

Spécialiste de la mode masculine, Bonne Gueule annonce une levée proche du million d'euros

Bonne Gueule, marque de vêtements et également média spécialisé dans la mode masculine, vient de boucler un premier tour de table. Celui-ci, dont le montant n'a pas été communiqué, s'approcherait du million d'euros.

Si son histoire a commencé par la création, en 2007, d'un blog de conseils sur la mode masculine, Bonne Gueule peut désormais se targuer d'être un acteur de poids du secteur de la Fashion Tech. Créée par Benoit Wojtenka et Geoffrey Bruyère, la startup entame sa monétisation en 2011 en lançant un « guide du style » en version e-book, aujourd'hui best-seller dans sa catégorie. S'en suivent alors des collaborations avec des marques renommées telles que Aigle ou Heschung, dès 2012, avant de lancer sa propre ligne de vêtements en février 2014. Cette dernière est aujourd'hui commercialisée en ligne, mais également dans la boutique Bonne Gueule, à Paris.

La machine est désormais lancée, et la startup, aujourd'hui rentable, annonce avoir bouclé une première levée de fonds, dont le montant n'a pas été communiqué. Celle-ci, qui approcherait selon nos informations du million d'euros, a été réalisée auprès de plusieurs investisseurs parmi lesquels Cyril Vermeulen, Thierry Petit, ou Vincent Robert, le fonds mode et finance de Bpifrance, auxquels s'ajoutent des prêts bancaires.

Bonne Gueule utilisera ces fonds, dans un premier temps, pour recruter 8 nouveaux collaborateurs d'ici la fin de l'année (data analyst, marketing, etc.), qui lui permettront d'accélérer dans la personnalisation de sa marque. Un

objectif qui passera, entre autres, par le développement des contenus existants à forte valeur ajoutée, comme sa chaîne YouTube « Le Bon Look », et par la création de nouveaux formats de contenus, mais également par la customisation de sa homepage et de ses mails, en fonction de la data liée à chaque client.

« On ne veut pas augmenter la pression commerciale, mais on veut être plus pertinents dans la manière de s'adresser à nos clients »

Geoffrey Bruyère

La jeune pousse vise également un développement à l'international, à commencer par l'Allemagne, le Royaume-Uni, le Japon et la Corée du Sud.

Aujourd'hui, Bonne Gueule revendique 3 millions de visiteurs uniques par an ainsi qu'une communauté de plus de 10 000 membres actifs. La startup, qui ambitionne de devenir le premier prescripteur sur la mode masculine en Europe, espère désormais atteindre les 25% d'activité à l'international, d'ici fin 2017. Elle vise, à plus long terme, les 30 millions de chiffre d'affaires d'ici 2020.

Bonne Gueule en quelques chiffres

- Créé en 2007
- Fondateurs : Benoit Wojtenka et Geoffrey Bruyère
- Siège : Paris