

Les nombres de biens mis en vente dans les dépôts-ventes 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 évolué. 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.

Une explication est que ces produits sont plus légers à transporter, et aussi que 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.

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

Vendeurs et spécificités

Chez Cash Express, les vendeurs représentent environ 25 % des clients. Ils ont pour la plupart entre 18 et 35 ans. La population des 35-45 ans, du fait d'une réticence culturelle à revendre leurs biens, est

⁵⁷ Cabinet d'expertise comptable Ad Valorem, Secteur de l'Antiquité-Brocante, <http://www.advalorem-expertise.fr/Antiquites-Brocante.html>



pour l'instant moins représentée mais ce phénomène est en diminution. On note en particulier depuis 2010 un net recul de leur réticence envers l'achat-vente. Concernant la catégorisation socioprofessionnelle, on constate une clientèle très large qui inclut notamment une part importante de personnes issues des catégories socioprofessionnelles élevées (CSP+).

Quant à la 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. 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

Revendeurs et brocanteurs :

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 de son, image, et consoles de jeux vidéo, téléphonie, équipements informatiques) et la bijouterie (hors étude). Viennent ensuite les équipements de loisirs (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 m² contre 1 000 m²), 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 50 et la Figure 49 montrent par exemple la répartition en 2011 de l'offre Cash Express proposée, et par l'enseigne Cash Converters en 2010 via le site de vente en ligne de l'enseigne Toutcash.com.

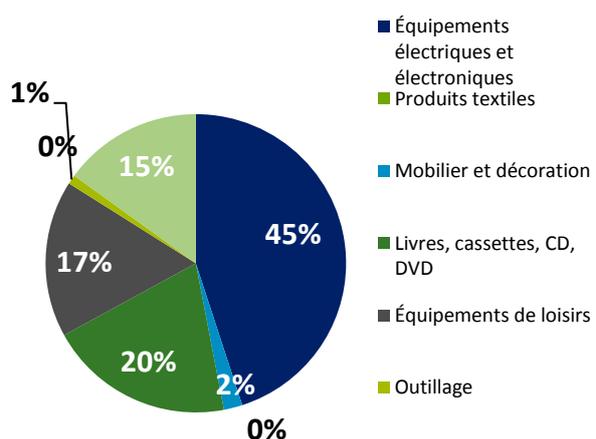


Figure 50 : Répartition de l'offre Cash Express par types de biens, en 2011

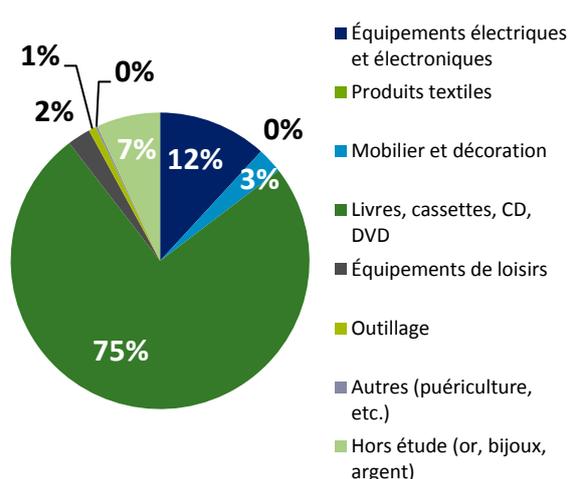


Figure 49 : Répartition de l'offre Cash Converters proposée via Toutcash.com en 2010

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, leur poids est moindre, ils peuvent compter dans certains magasins pour une part très importante du chiffre d'affaires des franchisés⁵⁸.

L'offre proposée par les revendeurs est ainsi différente de celle proposée par les dépôts-ventes. Le Tableau 26 **Erreur ! Source du renvoi introuvable.** résume les principales différences observées.

Tableau 26 : Différences entre les offres des dépôts-ventes et des revendeurs

Type de biens	Présence en dépôt-vente	Présence en achat-vente
Équipements électriques et électroniques		
Gros électroménager froid	+	
Gros électroménager hors froid	+	
Petit électroménager	+	++
Écrans	+	++
Équipements audiovisuels (hors écran)	+	++
Équipements informatiques (hors écran)	+	++
Produits textiles		
Vêtements	+	
Maroquinerie (sacs et accessoires)	+	
Chaussures	+	
Linge de maison		
Mobilier	+	
Bibelots/Vaisselle/Décoration		
Décoration	+	
Luminaires	++	+
Vaisselle	+	
Livres, cassettes, CD, DVD		
CD, DVD, Cassettes	+	++
Livres, revues, BD, etc.	+	+
Équipements de loisirs		
Instruments de musique	+	+
Jouets	++	+
Équipements de sport	+	+
Vélos/Cycles	+	
Outillage		
Bricolage	++	+
Jardinage	+	
Autres		
Puériculture	++	+
Matériel paramédical		
Divers		

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) :

- Les 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. ;

⁵⁸ Source : entretiens téléphoniques réalisés avec Roger Beille, PDG de Cash Express, et Simon Obligi de la Caverne des Particuliers



- Les Livres, notamment les manuels d'enseignement scolaire et les livres pratiques (Gibert Joseph, Gibert Jeune, Decitre par exemple) ;
- Les CD/DVD (Gibert Joseph, Gibert Jeune, quelques indépendants).

Comme vu précédemment, Cash Express réalise environ 13 % de son chiffre d'affaires sur des produits neufs déstockés ou de second choix. Les biens concernés sont principalement issus des secteurs suivants⁵⁹ :

- 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 moyenne des stocks 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.

Dépôts-ventes :

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 loisirs, 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 sont peu nombreux ;
- Le mobilier et la décoration ;
- Les équipements de loisirs (articles de sport, instruments de musique) ;
- Les articles de puériculture et vêtements pour enfants ;
- 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 internet⁶⁰.

⁵⁹ Source : entretien téléphonique réalisé avec Roger Beille, PDG de Cash Express

⁶⁰ Matelas troc.com



Le plus de produits neufs vendus par La Caverne des Particuliers représente 30% de l'approvisionnement total en 2016⁶¹. Pour Troc.com, la part de neuf représentait 15% du chiffre d'affaires en 2011⁶². Pour La Trocante en revanche, la part de neuf s'élevait à 60% du chiffre d'affaires en moyenne.

Selon Patrick GASSELAIN⁶³ 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 considérée 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

Revendeurs :

Tableau 27 : Evolution entre 2011 et 2016 des flux de vente liés à l'occasion par les principaux réseaux de revendeurs

Flux de vente des principaux réseaux	2011	2013	2016
Nombre d'objets vendus (unité)	10 000 000	15 000 000	19 400 000
Tonnage des objets vendus (tonne)	140 000	210 000	260 000

Dépôts-ventes :

Tableau 28 : Evolution entre 2011 et 2016 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	2016
Nombre d'objets d'occasion vendus (unité)	3 700 000	2 800 000	1 900 000
Tonnage des objets d'occasion vendus (tonne)	52 000	40 000	27 000

Pour les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs en réseaux secondaires et indépendants, le volume de vente total a été estimé à environ **20 millions d'unités, soit environ 117 000 tonnes**.

Stratégie d'offre

Revendeurs et brocanteurs :

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€)⁶⁴. 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.

⁶¹ Source : entretien téléphonique réalisé le 17/03/2017 avec Patrick GASSELAIN, Responsable du réseau La Caverne des Particuliers

⁶² « 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

⁶³ Entretien le 22/05/2014 avec Patrick GASSELAIN, Responsable du réseau La Caverne des Particuliers

⁶⁴ Source : Cash Express, Dossier de presse :

http://www.cashexpress.fr/uploads/_cashexpress/franchise_presse/cp_extension_de_garantie_juin_2010.pdf



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.

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 m² avec une moyenne de 300 m², dont environ 30 m² pour la salle d'achat¹⁴. Pour le réseau Cash Converters, la surface varie de 80 à 600 m².

Les différentes enseignes développent actuellement des formats de points de vente de taille inférieure, de l'ordre de 100 m², 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 m²) d'un petit et d'un moyen format (150 et 250 m²), 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 magasin⁶⁵. 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.

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.

Dépôts-ventes :

Les points de vente des dépôts-ventes généralistes développent une panoplie de services, afin de répondre à la demande des acheteurs et des 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.

⁶⁵ Source : Observatoire de la franchise, Les franchises d'achat-cash alliées d'internet, mars 2010



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-tech⁶⁶.

