

STYLES • DESIGN

## Leboncoin, quinze ans de chasse aux trésors

Jamais le site de petites annonces n'a autant été utilisé en France, devenant un espace d'entraide et un réseau social alternatif. Les amoureux de design notamment, y compris des professionnels, l'explorent pour chiner la pièce rare.

Par Sabine Maida

Publié hier à 01h21, mis à jour hier à 11h47 • Lecture 9 min.

Article réservé aux abonnés



Pour ses 15 ans, Leboncoin s'est offert Catherine Deneuve en guest-star dans un film publicitaire réalisé par Eric Lartigau. [LEBONCOIN](#)

Pour ses 15 ans, Leboncoin avait prévu d'organiser en juin 2020, en prenant un peu d'avance sur le calendrier, une fête géante, avec 4 000 personnes conviées porte de Versailles à Paris. Il a fallu trouver autre chose, un peu moins festif mais plus spectaculaire : Catherine Deneuve. L'actrice tient ces jours-ci le premier rôle dans un film publicitaire de quarante secondes, réalisé pour Leboncoin par Eric Lartigau (*Prête-moi ta main*, *La Famille Bélier*...).

A première vue, l'association peut surprendre. « *Nous avons entendu dire que mademoiselle Deneuve était utilisatrice du site*, avance Anne Quemin, directrice de la communication chez Leboncoin. *Elle y chine régulièrement des poules en faïence ou en cristal pour enrichir sa collection.* »

Pourquoi s'étonner ? Un Français sur deux aurait aujourd'hui recours au leader français de petites annonces en ligne (dont quelques célébrités cachées derrière d'obscurs pseudonymes, paraît-il). Avec

29 millions de visiteurs uniques par mois, le site s'est classé en quatrième position dans la liste des entreprises les plus utiles aux yeux des Français (« Etude utilité 2017 », IFOP-Terre de Sienne) et a été élu marque française préférée des 18-34 ans (YouGov, octobre 2019).

Un succès que la crise sanitaire est venue conforter, avec un nombre d'annonces passé de 28 millions avant le premier confinement à 40 millions au premier trimestre 2021. « *Acheter sur Leboncoin est quasiment devenu un verbe à conjuguer* », ironise Stéphanie Calvino, à l'origine, avec la spécialiste de la mode Li Edelkoort, du collectif Anti\_Fashion, qui collabore activement avec la plate-forme d'économie circulaire. En proposant, depuis peu, la réservation de chambres d'hôtel, Leboncoin entend faire encore de nouveaux adeptes...

## Une voiture et même du travail

Lancé en 2006, leboncoin.fr s'inspire de blocket.se, un site d'annonces suédois imaginé dix ans plus tôt par Henrik Nordström, un ingénieur habitué à écumer les vide-greniers du dimanche. Le conglomerat norvégien Schibsted, qui a racheté Blocket (pour 19 millions d'euros), cherche à décliner le principe ailleurs en Europe. Pour mettre au point la version française, Schibsted s'allie au groupe média Spir Communication, filiale du Groupe SIPA - Ouest-France, et confie les clés du projet à Olivier Aizac, un jeune trentenaire débauché de Vivendi, où il s'occupait du numérique.

### Le Bon Coup ? « Une simple boutade, mais les gens de Meetic ont appelé pour vérifier. » Anne Quemin, directrice de la communication chez Leboncoin

A ce moment-là, eBay, leader des petites annonces en ligne, fait son beurre à l'international avec des commissions prélevées à l'issue des transactions. Olivier Aizac veut proposer le contre-pied : des annonces gratuites entre particuliers pour débusquer la bonne affaire à côté de chez soi. Le nom est tout trouvé, Leboncoin, plébiscité par 400 internautes français interrogés. Le directeur général mise à fond sur la simplicité et l'accessibilité. Il veut que tout le monde (« *y compris ma tante de la Creuse* », répète-t-il) puisse tout vendre et tout acheter sur son site – sauf les produits de beauté et de parapharmacie, pour des questions d'allergies.

Bientôt, on ne se contente plus de revendre sa machine à laver ou d'acheter des skis d'occasion sur Leboncoin. On y trouve aussi une voiture et même du travail. L'onglet « offres emploi », ajouté en 2012, contribue à l'explosion de la plate-forme. Interrogé par Europe 1 en août 2013 sur la propension de son entreprise à produire de la petite annonce tous azimuts, Olivier Aizac parle de créer une déclinaison pour favoriser les rencontres amoureuses et de l'appeler Le Bon Coup. « *Une simple boutade, mais les gens de Meetic ont appelé pour vérifier* », se souvient Anne Quemin.

