



Abonnez-vous  
Déjà abonné,  
connectez-vous

COMMERCE CONNECTÉ | TOUTE L'ACTU LSA | LSA EXPERT | ÉVÈNEMENTS | FORMATIONS | EMPLOI | FRANCHISE

FOURNISSEURS DE MAGASIN

Accueil LSA | Showroomprivé.com

# Comment Showroomprivé s'est imposé sur les ventes événementielles en 10 points clés

FRANÇOIS DESCHAMPS | COMMERCE CONNECTÉ, E-COMMERCE, SHOWROOMPRIVE.COM

PUBLIÉ LE 11/10/2016

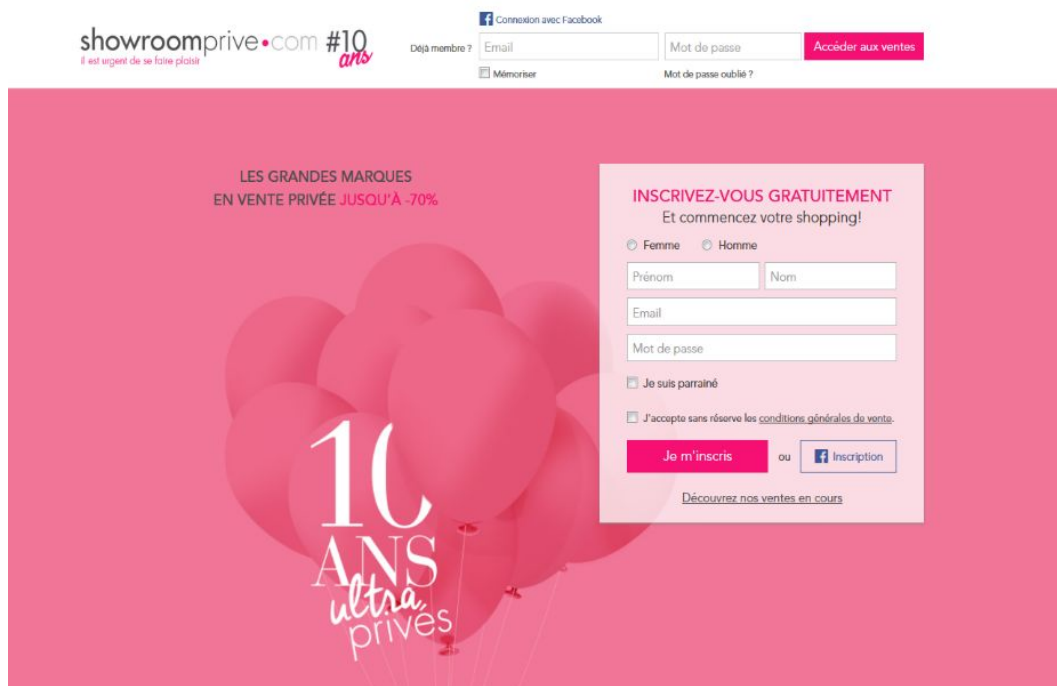
TWITTER

FACEBOOK

LINKEDIN

GOOGLE +

**Le spécialiste des ventes événementielles sur Internet fête ses 10 ans d'existence. En une décennie, Showroomprivé est parvenu à s'imposer et à se différencier sur un marché dominé par le leader du secteur Vente-privée.com.**



En 2015, Showroomprivé a généré un chiffre d'affaires net de 443 millions d'euros

En 10 ans d'existence, Showroomprivé est passé du statut de petit site marchand à celui d'acteur majeur du e-commerce, et numéro deux des ventes événementielles sur internet. Aujourd'hui la plateforme compte plus de 26 millions de membres à travers une présence dans neuf pays européens. Le site, qui travaille avec plus de 1 500 marques partenaires, enregistre une croissance annuelle de +33% depuis 2012, et a généré un chiffre d'affaires net en 2015 de 443 millions d'euros. Découvrez en dix points clés, comment Showroomprivé est parvenu à émerger durablement face au mastodonte et numéro un français des ventes événementielles sur Internet Vente-privée.com.

## Concentrer son énergie sur les « Digital Women »

Showroomprivé s'adresse, depuis sa création, avant tout aux femmes modernes, actives et connectées, qui

d'un observatoire dédié au sein de l'entreprise. Showroomprivé a en effet créé son Observatoire de tendances pour rester au contact de son cœur de cible et de leurs préoccupations.

### Une entrée en bourse remarquée

Le 29 octobre 2015, Showroomprivé fait son entrée sur Euronext Paris, et parvient à lever 256 millions d'euros. A cette occasion, le site accueille à son capital un nouvel actionnaire de poids, Vipshop Holding Limited, un homologue de l'entreprise sur le marché chinois. Emmanuel Macron, alors ministre de l'Economie, s'était déplacé dans les locaux de la Bourse de Paris pour assister à l'entrée d'un pure player du web sur le marché.