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 m² et une réserve de 10 à 20 m²).
- L'implantation des dépôts-ventes généralistes se fait sur les grands axes routiers, avec une surface moyenne de l'ordre de 1 000 m². La surface moyenne des dépôts-ventes Troc.com est de 1 250 m², et celle de La Caverne des Particuliers de 1 200 m².

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.

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.

Facteurs et tendances d'évolution depuis 2010

Les tendances d'évolutions liées à l'environnement extérieur

Revendeurs et brocanteurs :

▶ 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.⁶⁷ Les revendeurs semblent bénéficier de la démocratisation liée au développement de cette pratique sur internet.⁶⁸

▶ 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.

⁶⁶ <http://www.toute-la-franchise.com/article-26031-premier-bilan-pour-la-trocante-un-an-apres-le-rachat-par-le-groupe-fitroc.html>

⁶⁷ Les français et le réemploi des produits usagés, TNS Sofres, 2012

⁶⁸ Source : Roger Beille, PDG de Cash Express



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 traditionnel, a racheté le revendeur Euro Cash et réalise maintenant la majorité de son chiffre d'affaires grâce à une offre de type « revendeur ».

Dépôts-ventes :

▶ 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 l'abandon en déchet 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).

Brocanteurs :

▶ Un métier en déclin

D'après Jean NOWICKI, l'activité de brocanteur est en déclin, touchée par une forte concurrence, en premier lieu celle des événements de particuliers (vide-greniers, bourse, etc.) de plus en plus nombreux et ne payant pas de charge sur les transactions. Les brocanteurs ressentent également la concurrence des structures de l'ESS, vendant à des prix semblables mais bénéficiant d'allègements de charges.⁶⁹

▶ 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^{ème} 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. 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 d'une relation de confiance au fil du temps avec les brocanteurs.

▶ La crainte du développement des vides-maisons

⁶⁹ Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO (Syndicat National du Commerce, de l'Antiquité, de l'Occasion et des Galeries d'Art moderne et contemporain)



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

Les facteurs et tendances d'évolutions internes

Revendeurs et brocanteurs :

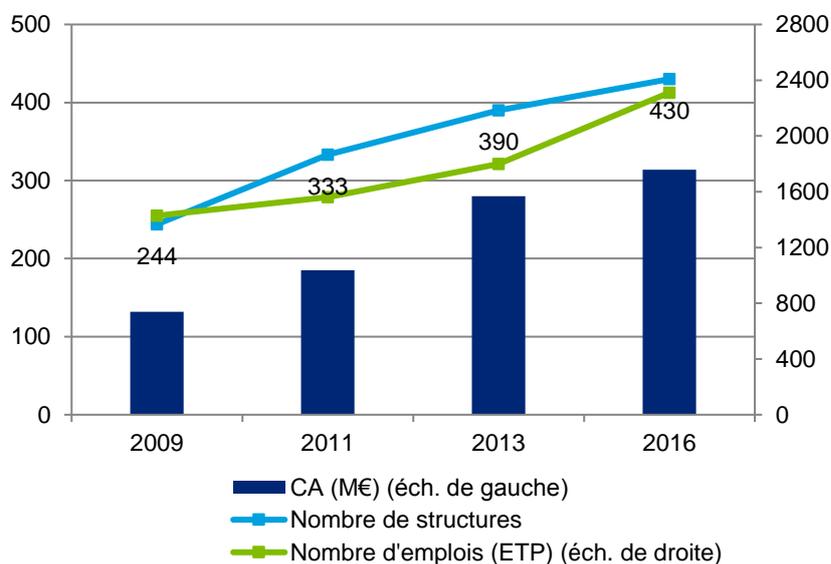


Figure 51 : Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de revendeurs entre 2011 et 2016 (à périmètre constant : les 5 principaux réseaux)

• 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 une dynamique de croissance puisque le chiffre d'affaires des cinq principaux réseaux a augmenté de 12 % entre 2013 et 2016. Le nombre de structures au sein des principaux réseaux a lui augmenté de plus de 10 % entre 2013 et 2016.

▶ 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. Après avoir perdu 5 de ses 18 magasins entre 2012 et 2014, le cinquième réseau principal Planet Cash semble se stabiliser en ne perdant qu'un magasin entre 2014 et 2017.

▶ Développement d'une stratégie pluri-canal

Les réseaux leaders que sont Cash Converters et Cash Express développent une stratégie pluri-canal 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

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.

Dépôts-ventes :

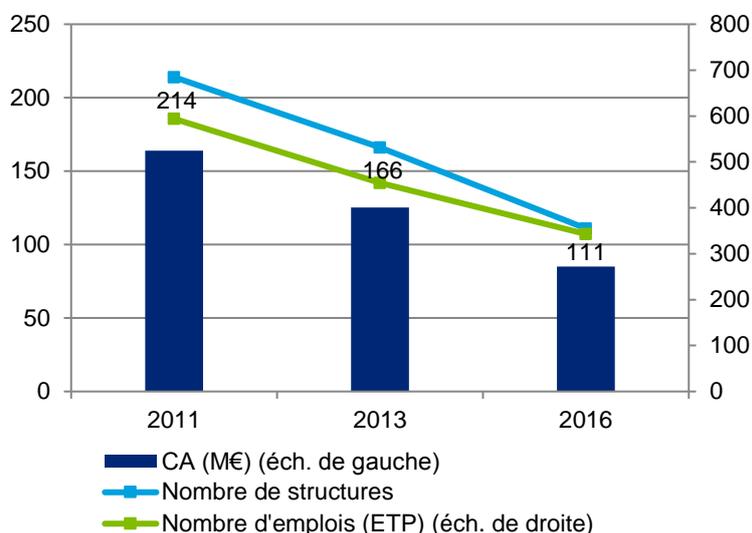


Figure 52 : Evolution du nombre de structures, du CA et du nombre d'emplois au sein des principaux réseaux de dépôts-ventes entre 2011 et 2013

• 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.

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 2014, le secteur est en difficulté puisque **le chiffre d'affaires des 5 principaux réseaux a chuté de 32 %** entre 2013 et 2016.

► Une diminution générale du nombre de dépôts-ventes

Les principaux réseaux ont vu leur nombre de structures diminuer de 33 % depuis 2013 ce qui contraste avec l'augmentation d'environ 10 % du nombre de structures au sein des principaux réseaux des revendeurs.

► Une évolution de l'offre de vente : plus de neuf, moins de biens culturels, d'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 biens neufs déclassés, mais aussi des espaces cuisine, 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 2014 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 notait en 2014 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.

Les freins potentiels à l'activité en 2017

▶ 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 6 - LES SITES INTERNET : SITES DE PETITES ANNONCES, PLATEFORMES EN LIGNE

<i>Principaux sites</i>	
	
Définition	Acteurs de l'occasion proposant un service de mise en relation directe ou indirecte entre vendeur et acheteur à partir d'un site internet
Spécificités	<ul style="list-style-type: none"> - Pour les sites d'annonces : <ul style="list-style-type: none"> ➔ Transaction financière et matérielle extérieure au site internet, directement entre le vendeur et l'acheteur ➔ Rémunération via des frais de mise en avant de l'annonce, la publicité et des dépôts d'annonce payants pour les professionnels - Pour les places de marché en ligne : <ul style="list-style-type: none"> ➔ Transaction financière indirecte entre le vendeur et l'acheteur, prise en charge par le site internet ➔ Rémunération via une commission sur chaque vente
Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2017)	Sites d'annonces : 1 site principal : leboncoin Places de marché généralistes en ligne : 3 acteurs principaux : PriceMinister, eBay, Amazon Places de marché spécialisées en ligne : 2 acteurs principaux : Vinted, Back Market
Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi (2016)	Sites d'annonces : estimé à ~ 550 ETP Places de marché généralistes : estimé à ~ 1 500 ETP Places de marché spécialisées : ~ 1 100 ETP Les ETP intègrent le temps passé par les employés sur les activités de ventes de tous types d'objets, et non pas uniquement les objets au sein du périmètre de l'étude.
Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2016(t)	Les flux collectés, c'est-à-dire les flux mis en vente, sont estimés à 1 800 000 tonnes, dont environ 420 000 tonnes sont effectivement vendus.
Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2016 (€)	Sites d'annonces : estimé à 112 M€ Places de marché généralistes : estimé à 37 M€ Places de marché spécialisées : estimé à 115 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.
Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi	<ul style="list-style-type: none"> - Généralisation et démocratisation de l'usage d'internet - Phénomène de concentration en raison des effets de réseaux croisés - Développement de la présence sur téléphones mobiles



Principaux freins à l'activité de réemploi	<ul style="list-style-type: none"> - Un nombre croissant de partenariats avec les acteurs du marché de l'occasion - Développement des places de marché spécialisées
	<ul style="list-style-type: none"> - 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, 2012 et 2014 par BIO Intelligence Service pour le compte de l'ADEME ;
- Entretien avec Marie Durieux, responsable de la RSE chez leboncoin ;
- 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 téléphoniques réalisés avec Vivastreet.fr et leboncoin ;
- 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, 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.
- Pour l'année 2016 : d'estimations sur la base de relevés statistiques et d'hypothèses définies avec des experts du secteur.

