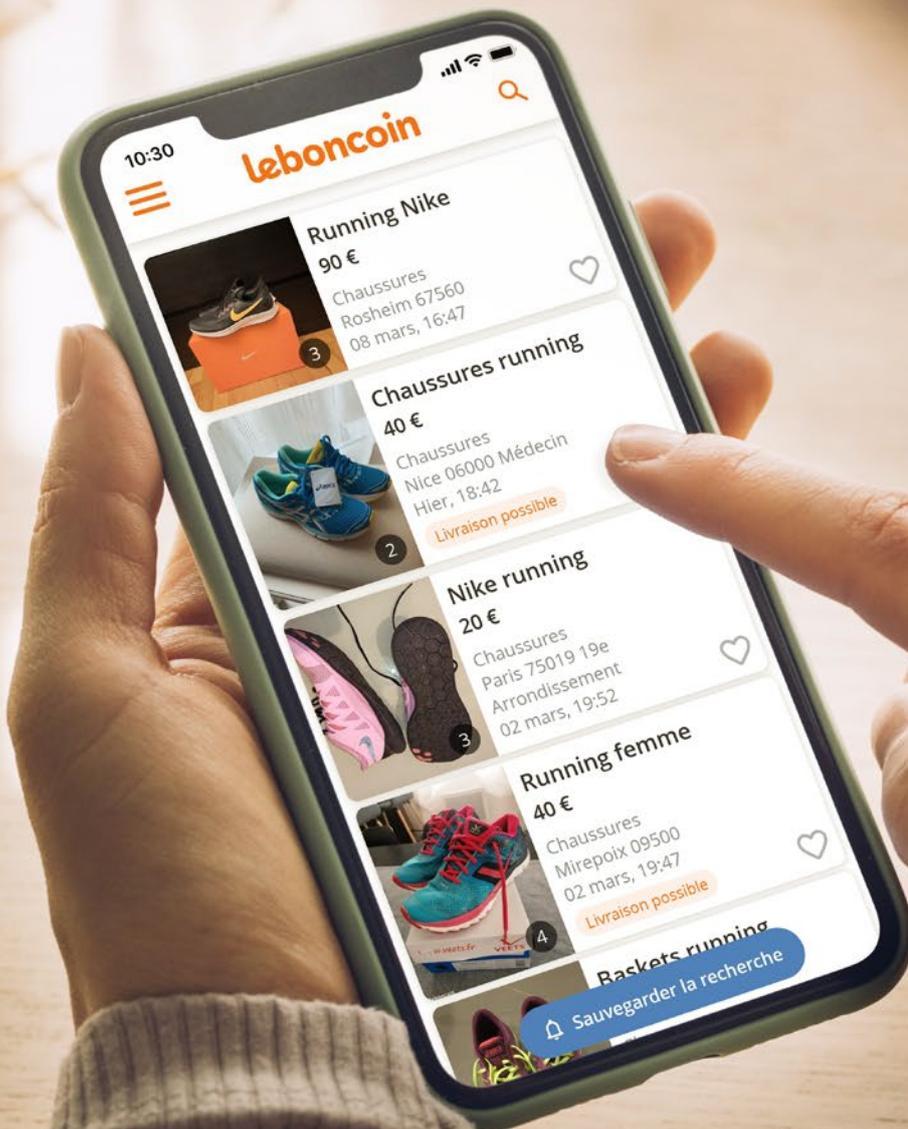


LE BOOM DU MARCHÉ DE L'OCCASION DES ARTICLES DE SPORT

La crise sanitaire de la Covid-19 a accéléré l'intérêt des consommateurs pour les problématiques écoresponsables. Les articles de sport n'échappent pas à la règle. Bien au contraire. Soucieux de réaliser des économies significatives et conscients de la nécessité de consommer « autrement » en favorisant l'économie circulaire, les amateurs de sport se sont massivement rués sur le marché de l'occasion ces derniers mois. Et en matière de seconde vie, ce sont les produits issus du cycle et du fitness qui ont suscité le plus d'intérêt. Pour mieux comprendre ce marché en pleine croissance, Sport Stratégies est allé interroger ceux qui font la pluie et le beau temps en la matière : l'incontournable acteur français de l'occasion [leboncoin](#), l'outsider [linkNsport](#) et le géant [Decathlon](#). Éclairage.

Dossier réalisé par Alain Jouve



LINKNSPORT, UN OUTSIDER QUI A DU POIDS !



Sophie Fehringer
Fondatrice de linkNsport

linkNsport est une marketplace qui, depuis 2 ans, met en relation professionnels et particuliers pour acheter et vendre du matériel de sport d'occasion. Sophie Fehringer, sa fondatrice, nous présente sa société.

