

LANCEMENT DE LA MARQUE PROPRE #collectionIRL DE FAÇON PERMANENTE SUR SHOWROOMPRIVE.COM

La Plaine Saint-Denis, le 24 octobre 2016 - Showroomprivé, acteur européen de la vente événementielle en ligne, innovant et spécialisé dans la mode, est fier d'annoncer le lancement permanent de sa marque propre #collectionIRL – *Fashion for Women in Real Life* sur sa plateforme, à l'occasion du 10^{ème} anniversaire du Groupe. Créée en 2015, #collectionIRL s'adresse aux *Digital Women* qui recherchent une mode qui s'adapte à leurs multiples vies. Après le succès de plusieurs collections limitées et éphémères, la ligne de prêt-à-porter sera désormais accessible tout au long de l'année sur le site et l'application mobile grâce à sa rubrique dédiée, à partir du lundi 24 octobre 2016.

UNE COLLECTION PERMANENTE DE PRET-À-PORTER INSPIRÉE DES FEMMES « DANS LA VRAIE VIE »

Leader du e-commerce en Europe et véritable success story française, Showroomprivé renforce son positionnement unique d'e-retailer en lançant de manière permanente la #collectionIRL, en commercialisant 4 collections par an composées d'essentiels mode, ainsi que différentes collections capsules pour tous les styles de vie autour du sport, de la maternité, du travail, du cocooning, etc.

En complément d'une offre déjà majoritairement composée de produits fashion, ce lancement s'inscrit dans la logique de diversification et d'évolution de l'activité de Showroomprivé, dont l'ADN mode a déjà séduit 26 millions de membres à travers 9 marchés européens.

Avec plus de 31,3 millions de produits vendus en 2015, le Groupe saisit au mieux les goûts et les habitudes de consommation de ses clientes, qui représentent 87% des acheteurs de Showroomprivé et dont 80% d'entre elles consultent quotidiennement le site ou l'application mobile.

Ce sont ces femmes « dans la vraie vie » qui constituent la cible principale de Showroomprivé : des *Digital Women*, accomplies, ambitieuses, rêveuses, maternelles, séductrices, bosseuses, fêtardes, qui changent de rôle comme de chemise pendant la même journée sans jamais quitter leur smartphone... et qui vivent la mode comme un loisir. #collectionIRL sera pour elles le vestiaire parfait qui rassemble des essentiels mode pour s'habiller les yeux fermés, quelles que soient leurs envies.

« La marque #collectionIRL s'inspire des tendances actuelles et des enseignements issus de notre expertise d'e-retailer mode. Lancées l'année dernière, nos éditions limitées ont effectivement conquis nos clientes, des *Digital Women* dont nous comprenons les contraintes et les désirs. Cette ligne de vêtements et d'accessoires nous permet ainsi de jouer un rôle unique dans le secteur en raison de notre véritable compréhension de notre cœur de cible. C'est pourquoi nous avons décidé de créer une rubrique permanente #collectionIRL, afin de satisfaire les femmes « *In Real Life* » tout au long de l'année, grâce à des collections toujours plus adaptées à leur mode de vie effréné et ultra-connecté, sans oublier leur volonté de ne renoncer à rien » affirme Thierry Petit, co-CEO et co-fondateur de Showroomprivé.

#collection
IRL

LANCEMENT DE L'OBSERVATOIRE SHOWROOMPRIVÉ DES FEMMES IRL

Afin de partager le fruit de son expertise et de ses connaissances sur les *Digital Women* et sur leurs préoccupations, Showroomprivé lance également son « Observatoire des femmes dans la vraie vie » afin d'aller plus loin dans sa démarche. Cet Observatoire permettra de nourrir le travail des designers de #collectionIRL et d'affiner l'offre variée de Showroomprivé, à travers des études qualitatives et quantitatives régulières sur le rythme de vie et les besoins des femmes d'aujourd'hui.

Une première collaboration verra le jour début 2017 en partenariat avec Meetic, pour créer une collection capsule #datingIRL qui proposera les tenues parfaites pour un premier rendez-vous.

UNE COMMUNICATION 360° ORIGINALE ET PROCHE DES FEMMES D'AUJOURD'HUI



Dans cette logique de mise en avant des femmes smart affranchies des diktats classiques de la mode, la campagne de communication de #collectionIRL met en scène trois héroïnes du quotidien, inspirantes mais réelles, aussi bien maman, comédienne, youtubeuse, femme d'affaires ou encore compositrice : Mathilde Lacombe, Sandy Lobry et Amélie de Bosredon.

La marque compte également créer l'événement sur les réseaux sociaux grâce à cette campagne décalée et orchestrée par l'agence Buzzman, reflétant l'image de #collectionIRL ; une ligne de prêt-à-porter et d'accessoires résolument connectée, moderne, complice et décomplexée.

À PROPOS DE SHOWROOMPRIVE.COM

Showroomprive.com est un acteur européen de la vente événementielle en ligne, innovant et spécialisé dans la mode. Showroomprivé propose une sélection quotidienne de 1 500 marques partenaires sur ses applications mobiles ou son site Internet. Il compte plus de 26 millions de membres en France et dans huit autres pays européens.

Depuis sa création en 2006, la société a connu une croissance rapide et rentable. Coté sur le marché Euronext Paris depuis octobre 2015 (code : SRP), Showroomprivé a réalisé en 2015 un volume d'affaires brut TTC de plus de 600 millions d'euros, soit un chiffre d'affaires net de 443 millions d'euros, en croissance de 27% par rapport à l'année précédente. Le Groupe emploie plus de 800 personnes.

Pour plus d'informations : <http://showroomprivegroup.com>



CONTACTS

Adeline Pastor

Responsable de la Communication

+33 1 76 21 19 46

adeline.pastor@showroomprive.com

Marie Langlais

Chargée de Communication

+33 1 85 76 31 33

marie.langlais@showroomprive.net