

## Showroomprivé acquiert The Bradery

**La plateforme en ligne annonce l'acquisition de The Bradery, spécialisée dans la vente événementielle premium principalement à destination des millennials.**

Je m'abonne

Partages

Imprimer

Showroomprivé annonce avoir signé un accord pour l'acquisition d'une participation majoritaire (51 %) dans le capital de The Bradery avec la possibilité d'acquérir d'ici à 2026 les 49 % restants à un prix déterminé en fonction des performances futures de la société.

«Ce projet s'inscrit dans la stratégie de montée en gamme du Groupe, puisqu'il va permettre de proposer à nos membres d'accéder directement à une offre élargie sur le segment haut de gamme, pointe David Dayan, co-fondateur et P-dg de Showroomprivé. The Bradery dispose également d'une communauté plus jeune, complémentaire à la nôtre, et du dynamisme inhérent aux jeunes pousses dirigées par des entrepreneurs talentueux, en adéquation avec la culture et les valeurs de Showroomprivé. Nous sommes impatients de travailler avec les équipes de The Bradery qui ont un sens aigu de l'innovation et qui vont pouvoir s'appuyer sur le savoir-faire de Showroomprivé, notamment sa plateforme logistique, ses relations commerciales et ses expertises en termes de services. Cette acquisition est pour nous hautement stratégique car elle vient compléter notre offre aux côtés de la plateforme généraliste showroomprivé.com et de la plateforme spécialisée Beauté Privée. Elle fait pleinement partie de la concrétisation de notre ambition : être la référence du smart shopping, en accélérant la digitalisation des marques et en promouvant une consommation accessible et durable.»

Cette acquisition sera financée entièrement par la trésorerie libre de la société. Depuis son lancement il y a trois ans, The Bradery a déjà atteint près de 30 M€ de GMV. Sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2022, la société affiche une forte croissance de l'activité avec un panier moyen de près de 100 € et s'impose comme une référence de la vente d'articles de mode premium. Les fondateurs Edouard Caraco et Timothée Linyer, et leurs équipes, continueront à assurer la dynamique de croissance de la plateforme ainsi que la gestion de la société.

L'objectif étant de doubler le volume de ventes en trois ans, la transaction devrait être relative à horizon 2024.

The Bradery continuera à se développer sous sa propre marque et à être pilotée par l'ensemble de l'équipe actuelle. Avec une communauté qui fédère plus de 200 000 acheteurs réguliers et plus de 400 marques partenaires, The Bradery

est l'un des derniers nés des acteurs de la vente en ligne événementielle. Avec un positionnement très affirmé sur la cible des jeunes (âge moyen de 27 ans) et le premium, The Bradery est l'un des acteurs dynamiques du secteur. La marque dispose également d'une présence affirmée sur les réseaux sociaux avec près de 300 000 abonnés sur Instagram. Principalement axée sur le segment Mode, The Bradery a élargi son offre dans le segment Lifestyle et le Travel pour répondre à la demande de sa clientèle. The Bradery est essentiellement présente en France et a lancé une première expansion en Espagne et en Belgique.

#### Se rapprocher d'une clientèle plus jeune

Cette acquisition stratégique est complémentaire avec l'activité de Showroomprivé permet au Groupe de se renforcer sur une clientèle plus jeune (et très prisée) et d'accélérer son mouvement de premiumisation avec une offre de produits et services qui ouvre de nombreuses synergies commerciales, tant vis-à-vis des marques (accords de partenariats) que des membres. Le Groupe consolide sa stratégie et fait cohabiter des plateformes aux positionnements complémentaires : Showroomprivé.com pour l'aspect généraliste, Beauté Privée pour la verticale très prometteuse de la beauté, et The Bradery pour la verticale en pleine expansion de la mode premium et jeune. De son côté The Bradery pourra s'appuyer sur l'expertise ainsi que les ressources opérationnelles de Showroomprivé, notamment sa plateforme logistique, pour gagner en efficacité et en rentabilité.

La finalisation de l'opération devrait avoir lieu au cours du deuxième trimestre 2022, sous réserve de la satisfaction des conditions suspensives usuelles. Showroomprivé a réalisé en 2021 un volume d'affaires brut TTC de près d'1 milliard d'euros, et un chiffre d'affaires net de 724 millions d'euros. Le Groupe est dirigé par David Dayan, co-fondateur, et emploie plus de 950 personnes. Je m'abonne

#### PME Expérience

sponsorisé

Episode 17 - Vincent Redrado (Digital Native Group) –...

Episode 17 - Vincent Redrado (Digital Native Group) –...

#### Recommandations

Episode 17 - Vincent Redrado (Digital Native Group) –...

Stephan Dixmier (Bimpli), technologie, monétique et la...

Olivier Binet (Karos), covoiturage, recrutement et la...

Episode 13, Laurence Yvon (Tagetik), finance, business...

Episode 11 - Jean-Yves Grandidier (Valorem) - Energies...

Episode 12 - Matthieu Havy

Episode 10 - Antoine Grimaud (PayPlug.) – PME, E-comme...

Episode 9 - Matthieu Walckenaer (PlanRadar), numérisat...

Episode 8 - Jean-Stéphane Arcis (Talentsoft) - RH, R&D...

Episode 7 - Emilie Benoit-Vernay (Shopify) - Marketing...

Episode 6 - Laurent Mogno (ECT) - Buldozer, rêve améri...

Épisode 4 - Xavier Latil (The Blockchain Group) - Croi...

Épisode 3 - Marc Negroni (Nextedia) - S'adapter à la c...

Épisode 2 - Elena Del Gaudio (Del Gaudio Gourmet) - Im...

Épisode 1 - Hervé Lenglard (NetMedia Group) - Vendre s...



<https://www.ecommercemag.fr/Assets/Img/BREVE/2022/4/371181/Showroomprive-acquiert-The-Bradery-LE.jpg>



<https://media.edisound.com/medias/episodes/image/66941c4dd85eea9c4dcd19948670a4f42191229e4a66e3946716de8e4e2c.jpg?alias=widi>