## Pur décor de start-up

Sept ans, c'est l'âge de raison, mais Leboncoin, grisé par le succès, a plutôt envie de s'amuser. En s'offrant Iggy Pop pour un film publicitaire, par exemple. On y voit un (vrai) utilisateur, stupéfait de tomber sur l'icône punk-rock au moment de finaliser la vente de sa guitare électrique. L'année suivante, « l'Iguane » refait un caméo dans une publicité qui vante la nouvelle activité immobilière de la plate-forme.

Vente de biens, locations de vacances... on peut maintenant se loger sur Leboncoin. Le nouveau directeur général, nommé en 2015, Antoine Jouteau, aurait d'ailleurs trouvé sa maison sur le site. Les

professionnels, agents immobiliers compris, paient désormais pour la publication de leurs annonces (3,60 euros pour deux mois de présence en ligne).

### « S'il était écrit Leboncoin, on verrait les gens débarquer avec leurs achats défectueux ! » Caroline Grangié, directrice du pôle média et réputation chez Leboncoin

En mai 2016, Nicolas Sarkozy demande « *C'est quoi, Leboncoin ?* » à des patrons lyonnais qui lui expliquent où ils dénichent leurs nouvelles recrues. Quatre mois plus tard, François Hollande, alors président de la République, vient célébrer les 10 ans de la plate-forme au Palais Brongniart. Au micro, il félicite l'entreprise florissante, en précisant que « *tous les Français connaissent Leboncoin... ou presque* ». Tacle politique ou riff de guitare, toute publicité est bonne à prendre.

Cette année 2016 marque un tournant dans le positionnement de l'enseigne. Pour imprimer ce virage, la direction décide qu'il est temps de quitter les dorures du siège parisien du 8<sup>e</sup> arrondissement pour s'encanailler plus à l'est, vers République. Les anciens locaux de l'agence de publicité BETC, un bâtiment historique de 5 000 mètres carrés rue du Faubourg-Saint-Martin que plusieurs grandes entreprises convoitent, accueillent les professionnels de la petite annonce dans un pur décor de start-up, avec studio photo et cours de yoga.

En mars 2020, juste avant le début du premier confinement, un nouveau vaisseau amiral est livré par l'agence **Axel Schoenert Architectes**. Près de 8 000 mètres carrés de plateaux lumineux et 640 mètres carrés de terrasses et jardins désertés par des salariés en télétravail, dans une rue emblématique de la French Tech, du côté de la Bourse. Au milieu des façades Art nouveau ou de style industriel fin XIX<sup>e</sup> siècle typiques du Sentier, le bâtiment, tout en vitres, détonne, étalé fièrement sur un pâté de maisons.

Sur le fronton, trois lettres capitales : UFO (Unique Flexible Offices). « *S'il était écrit Leboncoin, on verrait les gens débarquer avec leurs achats défectueux !* », plaisante Caroline Grangié, directrice du pôle média et réputation. Cette adresse a été choisie, comme celle de la rue du Faubourg-Saint-Martin, d'après un savant calcul prenant en compte les zones d'habitation du personnel. Le triangle République, gare de l'Est, Les Halles a été ciblé, et les dieux de l'immobilier ont fait le reste. « *Pour attirer des développeurs de talent, il faut être installé dans le coin...* », analyse Anne Quemin.

## La communication pour soigner son style

Cette géolocalisation est aussi bénéfique pour l'image. Si Leboncoin ne veut pas renier ses vœux d'accessibilité – comme le prouve l'aspect basique et didactique, presque enfantin du site –, l'entreprise ne lésine pas sur la communication pour soigner son style. En marge des campagnes publicitaires (avec ou sans star), les événements attractifs se sont multipliés ces cinq dernières années : boutiques éphémères, expos thématiques, vide-dressings, visite d'un appartement intégralement meublé Leboncoin, collaborations régulières avec des marques (Super Marché), des bureaux de style (The Goodmoods) et des influenceuses...