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.

Fonctionnement des acteurs du marché

Les principaux acteurs du marché sont :

Pour les sites d'annonces :

- leboncoin ;

Pour les places de marché en ligne généralistes :

- eBay France ;
- PriceMinister ;
- Amazon ;
- Fnac Marketplace (société Fnac Direct) ;

Pour les places de marché en ligne spécialisées :

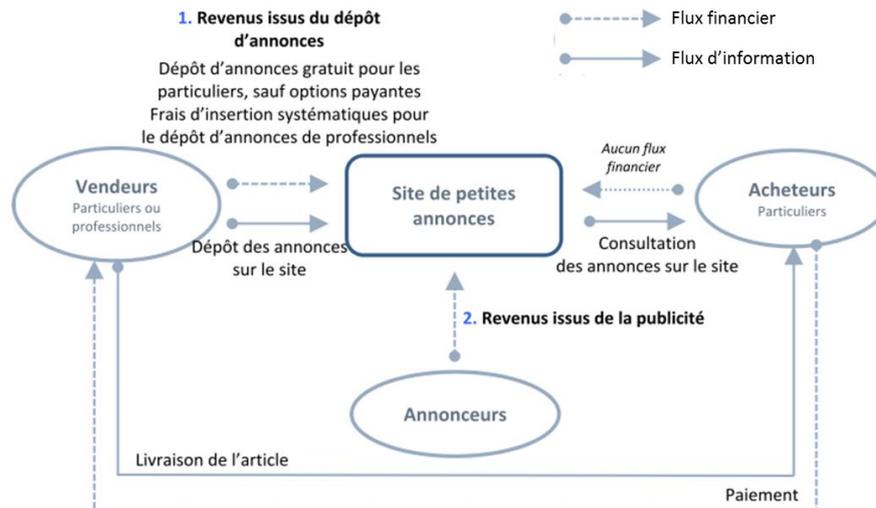
- Vinted ;
- Back Market ;
- Momox ;
- Vestiaire Collective.

► 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-ventes, 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 plateforme, 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 trafic⁷⁰. 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. 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'est disponible sur l'état des biens échangés par ces professionnels spécifiques au moment de l'étude.

► Modes de financement

Les places de marché en ligne et les sites d'annonces se distinguent par leur mode de financement.

⇒ 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 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).

⁷⁰ Source : Entretien téléphonique le 19/04/12 avec Virginie Colonnier-Poirel, responsable de communication de leboncoin



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, 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 site⁷¹.

➡ 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 de 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 :

- 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)⁷²

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 vente⁷³. 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)⁷⁴

▶ 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-entretient⁷⁵. 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.

⁷¹ Source : Entretien le 09/07/12 avec Sébastien Touchais, fondateur du site TrocTribu

⁷² Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

⁷³ Site internet Priceminister.fr

⁷⁴ Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

⁷⁵ Entretien téléphonique le 16/05/12 avec Vivastreet.fr



L'exemple de leboncoin peut illustrer cette affirmation : le site concentrant le plus grand nombre d'annonces du secteur (plus de 18 millions en 2014), 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 2016 des sites d'annonces, des places de marchés généralistes et des places de marché spécialisées sont respectivement estimés à 112 M€, 37 M€ et 115 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.

Le tableau ci-dessous présente des estimations du chiffre d'affaires du site leboncoin.

Tableau 29 - Evolution du chiffre d'affaires des sites d'annonces au titre des activités de réemploi entre 2010 et 2016

Chiffre d'affaires	2010	2013	2016
leboncoin	36 M€	45 M€	112 M€

Les trois acteurs leaders des places de marchés généralistes sont eBay France, Amazon France et PriceMinister. La part de marché des autres acteurs est négligeable.

Tableau 30 - Evolution du chiffre d'affaires des places de marché au titre des activités de réemploi entre 2010 et 2016

Chiffre d'affaires	2010	2013	2016
eBay	3 M€	2 M€	7,3 M€
PriceMinister	3 M€	2 M€	5 M€
Amazon France			17,1 M€

Les quatre acteurs leaders des places de marchés spécialisées sont Vinted, Back Market, Momox et vestiaire Collective. La part de marché des autres acteurs est négligeable (environ 10 %).

Tableau 31 - Chiffre d'affaires des places de marché spécialisées au titre des activités de réemploi entre en 2016

Chiffre d'affaires	2016
Vinted	41,1 M€
Back Market	25 M€
Momox	13,1 M€
Vestiaire Collective	12,3 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 2013⁷⁶, un audit réalisé en janvier 2013 a révélé que 19,2 millions d'annonces sont publiées par an dont 80 % sur leboncoin. Sur le secteur des sites d'annonces gratuites, les principaux acteurs en termes de nombre d'annonces en ligne sont les suivants :

Tableau 32 - Classement des sites d'annonces gratuites par nombre d'annonces en janvier 2013

Rang	Nom	Nombre d'annonces en 2013 selon l'étude Xerfi ⁷⁷ (en millions)
1	leboncoin	15,7
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 33 - Evolution de l'effectif total occupé par les activités de réemploi entre 2010 et 2016

Effectif total en ETP	2010	2013	2016
leboncoin	67	125	500*
eBay	7	6	297*
PriceMinister	7	6	220*
Amazon France			695*
Vinted			240*
Back Market			20*
Momox			192*
Vestiaire Collective			180*

⁷⁶ Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.

⁷⁷ Etude Xerfi, « La distribution de biens de consommation d'occasion », Janvier 2013.



*Les données 2016 des ETP intègrent le temps passé par les employés sur les activités de ventes de tous types d'objets et non pas uniquement les objets au sein du périmètre de l'étude comme cela a pu être fait en 2010 et 2013.

Le fond vert signifie que les données 2010 et 2013 ne sont pas disponibles pour ces acteurs puisqu'ils intègrent le panorama de la deuxième vie des produits lors de l'édition 2017.

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 sa 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 2016, ~1,8 Mt d'objets d'occasion compris dans le périmètre de l'étude ont été proposés à la vente contre ~1,3 Mt en 2013. Les flux sont répartis de la manière suivante entre les différents acteurs :

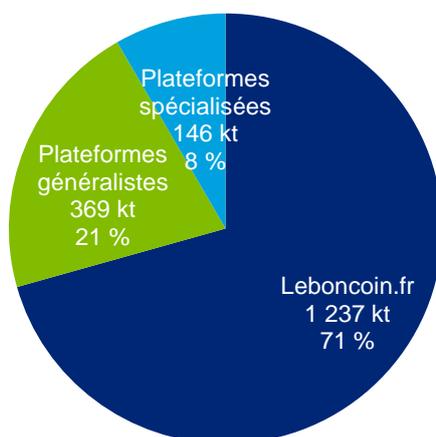


Figure 53 - Répartition des quantités de biens mis en vente par les sites internet de mise en relation en 2016

Par ailleurs, la répartition des annonces par catégorie de produits a pu être estimée en nombre d'unités :

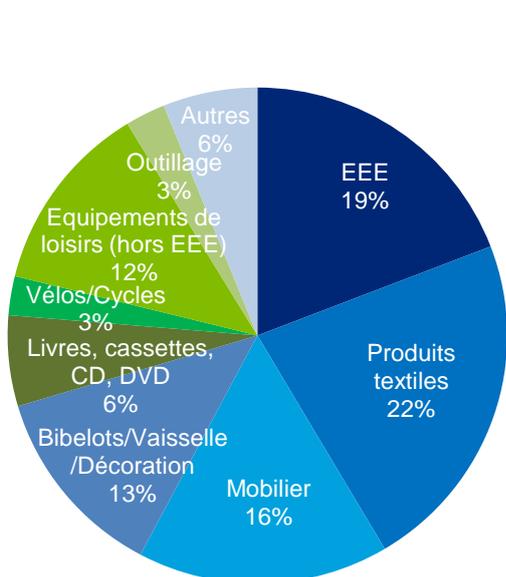


Figure 54 - Répartition des quantités de biens mis en vente en 2016 en nombre d'unités sur leboncoin par catégories de biens

