

Showroomprivé bien décidé à soutenir sa folle croissance

Le site français de déstockage de mode vise une introduction en Bourse pour la fin de cette année. Un moyen d'obtenir rapidement des financements pour ses projets qu'il développe tous azimuts... et poursuivre le rythme infernal de sa progression.

C'était un secret de Polichinelle, mais c'est désormais officiel : Showroomprivé sera introduit en Bourse d'ici à la fin de l'année, sous réserve du feu vert de l'Autorité des marchés financiers. Un moyen rare pour les sites d'augmenter leur capacité de financement, mais à croissance exceptionnelle, mesures exceptionnelles. « Cette introduction va nous aider à avoir plus de visibilité et à accélérer notre développement. C'est un passeport pour nos étapes futures », assure David Dayan, cofondateur du site de déstockage de mode.

Déjà, en février dernier, la société française avait levé 60 millions d'euros grâce à des investisseurs des pays du Golfe. Ces 50 millions d'euros d'actions nouvelles, grâce à la cotation sur le marché d'Euronext, constitueraient un précieux coup d'accélérateur afin de mettre en œuvre ses projets et de poursuivre sa croissance insolente, à + 37 % en 2013 et 2014. Le numéro deux des ventes événementielles pèse 460 millions d'euros TTC. En 2018, il vise un chiffre d'affaires TTC de 750 millions d'euros, et un Ebitda pour le groupe à près de 8 %. Pour autant, le capital évoluera peu. Les deux fondateurs, qui détiennent 59 %, resteront majoritaires. Le fonds Accel Partners, à 31 %, cédera, quant à lui, une partie de ses parts.

Pour atteindre ces sommets, plusieurs chantiers sont lancés. Showroomprivé étend son terrain de jeu en Europe où il continue d'affronter son rival de toujours,

Thierry Petit et David Dayan, les deux fondateurs du site.



Les axes de développement

L'international Le groupe fait son entrée en Allemagne avec le site Vipsters.

Acquisitions en vue Les fondateurs l'assurent, mais ne mentionnent aucune entreprise à ce jour.

Une marque propre Showroomprivé lance sa propre ligne de vêtements pour femmes, IRL (In Real Life).

Recrutement massif Le site compte 700 salariés et veut recruter 130 personnes en 2016.

460 M€

Le chiffre d'affaires TTC en 2014. Le site vise 750 M€ en 2018

9,5 %

L'Ebitda prévu pour 2018 en France (entre 7,5 et 8 % pour le groupe), contre 8 % attendus en 2015

20 M

Le nombre d'inscrits que le site revendique

6,4 M

Le nombre de téléchargements de l'application du site, qui concentre 46 % des ventes

Source Showroomprivé

le leader du déstockage vente-privée.com. Lui arrive en Allemagne avec le site Vipsters, quand le second se renforce au Benelux en acquérant Vente-exclusive.

Vêtements « made in France »

Pour rappel, Showroomprivé, lancé en France en 2006, a débuté très tôt l'aventure européenne en s'implantant en Espagne (2010), en Italie, au Royaume-Uni (2011), aux Pays-Bas (2012), en Belgique, au Portugal et en Pologne (2013). « L'Allemagne est un marché spécifique. Les clients sont habitués à la vente à distance; il y a donc beaucoup de retours et un taux de rupture élevé, c'est pourquoi nous n'y sommes pas allés tout de suite », précise Thierry Petit, l'autre cofondateur du site. Pour grossir, Showroomprivé vise aussi la croissance externe, mais les deux patrons se montrent moins volubiles s'agissant des acquisitions potentielles...

Autre relais de croissance, le déstockeur propose désormais sa marque de vêtements « made in France » dédiée aux femmes, nommée IRL (*fashion for women In Real Life*). « Nous avons des datas qui nous permettent de saisir très finement ce que nos clientes aiment, nous voulions donc capitaliser sur ces données », note David Dayan. La marque, en test sur le site, cible les femmes, qui représentent 69 % des 20 millions de membres revendiqués et 77 % des acheteurs.

Dernier volet, le groupe renforce ses effectifs avec le recrutement prévu de 130 salariés en 2016. En mars, déjà, Showroomprivé a embauché un expert de la distribution, Nicolas Woussen, au poste de directeur financier. Heureuse coïncidence, cet ancien de Cdiscount avait participé à l'introduction en Bourse de la filiale e-commerce du distributeur, Cnova, en janvier dernier. ■