En 2018, quand l'animatrice télé et créatrice de maille en cachemire Alexandra Golovanoff déménage, une partie de son mobilier est mise en vente sur Leboncoin, associé pour l'occasion à The Socialite Family. En quelques heures, les plus belles pièces sont écoulées. Cette année, pour les 15 ans, Sophie



Fontanel, journaliste de mode aux 246 000 abonnés sur Instagram, est invitée à dresser sa « cote du vintage » parmi les objets décoratifs vendus sur la plate-forme.

La photographe Aglaé Bory, elle, vient de réaliser la série Désordres intérieurs, où elle fait poser des utilisateurs, chez eux, avec leurs récentes acquisitions. Des images à l'atmosphère étrange, qui font écho à cette « *source inépuisable d'inspiration de poésie de l'ordinaire* » – la définition du site d'annonces que livraient, en 2019, les artistes Valérie Mréjen et Dominique Gilliot dans leur spectacle *Mano Rana*.

Même quand on est puissant, il faut se démarquer pour contrer la concurrence. Vinted et Vestiaire Collective ont préempté la mode de seconde main (Videdressing a été racheté il y a deux ans par Leboncoin) et le marché de la décoration a vu l'émergence des brocanteurs d'Instagram, la démocratisation des ventes aux enchères et, surtout, le succès de Selency, lancé en 2014. Ce spécialiste de la vente de design en ligne, avec son site léché qui prend l'acheteur par la main, devient très vite une marque et une caution.

### **Lire aussi | [Le mobilier vintage emménage sur Internet](#)**

« *Je ne suis pas une spécialiste du design, admet Isabelle Gallé, juriste. Si je repère un objet sur Selency, je suis certaine de ne pas faire fausse route. Je suis aussi rassurée qu'en achetant chez mon brocanteur en Normandie...* » Le prix de cet écrin rassurant : une commission de 25 % prélevée sur le prix affiché par le vendeur.

## **Revers de la médaille**

Conscient que son côté fourre-tout peut le desservir auprès d'une certaine cible, Leboncoin a mis en ligne, en décembre, une sélection vintage ironiquement baptisée... Le bon goût. Une initiative solidaire pour laquelle Marie Courroy (fondatrice de la marque Modetrotter), Alix Petit (créatrice de Heimstone) et le coiffeur David Lucas ont choisi des pièces sur le site. Un trio qui n'a pas du tout la même approche de la décoration.

« *C'est ce que j'aime avec Leboncoin : tout le monde y trouve son compte, note Marie Courroy. Ils ne filtrent pas les annonces, contrairement à Selency, qui refuse certains objets. On peut faire de vraies trouvailles, sans suivre la tendance du moment.* » La styliste dit adorer flâner sur l'application, guettant le coup de cœur... La méthode inverse de celle de son compagnon, le designer Edouard Dumond, « *leboncoiniste* » de la première heure : « *J'achète sur le site depuis une dizaine d'années. De tout. Des matériaux, des outils pour travailler, des motos, des meubles... Je sais exactement ce que je cherche et je mets des alertes, avec des mots-clés. C'est comme cela que j'ai fini par dégoter le canapé Togo dans la taille, la couleur et le cuir de mes rêves.* »

qui l'utilisent comme vitrine pour exposer leurs trésors, y puisent aussi de futures pièces à revendre, une fois le lustre des objets ravivé et les prix réévalués... Des icônes se cachent dans ce vide-greniers géant, à des prix abordables, parfois derrière un libellé abscons ou des photos floues et mal cadrées, sans que le designer ne soit mentionné ni même identifié. Revers de la médaille : les vendeurs ne sont pas toujours disposés à expédier les objets, même si la livraison et le paiement à distance ont été mis en place il y a un an et demi. L'idée du « bon plan au coin de la rue » a la peau dure...

### **Jacques Le Goff, médiéviste : ["Ce site est un antisystème"](#)**

Confinée « *à la montagne* » au printemps 2020, Marion Mailaender a, pour sa part, trouvé « *très pratique* » de chiner sur le site d'annonces toutes les lampes, tables et chaises de Tuba, la pension photogénique ouverte par les entrepreneurs Greg Cassa et Fabrice Denizot dans les calanques marseillaises l'été dernier. « *J'ai mis la main sur des lots de chaises et de tables provenant de restaurants. Un éditeur n'en aura jamais autant en stock, il faudrait attendre plusieurs mois avant qu'elles ne soient produites... Sur Leboncoin, tout est disponible immédiatement.* » L'architecte d'intérieur, qui achète d'occasion le plus souvent possible, souligne l'impact environnemental et économique de la plate-forme marchande.