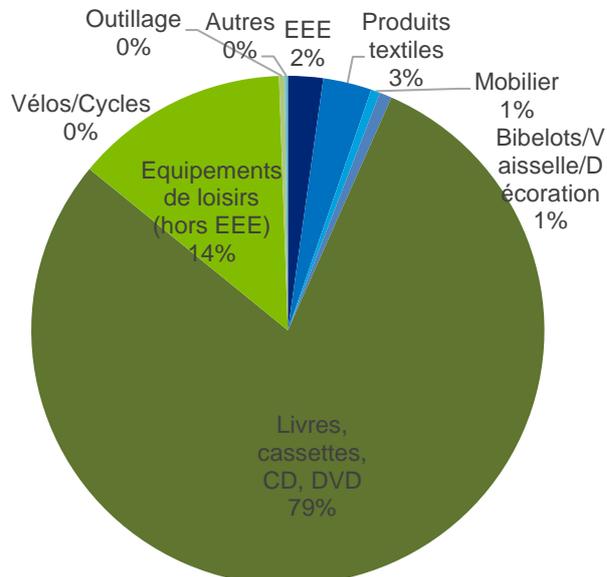


Figure 55 - Répartition des quantités de biens mis en vente en 2016 en nombre d'unités sur eBay par catégories de biens

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, ce qui en fait le canal le privilégié des français. Ce pourcentage baisse toutefois de 4 points par rapport à 2012⁷⁸.

Toutefois le CREDOC⁷⁹ 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 Opinionway⁸⁰, 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 associée 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, 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.**

⁷⁸ Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi des produits, ADEME, 2014

⁷⁹ Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC), Acheter d'occasion sur internet, décembre 2007

⁸⁰ Opinionway, « Baromètre du CtoC 2011 » pour PriceMinister et La Poste.



Tableau 34 - Evolution des quantités totales de biens mis en vente sur les sites internet de mise en relation entre 2010 et 2016

Quantités totales de biens mis en vente (t)	2010	2013	2016
leboncoin	140 000	165 000	247 000
eBay	54 000	37 000	19 000
PriceMinister	54 000	37 000	15 000
Amazon France			51 000
Vinted			40 000
Back Market			470
Momox			2 000
Vestiaire Collective			547

Les quantités de biens vendus ont été estimées sur la base de sources et de dires d'experts

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-ventes sont redonnés à leurs propriétaires et circulent à nouveau sur le marché ;
- De nombreuses structures de l'ESS et du secteur de l'occasion ont recours à leboncoin 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 de leboncoin 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 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.

► 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, 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 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.⁸¹

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 à rejoindre celui de la population française. leboncoin confirmait ce fait en 2012 : le profil type de l'internaute consultant leboncoin était sensiblement identique à celui de l'internaute français moyen.

Tableau 35 : Composition de l'audience de leboncoin en % par rapport à l'audience type en France, janvier 2012 (source : Médiamétrie)

Critères	Internaute Français	Internaute leboncoin
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.

⁸¹ Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi des produits, ADEME, 2014



4. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2010

Tendances d'évolutions

Sites d'annonces

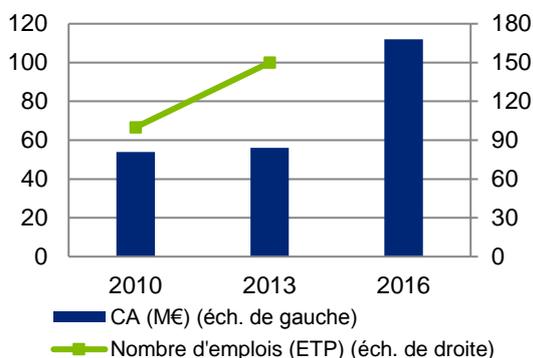


Figure 56 - Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2016

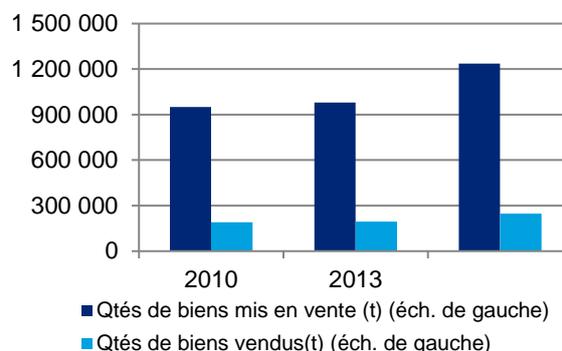


Figure 57 - Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des sites d'annonces entre 2010 et 2016

Places de marché généralistes

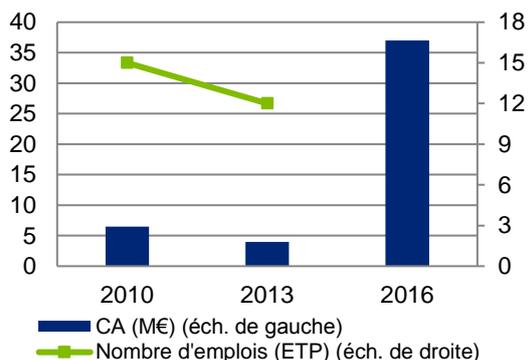


Figure 58 : Evolution du CA et du nombre d'emplois au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013

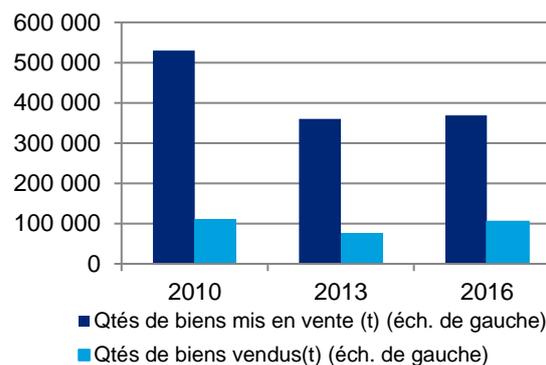


Figure 63 : Evolution des quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des places de marché entre 2010 et 2013



Places de marché spécialisées

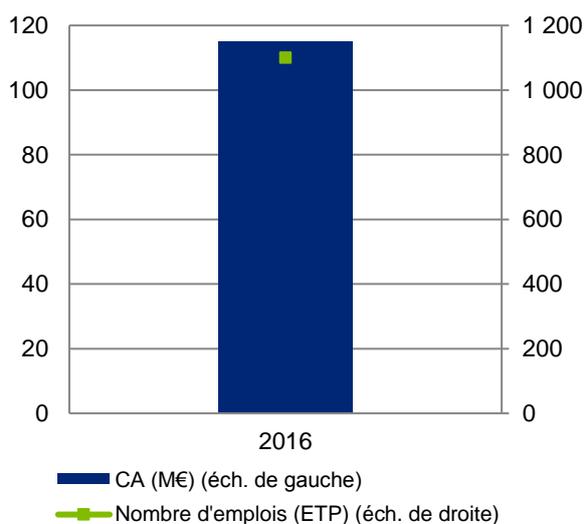


Figure 59 : CA et nombre d'emplois au sein du secteur des places de marché spécialisées en 2016

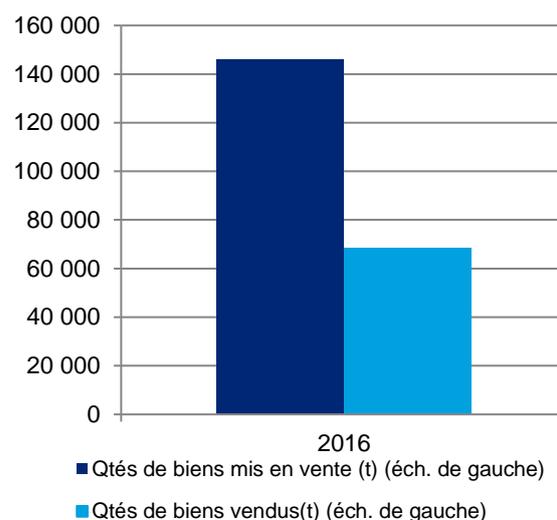


Figure 60 : Quantités de biens mis en vente et vendus au sein du secteur des places de marché spécialisées en 2016

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 s'est imposé et a doublé son chiffre d'affaires entre 2013 et 2016** 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 sont ainsi réorientés vers le BtoC suite à une décroissance de près de 40% de leur chiffre d'affaires entre 2010 et 2013. Leur chiffre d'affaires s'est ainsi stabilisé entre 2013 et 2016. A l'inverse de celles de leboncoin, les quantités de biens d'occasion vendus sur les places de marché généralistes ont diminué de moitié entre 2012 et 2014 et ont continué de diminuer entre 2014 et 2016. La situation a évolué vers **un oligopole à frange BtoC**⁸².