Âgée de 51 ans, Sophie Fehringer annonce plus de 20 ans d'expérience professionnelle. « Au cours de ces années, j'ai développé des compétences de gestion, pilotage et stratégie financière, management d'équipes, commerciales. Enfin, j'ai piloté une filiale de 160 personnes, dans le BTP, pour un CA de 20 millions d'euros. » Elle rêvait de créer son entreprise depuis le début de sa carrière professionnelle. « J'ai le goût du challenge, et à cœur de toujours apporter une valeur ajoutée à ce que je fais, pour moi ou pour les autres. Donner du sens à mon travail dans un domaine que j'affectionne a motivé mon choix de me lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat. » linkNsport est née comme ça...

JUSQU'À 10 000 VISITEURS PAR MOIS MALGRÉ LA CRISE

Mais linkNsport, c'est quoi ? « linkNsport est une marketplace qui met en relation professionnels et particuliers pour acheter et vendre du matériel de sport d'occasion. linkNsport agit en qualité d'intermédiaire entre les acheteurs et les vendeurs et se rémunère par une commission sur les ventes définitivement réalisées (15% HT sur le prix de vente, Ndlr.). »

Le paiement est « sécurisé », tient à préciser la fondatrice, et des options de livraison sont proposées. « Le site permet d'acheter et de vendre en toute confiance à travers une plateforme sécurisée. Le vendeur a la garantie d'être payé car

le règlement est mis en attente (pré-autorisation, Ndlr.) par MANGOPAY (Crédit Mutuel). L'acheteur, pour sa part, est assuré de recevoir le matériel avant que le vendeur ne soit payé. » Pour éviter les problèmes de paiement face à un vendeur peu scrupuleux, « phénomène assez fréquent sur le net », linkNsport a en effet mis en place un délai de 17 jours entre la réception du matériel par l'acheteur et le paiement effectif au vendeur. Le capital de linkNsport est détenu à 100% par des personnes physiques dont la gérante majoritaire est Sophie Fehringer. « Depuis 2 ans que le site a été mis en ligne, linkNsport est en progression constante avec une moyenne de 8 à 10 000 visiteurs par mois, malgré la crise sanitaire et l'arrêt brutal de toutes les structures sportives. » Comme tous les acteurs du secteur, Sophie Fehringer a constaté une augmentation des ventes d'appareils de fitness et de musculation dès le 1^{er} confinement. Le sport à domicile a bel et bien le vent en poupe.

L'entreprise est jeune. Dès lors, « toute l'équipe est polyvalente, même si un collaborateur est plus particulièrement dédié au traitement des annonces ».

UNE INSPECTION MÉTICULEUSE POUR IDENTIFIER LES ANNONCES « SUSPECTES »

« Nous nous assurons de l'authenticité et la fidélité des annonces à l'aide de plusieurs contrôles, explique Sophie Fehringer : recherches via internet sur la marque, le modèle et le prix « neuf » ou « d'occasion », etc. En cas de doute, nous contactons le vendeur par mail et/ou par téléphone pour obtenir des détails sur le produit. S'il est injoignable ou ne répond pas à nos questions, l'annonce ne sera jamais mise en ligne. » linkNsport rejette en moyenne 20% des annonces.

Un constat : « La contrefaçon de matériels et équipements de sport est rare, voire inexistante hormis sur les vêtements (tee-shirts, sweat, sneakers, etc.). C'est l'une des raisons pour lesquelles nous limitons les annonces sur ces types d'articles. » Miser sur le sport et changer nos comportements. Quand on demande à Sophie Fehringer pourquoi elle a choisi de ne vendre que des articles de sport d'occasion sur sa plateforme, sa réponse est claire : « Nous pensons que le sport est important dans la société actuelle. Primordiale même pour rester en bonne santé physique et psychologique.

linkNsport



REVENDEZ
VOTRE
MATÉRIEL
DE SPORT

www.linknsport.com

- PAIEMENT SÉCURISÉ
- ANNONCES VÉRIFIÉES
- SOLUTIONS DE TRANSPORT

1. Ile-de-France	(31,67 %)
2. Auvergne-Rhone-Alpes	(13,07 %)
3. Occitanie	(9,34 %)
4. Nouvelle-Aquitaine	(8,80 %)
5. Provence-Alpes-Cote d'Azur	(7,41 %)
6. Hauts-de-France	(6,90 %)
7. Grand Est	(6,10 %)
8. Pays de la Loire	(4,16 %)
9. Brittany	(3,66 %)
10. Normandy	(3,26 %)

Statistiques utilisateurs zone géographique (chiffres entre 1/1/19 et 7/3/21) sur la France

« Collectivement, nous devons nous préoccuper de notre planète, et donc, changer notre manière de consommer »

1. France	(84,77 %)
2. United States	(2,68 %)
3. Belgium	(2,47 %)
4. Switzerland	(1,20 %)
5. Canada	(1,04 %)
6. Tunisia	(1,04 %)
7. Morocco	(0,97 %)
8. Algeria	(0,59 %)
9. Réunion	(0,31 %)
10. Germany	(0,27 %)

