

Kering investit dans Vestiaire Collective pour prendre le pli de la mode durable

L'expert de la seconde main dans la mode de luxe Vestiaire Collective lève 178 millions d'euros. Le groupe français Kering a mené ce tour de table et acquis 5 % du capital de la nouvelle licorne. Un échange de bons procédés, le premier voulant conquérir les marchés internationaux et le second gagner en crédibilité en matière de responsabilité environnementale.

Faste période pour Vestiaire Collective. La startup fondée en 2009, à l'origine d'un service de vente en ligne de mode de seconde main, annonce une levée de fonds à hauteur de 178 millions d'euros. Ce nouvel investissement est, en grande partie, porté par la société américaine Tiger Global Management et le géant français du luxe Kering – Balenciaga, Yves Saint-Laurent, Gucci, etc. –, aux côtés des actionnaires historiques. L'entrée du groupe créé par François Pinault au capital de l'entreprise parisienne marque un virage pour cette dernière, alors que le marché de l'occasion connaît une forte accélération dans le contexte de la crise sanitaire.

Un phénomène imputable aux habitudes de consommation des jeunes générations, qui font état d'un « *engagement écologique toujours plus grand* » et achètent sur « *les réseaux sociaux et communautés en ligne* » selon Vestiaire Collective. Kering y voit l'opportunité de s'ancrer dans une démarche « *durable* », porteuse.

Un marché à 60 milliards de dollars

Le groupe de mode de luxe a ainsi pris une part de 5 % au capital de la startup. Il entre, à cette occasion, au conseil d'administration de cette dernière. De quoi, selon ses propres termes, « *illustrer sa stratégie pionnière, qui consiste à soutenir le développement de modèles innovants, s'ouvrir aux nouvelles tendances du marché et explorer de nouveaux services* ». En offrant le statut de licorne à Vestiaire Collective, Kering capitalise avant tout sur les très bonnes prévisions du marché.

La jeune pousse indique ainsi que « *le volume de transactions sur sa plateforme a augmenté de plus de 100 % en 2020 par rapport à 2019* », sans toutefois donner de base de comparaison. Et la trajectoire devrait s'amplifier. Selon ses chiffres, la part des pièces de seconde main dans la garde-robe des particuliers « *passera de 21 % en 2021 à 27 % en 2023* » et le marché mondial représentera « *plus de 60 milliards de dollars d'ici à 2025* » - et pèse déjà jusqu'à un milliard d'euros en France, d'après *Les Échos*. À travers l'opération, le groupe Kering cherche donc à s'imprégner de cette pratique qui lui reste largement étrangère.

Il affiche, avec la startup, « *l'ambition commune* » visant à stimuler l'innovation pour bâtir une industrie de la mode plus durable.

« Le luxe de seconde main est désormais une tendance réelle et profonde, en particulier parmi les jeunes consommateurs. Plutôt que de l'ignorer, nous voulons au contraire saisir cette opportunité pour continuer à améliorer les services proposés à nos clients et orienter l'avenir de notre secteur » , a déclaré par voie de communiqué François-Henri

Pinault, président-directeur général de Kering.

Et au directeur de la relation client et de la transformation numérique du groupe, Grégory Boutté, d'ajouter : « *Notre stratégie d'innovation vise à investir dans des marques et technologies destinées à la prochaine génération de consommateurs, privilégiant des modèles économiques de rupture à même de nous aider à mieux servir nos clients et améliorer nos performances.* »

À lire aussi

[Lou Yetu : des témoignages révèlent la face sombre de la marque qui brille sur Instagram](#)

Vestiaire Collective réaliserait 500 millions d'euros de volume d'affaires

Interrogé par *Maddyness*, le co-fondateur de Vestiaire Collective Christian Jorge, qui n'a plus de fonction exécutive dans l'entreprise depuis 3 ans mais reste actionnaire, juge que l'arrivée de Kering au capital « *démontre que le seconde main est un complément d'activité intéressant pour toutes les marques de mode* ». « *C'était dès le départ la vision à long terme de Vestiaire Collective depuis son lancement en 2009* », avance-t-il, estimant que « *Kering apportera de sa visibilité et son aura* » à la startup quand cette dernière « *lui apportera son expertise en matière de responsabilité environnementale, un enjeu économique majeur* ». L'ancien vice-président de Vestiaire Collective, alors chargé des opérations, estime que « *le volume d'affaires du site doit se situer autour des 500 millions d'euros, puisqu'il s'élevait à 200 millions d'euros* » en 2018. Avec le statut de licorne, la valorisation franchit pour sa part le milliard de dollars. « *Un palier* », selon Christian Jorge, qui « *se réjouit* » pour l'entreprise.

Le président-directeur général de Vestiaire Collective, Maximilian Bittner, a indiqué dans un communiqué que cette opération « *confirme la trajectoire exceptionnelle de Vestiaire Collective, qui a été créée pendant la crise de 2008, et dont le modèle a démontré une grande capacité de croissance y compris dans des contextes difficiles* ». L'entreprise, qui compte 11 millions

d'utilisateur·rice·s et recense plus de 2,5 millions d'articles à date, veut employer les 178 millions d'euros collectés dans le cadre de son expansion internationale – prioritairement en Europe, aux États-Unis et dans la région Asie-Pacifique.

Elle recrutera parallèlement 155 personnes supplémentaires pour renforcer techniquement sa solution, de quoi « *doubler les effectifs* » dédiés à cette équipe alors qu'elle compte 400 employé·e·s au total à date. Dans la lignée de sa future candidature à la certification B-Corp, Vestiaire Collective assure, par ailleurs, vouloir « *atteindre la neutralité carbone d'ici à 2026* ». De quoi lui permettre de boucler la boucle, en fournissant une offre qui respecte l'environnement.

Article écrit par ARTHUR LE DENN