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.

La **tendance est à la multiplication des plateformes spécialisées par typologie de produit**. Ces plateformes offrent des services supplémentaires comme le paiement sécurisé, le gage de qualité des produits proposés et une ergonomie améliorée de la plateforme. La situation à l'avenir pourrait évoluer vers une délocalisation des biens de qualité supérieure depuis les sites d'annonces et les plateformes généralistes vers ces plateformes spécialisées

⁸² La distribution de biens d'occasion, Janvier 2013, Xerfi-Precepta



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-ventes 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.

Les freins à l'activité en 2017

▶ 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. Cela est surtout vrai sur les sites d'annonces en ligne. En effet, 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.



ANNEXE 7 - LES MANIFESTATIONS PHYSIQUES

Principaux guides/agendas de manifestations		Principal syndicat
 		
Définition	Ventes au déballage de biens d'occasion (vides-greniers/brocantes) : 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)	
Spécificités	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Participation des particuliers limitée par la réglementation à deux par an pour vendre des biens personnels usagés uniquement ➔ Forte saisonnalité 	
Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi (2013)	~70 000 soit ~7 millions de stands par an en 2013. La donnée n'a pas été mise à jour en 2017, faute de données assez précises.	
Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi en ETP (2013)	Organisateurs de brocantes : ~9 500 bénévoles en ETP en 2013- la donnée n'a pas été mise à jour en 2017, faute de données assez précises. Le nombre de professionnels occupés par l'organisation de brocantes n'est pas connu.	
Flux collectés au titre du réemploi et réemployés en 2013 (t)	Les flux mis en vente sont estimés à environ 500 000 t par an dont 34% sont vendus soit environ 175 000 t en 2013. La donnée n'a pas été mise à jour en 2017, faute de données assez précises.	
Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi en 2013 (€)	<ul style="list-style-type: none"> - Brocanteurs (hors magasin) : ~70 M€ en 2013 - Volumes monétaires liés aux ventes de particuliers : ~1 000 M€ en 2013 La donnée n'a pas été mise à jour en 2017, faute de données assez précises.	
Principales tendances rencontrées sur le marché du réemploi	<ul style="list-style-type: none"> - Le succès des brocantes et vide-greniers ne se dément pas - Une spécialisation des vide-greniers et brocantes - Une évolution des types de biens vendus vers des objets plus récents - Une diversification du public vers les catégories les plus aisées 	
Principaux freins à l'activité de réemploi identifiés	Ventes au déballage : pas de frein majeur identifié	

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, 2012 et en 2014 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 d'Info-Brocantes
- Entretien téléphonique le 17/03/2017 avec Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

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 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 vide-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 échanger⁸³.
- Définition 2 : revendeur d'objets sans avoir fait de réparation⁸⁴

Antiquaire :

- Définition 1 : commerçant qui achète et vend des objets anciens de qualité⁸⁵.
- Définition 2 : vendeur d'objets sélectionnés et restaurés⁸⁶

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 :

⁸³ Larousse.fr http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/brocanteur_brocanteuse/11277

⁸⁴ Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

⁸⁵ Larousse.fr <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/antiquaire>

⁸⁶ Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO



- Les vide-greniers, dans lesquels les vendeurs sont théoriquement des particuliers. En pratique, certains particuliers transgressent la réglementation (« faux professionnels », voir partie Réglementation page 173) 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 quotidien⁸⁷ uniquement, les ventes des brocanteurs en magasin étant traitées en Annexe 5. 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 :

- 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

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 Réglementation page 173), 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 ;

⁸⁷ 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)



- 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 financement⁸⁸

Sur les **vide-greniers**, la vente au déballage réalisée par des exposants particuliers ne constitue pas en théorie une activité professionnelle.

Les **organisateur** 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/m² pour les rues, 0,99 €/jour/m² pour les espaces aménagés pour recevoir un marché) et d'une redevance de nettoyage (0,69 €/m²).

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 manifestation⁸⁹.

⁸⁸ 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.

⁸⁹ Source : Service-Public.fr, Comment organiser un vide-grenier ou une brocante ?, <http://vosdroits.service-public.fr/F1813.xhtml>



► Réglementation

Les vide-greniers et brocantes sont des manifestations soumises au régime des ventes au déballage et aux manifestations publiques de revente d'objets mobiliers⁹⁰. Les particuliers sont responsables des objets vendus et soumis aux mêmes règles que les professionnels sur les vices cachés⁹¹ 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 vente⁹², 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 emplacement⁹³.

L'organisateur doit également tenir un registre permettant l'identification des exposants (particuliers ou professionnels)⁹⁴. 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 économiques⁹⁵

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 particuliers, ce qui correspondrait au chiffre d'affaires des brocanteurs, représentaient un montant estimé de 104 M€ en 2006⁹⁶.

⁹⁰ Source : Journal Officiel de la République Française, Décret n°96-1097 du 16 décembre 1996 pris pour l'application du titre III, chapitre 1er, 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

⁹¹ Source : Journal Officiel de la République Française, Articles 1641 et suivants du Code Civil

⁹² Source : Journal Officiel de la République Française, Article R310-8 du Code du Commerce

⁹³ Source : Journal Officiel de la République Française, Article L310-2 du Code du Commerce

⁹⁴ Source : Journal Officiel de la République Française, Article 321-7 du Code Pénal

⁹⁵ Etude « Panorama de la deuxième vie des produits en France », 2014. Ces informations n'ont pas pu être actualisées dans le cadre de cette étude.

⁹⁶ Les entreprises du commerce du marché de l'art, DEPS, 2009



- 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 SMIC⁹⁷.

Pour l'année 2013, le chiffre d'affaires des brocanteurs hors structures physiques, en France pouvait être évalué à environ 70 M€. Les volumes monétaires liés aux ventes de particuliers étaient quant à eux estimés à environ 1 000 M€ en 2013. Le chiffre d'affaires global des organisateurs de brocantes est jugé négligeable.

Le chiffre est issu d'une extrapolation à partir des réponses d'un échantillon de brocanteurs à une action de phoning.

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 % des 100 M€ de CA des brocanteurs (en magasin et hors magasin). 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 marché⁹⁸

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.

En 2014, 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 36 - 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
TOTAL	69 400

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 1 100.** Ce nombre est en décroissance car il y a davantage de brocanteurs mettant fin à leur activité que de brocanteurs la démarrant⁹⁹.

Selon l'étude du DEPS, le nombre d'entreprises exerçant de la vente d'objets de récupération en magasin était de 1 073 en 2006.¹⁰⁰

⁹⁷ Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

⁹⁸ Etude « Panorama de la deuxième vie des produits en France », 2014. Ces informations n'ont pas pu être actualisées dans le cadre de cette étude.

⁹⁹ Entretien physique le 16/06/2014 avec Jean NOWICKI, Président du SNCAO et Frédérique CHAPILLON, Secrétaire Général du SNCAO

¹⁰⁰ Les entreprises du commerce du marché de l'art, DEPS, 2009



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.

Analyse de la chaîne de valeur

Les activités exercées

Les activités exercées par les **brocanteurs hors magasin** 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) sur des brocantes.

Les **organismes** 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 stock¹⁰¹.
- 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.

¹⁰¹ Cabinet d'expertise comptable Ad Valorem, Secteur de l'Antiquité-Brocante, <http://www.advalorem-expertise.fr/Antiquites-Brocante.html>



Flux d'approvisionnement

Au-delà des estimations en termes de chiffre d'affaires, il est difficile d'estimer les flux d'approvisionnement en tonnage, que ce soit au niveau des brocanteurs ou au niveau des ventes au déballage. En effet, aucune étude sur les flux matériels échangés au niveau d'une vente au déballage, qui permettrait une extrapolation à l'échelle nationale, n'est disponible.

On peut tout de même estimer le nombre d'objets mis en vente dans les ventes au déballage à environ **1 milliard d'objets soit environ 510 000 t.**

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 Tableau 37 ci-après. Les plus fréquents sont les jouets et le matériel de puériculture (poussettes, landaus, chauffe-biberons, porte-bébés, etc.), 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.