Statistiques utilisateurs zone géographique (chiffres entre 1/1/19 et 7/3/21) France et autres pays

gique. C'est aussi un domaine que j'affectionne depuis toujours. » Elle ajoute : « Collectivement, nous devons nous préoccuper de notre planète, et donc, changer notre manière de consommer. L'occasion constitue une formidable alternative pour une consommation plus responsable. Une consommation qui s'inscrit dans l'économie circulaire et permet d'éviter le gaspillage. »

linkNsport a choisi de mettre en valeur le matériel de sport d'occasion, toutes catégories confondues et de le rendre accessible au plus grand nombre. « L'occasion ne devrait plus être une nécessité financière mais plutôt un geste pour l'environnement. »

Fitness/musculation, ski, cyclisme, golf, natifisme, équitation et d'autres articles comme un équipement de taekwondo, du matériel de tir à l'arc ou des gants de boxe... sont autant de disciplines sportives ou de produits que l'on retrouve sur le site. « Plus de 1 000 articles ont déjà transité par notre site et plus 400 sont actuellement en ligne. »

LE MATÉRIEL HAUT DE GAMME DE FITNESS ET DE MUSCULATION TRÈS PRÉSENTS SUR LA MARKETPLACE... SIGNE DE LA CRISE

« La catégorie Fitness et Musculation représente actuellement la majorité de nos ventes et les annonces, en lot ou à l'unité, sont les plus nombreuses ». Technogym, Matrix et Precor en force. Du matériel moyen / haut de gamme. Comment l'expliquer ? « Le contexte actuel. Certaines salles de sport doivent fermer et vendre leur matériel. Des acheteurs particuliers en profitent pour s'équiper à domicile à moindre coût. Et des acheteurs professionnels y trouvent des produits nécessaires à l'exercice de leur activité : ceux exerçant dans le domaine du sport santé ; les entreprises qui mettent une salle de sport à disposition de leurs salariés ; certains acteurs étrangers, etc. »

linkNsport a identifié divers profils de vendeurs. « Les salles de fitness, les kinés, les magasins de location de matériels, les coachs sportifs... S'agissant des acheteurs, il s'agit surtout de spor-

tifs amateurs ou de haut niveau, d'entreprises, de préparateurs physiques, d'acteurs étrangers, de kinés et d'associations... »

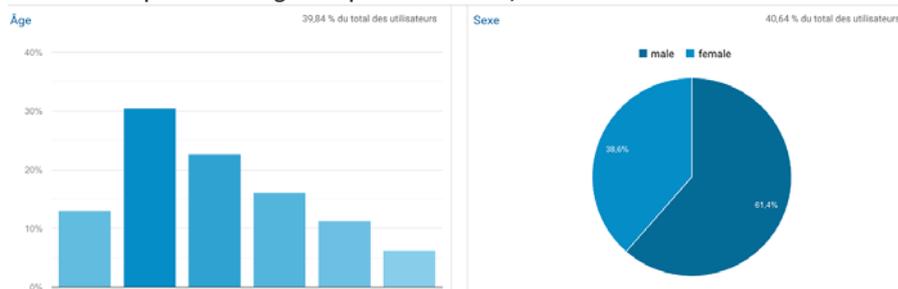
« Notre objectif est d'embaucher en priorité des femmes à la recherche d'un emploi à temps partiel, des jeunes qui démarrent dans la vie professionnelle, des seniors et des personnes en situation de handicap, des sportifs en reconversion » linkNsport dispose d'offres en B2B. « Nous proposons des services complémentaires comme la logistique (montage/démontage/emballage), la valorisation et l'intégration des annonces en masse, une communication spécifique et personnalisée notamment pour ceux qui souhaitent vendre et acheter des lots complets. »

L'ambition de linkNsport est de devenir une référence dans le domaine du matériel de sport d'occasion et d'étendre son offre vers la Belgique, la Suisse et certains pays d'Afrique « qui ont une culture de l'occasion ».

« Pour accompagner notre croissance, nous souhaitons créer des emplois autour d'un concept qui participe à la durabilité du matériel de sport. Notre objectif est d'embaucher en priorité des femmes à la recherche d'un emploi à temps partiel, des jeunes qui démarrent dans la vie professionnelle, des seniors et des personnes en situation de handicap, des sportifs en reconversion. Nous ciblerons les régions françaises où l'économie est atone, où le taux de chômage est élevé. Enfin, nous privilégierons le télétravail en plein essor, parfaitement adapté à l'activité de linkNsport et permettant de concilier vie privée/vie professionnelle et qui évite les consommations de CO₂ inutiles. »

Le futur s'annonce sous les meilleurs auspices. Et pour cause. « Le marché de l'occasion est en plein essor, notamment en France, où le chiffre d'affaires est passé de 5,8 milliards d'euros en 2014 à 7,4 milliards en 2020 (source Xerfi). » Effet de mode, changement de mentalités ou conséquence de la crise économique ? « Je pense que c'est une combinaison de tous ces facteurs qui poussent les Français à trouver la bonne occasion pour s'équiper au meilleur rapport qualité/prix, tout en évitant le gaspillage ! »

Utilisateurs répartition en âge et répartition Femme/Homme



Utilisateurs répartition en âge et répartition Femme/Homme