### Un déploiement rapide à l'international

Dès 2010, Showroomprivé s'est engagé dans une stratégie de développement à l'international, et a depuis, décliné son modèle avec des versions locales de sa plateforme dans 8 autres pays européens (Espagne, Italie, Angleterre, Pays-Bas, Belgique, Portugal, Pologne et Allemagne-Bas). En 2014, le portail a lancé son site multidevises qui lui permet de traiter des commandes depuis plus de 160 pays dans le monde. Très récemment, la société a annoncé l'acquisition de son homologue italien Saldi Privati. Montant de l'opération : 28 millions d'euros. En 2015, 15% du chiffre d'affaires internet net du groupe a été réalisé à l'international, et son objectif est de générer un quart de son chiffre d'affaires par ce biais.

### Une offre de livraison par abonnement

En septembre 2015, la société lance « Infinity », un programme d'abonnement annuel au tarif de 20 euros, ouvrant droit à des livraisons gratuites et illimitées, à la manière du programme « Premium » d'Amazon. Et afin de faciliter encore plus le processus de commande, un service baptisé « Mix Panier » permet aux e-acheteurs de regrouper dans un même panier plusieurs produits issus de différentes ventes, grâce à un traitement mutualisé.

### Le lancement d'une marque propre

Grâce à des sondages et des études qualitatives régulières sur les rythmes, modes de vie et préférences des femmes d'aujourd'hui, Showroomprivé avec le concours de designers, a lancé en juillet 2015 sa marque propre de vêtements. Baptisée #Collection IRL - Fashion for Women In Real Life, cette collection se compose à ses débuts de basiques, avec en particulier des robes et des tops.

### Faciliter la recherche sur le site

Au cours du premier trimestre 2016, la plateforme de Showroomprivé a été équipée d'un moteur de recherche, permettant de trouver facilement un article dans l'ensemble des ventes du site, autrement dit, de manière transversale. C'est alors une approche produits complémentaire mais surtout nouvelle sur un site de ventes événementielles.

### Innover sur le segment des paiements

Au mois de septembre 2014, Showroomprivé ajoute le paiement en bitcoins sur sa plateforme néerlandaise. Le déploiement en France intervient quelques jours plus tard et est déployé dans sur les sites des autres pays dans les semaines qui suivent. En mai 2016, La plateforme Showroomprivé, annoncé faire partie des e-commerçants sélectionnés par Google pour intégrer son service de paiement Android Pay. Concrètement, les clients-membres de Showroomprivé installés au Royaume-Uni peuvent désormais régler leurs achats réalisés sur les applications mobiles et tablettes Android de Showroomprivé, via Android Pay. Ce service permet le paiement en un clic du panier, sans avoir à renseigner les adresses de livraison et les détails de paiement à chaque commande.

### Incuber les startups

En juin 2015, lance son propre incubateur de startups, baptisé "Look Forward". Destiné à promouvoir l'innovation technologique au service de la mode, il a également pour objectif la valorisation des initiatives innovantes qui visent à changer la façon de concevoir, distribuer et consommer la mode. Il est implanté à la Plaine Saint-Denis au siège de la société afin de bénéficier d'un environnement associé au savoir-faire et aux compétences de Showroomprivé. La société prévoyait d'investir plusieurs centaines de milliers d'euros par an pour cet incubateur.

La Fondation d'entreprise Showroomprivé a vocation à partager le succès. Sa première mission sera d'accompagner la formation de chômeurs de longue durée aux métiers du e-commerce, en étroite collaboration avec la Mairie de Roubaix dans le cadre de l'Ecole Showroomprivé pour les métiers du e-commerce. Le premier programme porté par la Fondation débutera fin novembre 2016. Il durera 6 mois et concernera une vingtaine de personnes qui se verront proposer un stage à l'issue du programme.

**Gérer la croissance de l'entreprise**

Accompagner la forte croissance d'une entreprise nécessite de procéder au recrutement des bonnes personnes, et des profils les plus pertinents. Le groupe a déjà créé plus de 1 000 emplois en France, dont 830 emplois directs et 200 emplois indirects. Il est pleinement inséré dans le tissu local de Seine Saint Denis et dans le Nord de la France.

RÉAGIR



EFFECTUER UNE AUTRE RECHERCHE

**A LIRE AUSSI**



**Showroomprivé finalise le rachat de l'italien Saldi Privati pour 28 millions d'euros**



**Showroomprivé va recruter 150 personnes en 2017**



**Showroomprivé se lance dans la billetterie avec France Billet**



**Deux heures dans le camping-car Barbie avec Showroomprivé**



**Showroom nomme un responsable fusions-acquisitions et un directeur juridique**

**CARNET DES DÉCIDEURS**



**Jacques Fougerousse**  
Directeur Supply Chain international de Showroomprivé.com

**Marianne Brucy**  
Directrice marketing de Showroomprivé.com



**Erwan Le Meur**  
Directeur juridique de Showroomprivé.com



**Thomas Kienzi**  
Responsable des relations investisseurs et fusions-acquisitions de Showroomprivé.com

**Nicolas W...**  
Directeur général finances et fusions-acquisitions de Showroomprivé.com

TOUS LES DÉCIDEURS