Tableau 37 - 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
Equipements électriques et électroniques		
	Gros électroménager froid	--
	Gros électroménager hors froid	--
	Petit électroménager	-
	Ecrans	-
	Equipements audiovisuels (hors écran)	-
	Equipements informatiques (hors écran)	-
Produits textiles		
	Vêtements	++
	Maroquinerie (sacs et accessoires)	+
	Chaussures	++
	Linge de maison	+
Mobilier		+
Bibelots/Vaisselle/Décoration		



	Décoration	++
	Luminaires	+
	Vaisselle	++
Livres, cassettes, CD, DVD		
	CD, DVD, Cassettes	++
	Livres, revues, BD, etc.	++
Equipements de loisirs		
	Instruments de musique	-
	Jouets	++
	Equipements de sport	+
Vélos/Cycles		
Outillage		
	Bricolage	++
	Jardinage	++
Autres		
	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 récents 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 38 **Erreur ! Source du renvoi introuvable.** ci-dessous.

Tableau 38 - Ventes d'objets dans les ventes au déballage et par les brocanteurs

Flux vendus	Ventes au déballage	Brocanteurs (ventes au déballage uniquement)
Nombre d'objets vendus (unité)	345 000 000	5 000 000
Nombre d'objets vendus (t)	173 000	5 000

Le nombre d'objets vendus dans les ventes au déballage a été estimé en définissant la part d'objets vendus par les brocanteurs hors magasin égale à la part du chiffre d'affaires réalisé hors magasin ; c'est-à-dire 70% des 7 000 000 unités et 7 000 tonnes estimées pour les brocanteurs en général.



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 prudence.

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 vide-greniers des biens de qualité et d'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 Châtellerault, organisé par Débal Antic, constitue un de ces points de rencontre entre professionnels antiquaires et brocanteurs, chaque mois sur 15 000 m² d'exposition.

Il est difficile de dégager des généralités sur les prix pratiqués du fait de la diversité des biens proposés. Sur les vide-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 Brocantes¹⁰², journaux locaux, affiches dans les commerces et sur les panneaux d'affichage, etc.

5. Facteurs et tendances d'évolution depuis 2012¹⁰³

Tendances d'évolution

- ▶ 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 de l'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. Également, l'émission « Redesign » portée par M6 depuis avril 2017 destinée à la rénovation et la métamorphose de vieux objets en idées déco. 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 loisirs à part entière, ce qui n'est pas encore le cas dans les autres structures du marché.

¹⁰² Agenda des Brocantes, <http://www.agendanationalesdesbrocantes.com/>

¹⁰³ Etude « Panorama de la deuxième vie des produits en France », 2014. Ces informations n'ont pas pu être actualisées dans le cadre de cette étude.



▶ Une spécialisation des vide-greniers et brocantes

On note depuis 2010 une tendance à l'augmentation du nombre d'événements thématiques spécialisés, en particulier les vide-dressing mais aussi les bourses aux jouets et les bourses aux livres. On voit par ailleurs apparaître des vide-maisons, des vide-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.

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

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

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 événements ont lieu sur 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 événements. Il s'agit néanmoins d'un frein mineur.



ANNEXE 8 - LES RECONDITIONNEURS ET RENOVATEURS

	
Définition	<p>Donne de la valeur aux (D)EEE usagés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - pour les revendre directement en dégageant le plus de marge possible ; - ou en sous-traitance d'un intermédiaire qui les achète puis les revend.
Finalités	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Revente d'appareils de seconde main. ➔ (Généralement activité principale) Réparation sans changement de propriétaire (sous ou hors garantie)
Statut juridique	SAS, SA, EI, EA, ESAT.
Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2016)	<p>(Les chiffres présentés intègrent les broker et asset manager)</p> <p>Plus de 20¹⁰⁴ structures</p>
Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2016)	<p>(Les chiffres présentés intègrent les broker et asset manager)</p> <p>Près de 600 ETP</p>
Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés en 2016 (t)	<p>(Les chiffres présentés intègrent les broker et asset manager)</p> <p>EEE : plus de 2,2 millions de biens ont été collectés soit environ 4 500t, dont environ 2,05 millions de biens soit 4 200t, ont été réemployés (soit 93%)</p> <p>Mobilier : 1 200t de biens ont été collectées dont 850 tonnes réemployées (soit 70 %).</p>
Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2016 (€)	<p>(Les chiffres présentés intègrent les broker et asset manager)</p> <p>Près de 90 M€</p>

Sources et guide de lecture de la fiche

Les principales sources

- Etude sur le réemploi des EEE ménagers, ADEME, 2016 ;
- Entretien téléphonique le 03/04/17 avec Anovo ;
- Entretien téléphonique le 06/03/17 avec Nodixia.

¹⁰⁴ Extrapolé sur la part de marché (en unités vendues) d'Anovo sur la téléphonie et Nodixia sur l'informatique



Caractéristiques et place sur le secteur

Modèle économique

L'activité des reconditionneurs consiste à capter un gisement de produits dont le propriétaire n'a plus l'usage mais dont la valeur et les fonctionnalités sont potentiellement intactes ou réparables. Ces acteurs ont donc un rôle de metteur en état. Ils s'approvisionnent auprès des particuliers et des professionnels, dont les loueurs, distributeurs et intermédiaires afin d'obtenir des lots suffisamment importants. Ils revendent les produits auprès des particuliers et entreprises. Ils peuvent également offrir leur service de réparation auprès d'entreprises disposant de grands parcs d'EEE (c'est le cas des entreprises de téléphonie) ou bien proposer un service de réparation sans changement de propriétaire.

Certains acteurs de l'ESS possèdent le même métier que les reconditionneurs et réparateurs, sur les EEE comme sur d'autres produits. C'est leur vocation sociale qui les distingue des acteurs de l'économie conventionnelle, avec notamment un engagement dans l'insertion et la formation mais aussi dans la vente de biens à bas prix. C'est le cas du réseau Envie, spécialisé dans la réparation de gros électroménagers, ou même des réseaux comme Emmaüs ou le Réseau des Ressourceries, qui ont intégré la réparation de biens à leurs activités (réparation d'EEE pour Emmaüs à travers Les Ateliers du Bocage, et de mobilier sinon).

Historique

La prise de conscience de la valeur des EEE usagés/ DEEE est à l'origine de la création de nombreuses structures de reconditionneurs ou réparateurs, positionnées principalement en B2B et B2C et qui achètent des EEE/DEEE, les remettent en état (éventuellement) puis les revendent.

Les acteurs se sont principalement développés sur la téléphonie d'occasion suite à l'arrivée de Free sur le marché de la téléphonie, à l'origine du développement depuis 2012 des offres « SIM only ». Ces offres ont considérablement impacté les modèles en place basés sur le subventionnement du mobile, réduisant en facial la perception du coût associé. Les opérateurs ont alors cherché à se différencier en proposant des offres de reprise.

Mode de fonctionnement des structures

Les revenus sont issus soit de la prestation de service associée à la remise en état des équipements des intermédiaires, soit des gains générés par la marge réalisée sur l'achat-revente.

Analyse quantitative

Chiffre d'affaires et résultats économiques

Le chiffre d'affaires est d'environ 90 M€ en 2016, principalement sur la téléphonie et l'informatique (les chiffres présentés intègrent les broker et asset manager).

Les reconditionneurs ont fait l'objet d'un focus particulier pour cette édition du panorama. Cependant, étant nouvellement intégrée à l'étude, cette catégorie d'acteurs ne bénéficie pas du même recul que les autres catégories en termes d'historicité des données.

Structure du marché

Sur la téléphonie, l'activité de réparation/remise en état est concentrée sur un nombre limité de reconditionneurs/réparateurs qui agissent parfois pour le compte d'intermédiaires. Les acteurs ont développé des savoir-faire constitutifs de leur compétitivité et communiquent activement sur le sujet (voir focus iPhone/Itancia). La barrière à l'entrée est d'autant plus importante qu'une partie importante des reconditionneurs/réparateurs sont à l'origine des acteurs de taille importante et positionnés sur les activités de réparation dans le cadre des réparations sans changement de propriétaire (SBE, Cordon Electronics, Anovo, etc.). A titre d'exemple, Anovo réalise plus de 80 millions d'euros dans la revente des produits rénovés, principalement sur les mobiles.



Analyse de la chaîne de valeur

Les activités exercées

Selon les acteurs interrogés dans le cadre de l'étude, le reconditionneur ou rénovateur réalise une activité de réparation sur les produits, variable en fonction de la qualité des flux qu'ils parviennent à capter :

- Si les flux sont en très bon état, alors l'intervention de l'acteur est presque minimale : il peut remettre les produits directement en vente après avoir testé leur fonctionnalité et vérifié leur aspect esthétique. Le produit est généralement vendu en tant que produit d'occasion ;
- Si les flux récupérés sont en état de fonctionnement mais nécessitent des changements de pièces et réparations superficielles, alors l'acteur procède au reconditionnement du produit, en passant par plusieurs étapes de tests et de réparations, avant de mettre en vente le produit. Le produit reste un produit d'occasion, mais avec les apparences du neuf, il est généralement vendu en tant que « produit reconditionné » ;
- Si les flux captés ne sont plus en état de fonctionnement mais conservent un potentiel de réemploi (selon l'expertise de l'acteur), alors il procède au remanufacturing du produit : celui-ci est entièrement retraité, avec le changement de toutes les pièces d'usure, toutes les pièces hors-service (réparation) et les pièces esthétiques, avant d'être remis en vente. Le produit possède alors les mêmes qualités et garanties qu'un produit neuf.

L'ensemble des reconditionneurs d'EEE ne procèdent pas à toutes ces opérations : tous ne possèdent pas une activité de remanufacturing et certains se contentent du reconditionnement des produits.

L'approvisionnement

Spécificités de l'approvisionnement

Types de biens

Les principaux types de biens collectés par les asset manager et broker sont les suivants :

- Equipements électriques et électroniques (principalement téléphonie et informatique)
- Mobilier (volume moindre) ;

Modes d'approvisionnement

Les reconditionneurs ou rénovateurs s'approvisionnent principalement auprès des professionnels, sur des places de marché de professionnels auxquelles ils ont accès ou via des réponses à des appels d'offres.

Flux d'approvisionnement

Plus de 2,2 millions de biens ont été collectés en 2016, soit environ 4 500t. Ces chiffres intègrent les flux collectés et réemployés par les intermédiaires.

Les attentes des donateurs

Les principales attentes sont :

- Gains économiques
- Logistique
- Traçabilité
- Remise en état de qualité (si sous-traitance)



L'offre de vente

Spécificités de l'offre

Les asset manager revendent ensuite leurs biens auprès des professionnels dans leurs réseaux de partenaires et des particuliers par l'intermédiaire de sites de mise en relation (ex : Backmarket).

Flux vendus

Près de 93% des biens ont été réemployés en 2016 soit environ 2,05 millions de biens ou 4 200t. Ces chiffres intègrent les flux vendus par les intermédiaires.

Les intermédiaires et reconditionneurs présentent un taux de réemploi particulièrement élevé, même s'il est inférieur à celui des dépôts-ventes et revendeurs qui pratiquent un fort écrémage des biens en approvisionnement en les achetant à l'unité (auprès des particuliers et professionnels). Les intermédiaires et reconditionneurs achètent également leurs biens, mais sous forme de lot pour la plupart, et ne peuvent pas s'assurer du potentiel de revente de chacun des produits appartenant à ces lots. Leur expertise réside dans leur capacité à identifier et à capter des lots à fort potentiel de revente (après réparation et reconditionnement ou non), selon leur nature et leur origine. Ainsi, le taux de réemploi obtenu est particulièrement élevé compte tenu de leur type d'approvisionnement.

Facteurs et tendances d'évolution depuis 2016

Les reconditionneurs ont fait l'objet d'un focus particulier pour cette édition du panorama. Cependant, étant nouvellement intégrée à l'étude, cette catégorie d'acteurs ne bénéficie pas du même recul que les autres catégories en termes d'historicité des données.



ANNEXE 9 - LES BROKER ET ASSET MANAGER

	
Définition	Gestionnaires de flux qui achètent des EEE/DEEE, les remettent en état (éventuellement) puis les revendent. Ce sont des asset manager ou des brokers
Finalités	<p>➔ L'asset manager apporte une solution globale de gestion des parcs professionnels d'équipements électriques et électroniques, intégrant la reprise et la revente d'équipements usagés, dans une logique de rationalisation des coûts liés à ces parcs.</p> <p>➔ Le broker propose au vendeur le prix de rachat le plus concurrentiel et à l'acheteur le prix de vente le plus concurrentiel tout en dégagant une marge suffisante.</p>
Statut juridique	SAS, SA, EA, ESAT, EI.
Types et nombre de structures actives dans le domaine du réemploi et de la réutilisation (2016)	<p>(Les chiffres présentés intègrent les reconditionneurs et rénovateurs)</p> <p>Plus de 20¹⁰⁵ structures</p>
Nombre de personnes occupées par l'activité de réemploi et de réutilisation (2016)	<p>(Les chiffres présentés intègrent les reconditionneurs et rénovateurs)</p> <p>Près de 600 ETP</p>
Flux collectés au titre du réemploi et de la réutilisation et réemployés et réutilisés en 2016 (t)	<p>(Les chiffres présentés intègrent les reconditionneurs et rénovateurs)</p> <p>EEE : plus de 2,2 millions de biens ont été collectés soit environ 4 500t, dont environ 2,05 millions de biens soit 4 200t, ont été réemployés (soit 93%)</p> <p>Mobilier : 1 200t de biens ont été collectées, dont 850 tonnes réemployées (soit 70 %).</p>
Chiffre d'affaires réalisé au titre du réemploi et de la réutilisation en 2016 (€)	<p>(Les chiffres présentés intègrent les reconditionneurs et rénovateurs)</p> <p>Près de 90 M€</p>

Sources et guide de lecture de la fiche

Les principales sources

- Etude sur le réemploi des EEE ménagers, ADEME, 2016 ;
- Entretien téléphonique le 06/03/17 avec Nodixia ;
- Entretien téléphonique le 06/03/17 avec Co-Recyclage.

¹⁰⁵ Extrapolé sur la part de marché (en unités vendues) d'Anovo sur la téléphonie et Nodixia sur l'informatique



Caractéristiques et place sur le secteur

Modèle économique

Il est de 2 types :

- Les asset managers achètent, reconditionnent (éventuellement) et revendent du matériel. Par ailleurs, ils fournissent des services complémentaires en lien avec la gestion de parc des entreprises ;
- Les brokers achètent et revendent du matériel comme les asset managers, mais leur intervention sur le matériel se limite à son stockage et à la vente par lot des produits achetés. Certains ne manipulent pas les produits, d'autres ne les voient même pas. Un broker est donc purement un négociant et ne fournit pas de service complémentaire à ses clients.

Bien qu'il soit possible de distinguer deux métiers différents au sein des intermédiaires, les acteurs identifiés peuvent à la fois jouer un rôle de broker auprès de certains clients et d'asset manager auprès d'autres. Certains intermédiaires peuvent réaliser eux-mêmes l'activité de réparation et alors être aussi considérés comme reconditionneurs ou réparateurs de l'économie traditionnelle.

Ces acteurs sont principalement positionnés sur l'informatique et la téléphonie. Certains brokers traitent également du GEM/PEM et de l'audiovisuel mais ce sont principalement des déstockeurs/soldeurs.

Certains asset managers à l'image de Co-Recyclage offrent une solution de reprise spécialisée sur le mobilier. Co-Recyclage se distingue par un impact social fort via ses activités de don (le gain financier n'est pas au cœur de leurs activités) et un aspect environnemental.

Historique

La prise de conscience de la valeur des EEE usagés/ DEEE est à l'origine de la création de nombreuses structures d'intermédiaires, positionnées principalement en B2B et B2C et qui achètent des EEE/DEEE, les remettent en état (éventuellement) puis les revendent.

Les acteurs se sont principalement développés sur la téléphonie d'occasion suite à l'arrivée de Free sur le marché de la téléphonie, à l'origine du développement depuis 2012 des offres « SIM only ». Ces offres ont considérablement impacté les modèles en place basés sur le subventionnement du mobile, réduisant en facial la perception du coût associé. Les opérateurs ont alors cherché à se différencier en proposant des offres de reprise.

Mode de fonctionnement des structures

Les revenus des asset manager sont issus à la fois de la prestation de service associée à l'apport de la solution et des gains générés par la marge réalisée sur l'achat-revente. Les revenus des brokers sont issus essentiellement des gains générés par la marge réalisée sur l'achat-revente.

Analyse quantitative

Chiffre d'affaires et résultats économiques

Le chiffre d'affaires est d'environ 90 M€ en 2016, principalement sur la téléphonie et l'informatique. Ces chiffres intègrent les reconditionneurs et renovateurs.

Les intermédiaires ont fait l'objet d'un focus particulier pour cette édition du panorama. Cependant, étant nouvellement intégrée à l'étude, cette catégorie d'acteurs ne bénéficie pas du même recul que les autres catégories en termes d'historicité des données.



Structure du marché

Le marché est hautement concurrentiel sur les EEE, en particulier sur la téléphonie.

Analyse de la chaîne de valeur

Les activités exercées

Les activités exercées par un asset manager et créatrices de valeur sont principalement :

- Solutions de reprises des équipements des employés ou des clients : logistique, gestion de projet, communication ;
- Solutions de revente des équipements repris : diffusion multicanal (physique, en ligne, etc.) ;
- Traçabilité des flux.

Celles exercées par un broker sont principalement :

- Reprises des équipements des employés ou des clients : logistique ;
- Revente des équipements repris.

Quelle que soit la typologie de l'acteur, la remise en état est généralement sous-traitée en France ou dans des pays à bas coût. Le tri lors de la reprise permet de diminuer le volume de produits dont la réparation est nécessaire.

Un asset manager ou un broker a principalement une activité de réemploi car il collecte principalement des produits au sens de la définition du code de l'environnement.

L'approvisionnement

Types de biens

Les principaux types de biens collectés par les asset manager et les brokers sont les suivants :

- Equipements électriques et électroniques (principalement téléphonie et informatique) ;
- Mobilier (volume moindre).

Modes d'approvisionnement

Les asset managers s'approvisionnement principalement auprès des professionnels, via des contrats, des réponses à des appels d'offres ou sur des places de marché de professionnels auxquelles ils ont accès et auprès des particuliers, sur des sites d'achat-vente (en particulier sur la téléphonie).

Les brokers s'approvisionnement principalement auprès des professionnels, sur des places de marché de professionnels auxquelles ils ont accès ou via des réponses à des appels d'offres.

Flux d'approvisionnement

Plus de 2,2 millions de biens ont été collectés en 2016 soit environ 4 500t. Ces chiffres intègrent les flux collectés et réemployés par les reconditionneurs et renovateurs.

On constate sur la téléphonie une grande dispersion dans les prix de rachat proposés par les différents concurrents : il n'est pas rare d'observer un rapport de 1 à 5 entre l'offre de rachat la plus élevée et la plus basse grâce aux comparateurs en ligne (Cf. Figure 61)¹⁰⁶. C'est le signe d'un marché fortement concurrentiel mais qui n'a pas encore atteint le niveau de maturité du neuf (où l'on n'observe pas les mêmes dispersions de prix).

¹⁰⁶ <http://www.meilleurmobilier.com/mobiles/prix-rachat-mobile.do?mobileId=3148>



m Meilleurs prix pour la revente de votre Apple iPhone 5 64 Go :

Site acheteur	Envoi Prépayé	Enveloppe Gratuite	Modes de Paiement	Prix Hors-Service	Prix Fonctionnel	Sélection
	non	non	Non renseigné	0 €	219 €	Vendre ▶
	oui	non	Virement bancaire	30 €	120 €	Vendre ▶
	oui	non	Virement bancaire	30 €	120 €	Vendre ▶
	non	non	Chèque, Virement	24 €	83 €	Vendre ▶
	oui	non	Chèque, Dons	14 €	80 €	Vendre ▶
	oui	non	Virement bancaire	16 €	66 €	Vendre ▶
	oui	oui	Chèque, Virement bancaire, Dons	14 €	54 €	Vendre ▶
	oui	oui	Virement bancaire, Chèque, Dons, Crédit	0 €	52 €	Vendre ▶
	non	non	Non renseigné	21 €	48 €	Vendre ▶
	oui	oui	Chèque, Paypal	15 €	45 €	Vendre ▶

Figure 61 : Comparateur en ligne d'offres de reprise de smartphones

E-comparateur pour la reprise des mobiles et tablettes

L'opérateur téléphonique SFR s'est associé avec certains acteurs : Love2recycle, Recyclez-moi, AlloReprise, WestOne et MobileRachat afin de fournir un comparateur des offres proposées par ses partenaires.¹⁰⁷

Une fois envoyé par le client, le téléphone sera traité et testé dans l'une des usines partenaires. S'il est fonctionnel, il sera reconditionné pour retrouver une seconde vie sur le marché de l'occasion. Après les tests et la validation de conformité du produit, le vendeur reçoit sous 7 jours le montant de la reprise.



Figure 62 : Site Web de SFR pour la reprise des Mobiles et Tablettes

¹⁰⁷ <https://recyclage-mobile.sfr.fr/>



Les attentes des donateurs

Les principales attentes sont :

- Gains économiques
- Logistique
- Traçabilité (seulement pour asset manager)

L'offre de vente

Spécificités de l'offre

Les asset manager revendent ensuite leurs biens auprès des professionnels via des contrats avec des entreprises ou dans leur réseau de partenaires, et auprès des particuliers sur des sites d'achat-vente (en particulier sur la téléphonie) ou par l'intermédiaires de sites de mise en relation (ex : Backmarket).

Les brokers revendent ensuite leurs biens auprès des professionnels dans leurs réseaux de partenaires ou auprès des particuliers par l'intermédiaire de sites de mise en relation.

Flux vendus

Près de 93% des biens ont été réemployés en 2016 soit environ 2,05 millions de biens ou 4 200t (les chiffres présentés intègrent les reconditionneurs et rénovateurs).

Les intermédiaires et reconditionneurs présentent un taux de réemploi particulièrement élevé, même s'il est inférieur à celui des dépôts-ventes et revendeurs qui pratiquent un fort écrémage des biens en approvisionnement en les achetant à l'unité (auprès des particuliers et professionnels). Les intermédiaires et reconditionneurs achètent également leurs biens, mais sous forme de lot pour la plupart, et ne peuvent pas s'assurer du potentiel de revente de chacun des produits appartenant à ces lots. Leur expertise réside dans leur capacité à identifier et à capter des lots à fort potentiel de revente (après réparation et reconditionnement ou non), selon leur nature et leur origine. Ainsi, le taux de réemploi obtenu est particulièrement élevé compte tenu de leur type d'approvisionnement.

Facteurs et tendances d'évolution depuis 2016

Les intermédiaires ont fait l'objet d'un focus particulier pour cette édition du panorama. Cependant, étant nouvellement intégrée à l'étude, cette catégorie d'acteurs ne bénéficie pas du même recul que les autres catégories en termes d'historicité des données.



L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Elle met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale.

L'Agence 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, les économies de matières premières, la qualité de l'air, la lutte contre le bruit, la transition vers l'économie circulaire et la lutte contre le gaspillage alimentaire.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de la Transition Écologique et Solidaire et du ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

LES COLLECTIONS DE L'ADEME



ILS L'ONT FAIT

L'ADEME catalyseur : Les acteurs témoignent de leurs expériences et partagent leur savoir-faire.



EXPERTISES

L'ADEME expert : Elle rend compte des résultats de recherches, études et réalisations collectives menées sous son regard.



FAITS ET CHIFFRES

L'ADEME référent : Elle fournit des analyses objectives à partir d'indicateurs chiffrés régulièrement mis à jour.



CLÉS POUR AGIR

L'ADEME facilitateur : Elle élabore des guides pratiques pour aider les acteurs à mettre en œuvre leurs projets de façon méthodique et/ou en conformité avec la réglementation.



HORIZONS

L'ADEME tournée vers l'avenir : Elle propose une vision prospective et réaliste des enjeux de la transition énergétique et écologique, pour un futur désirable à construire ensemble.





PANORAMA DE LA DEUXIÈME VIE DES PRODUITS EN FRANCE RÉEMPLOI ET RÉUTILISATION

L'actualisation 2017 du panorama de la deuxième vie des produits en France montre l'évolution globale des pratiques et des acteurs engagés depuis l'édition 2010 et pousse l'analyse via l'observation d'indicateurs quantitatifs depuis les éditions 2012 ou 2014 selon la disponibilité des données.

Historiquement menées entre particuliers à travers les brocantes ou vides-greniers et développées par les réseaux de structures de l'économie sociale et solidaire notamment pour offrir des produits à bas coûts pour des personnes en situation de précarité, les activités de deuxième vie des produits connaissent d'importantes transformations. L'offre s'est ainsi fortement développée en ligne depuis 2010 et les réseaux de structures locales, à l'image des revendeurs, continuent d'améliorer leurs services.

Les activités de réemploi et de réutilisation se développent depuis le premier panorama de 2010 avec un impact croissant sur les quantités de produits réemployés ou réutilisés (environ 750 000 tonnes en 2014 vs 1 million de tonnes en 2017 pour les biens de consommation courante).

ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Énergie

www.ademe.fr

