Wethenew dégotte des éditions limitées aux passionnés de sneakers

La startup, qui annonce un tour de table de 10 millions d'euros, espère devenir un écosystème de référence en matière de culture sneakers et urbaine à l'échelle européenne.

Temps de lecture : minute

---

31 mai 2021

9 milliards d'euros. C'est le montant des ventes de sneakers cumulées à travers le monde en 2018, selon une estimation de la Fédération Française de la Chaussure (FFC). Cela représente 47% du marché mondial de la chaussure. En avril dernier, les célèbres Nike Air Yeezy 1, portées par Kanye West lors des Grammy Awards, en 2008, se sont envolées au prix d'1,8 million de dollars aux enchères. Mais, pas besoin d'être portées par des stars pour que les éditions limitées et collectors s'arrachent à prix d'or sur internet.

Deux passionnés derrière Wethenew

C'est ce qu'ont bien compris Michael Holzmann et David Benhaim, co-fondateurs de la startup Wethenew. Depuis 2018, ces deux fans de NBA et de culture hip-hopleur ont créé cette marketplace dédiée aux sneakers. Cette plateforme en ligne permet d'acheter et vendre des éditions limitées, souvent introuvables ou à des prix exorbitants. "*Plus jeunes, nous étions devenus des pros pour trouver des paires difficiles à avoir pour nos proches, et on en a même fait un petit business pour avoir les moyens d'acheter les sneakers que nous voulions pour nos propres collections*, explique Michael Holzmann, pour qui la paire la plus

emblématique est la Air Jordan 4 avec Spike Lee. *C’était une vraie galère : il fallait faire partie d’une communauté de passionnés pour dégoter les bons plans, se faire un réseau auprès de vendeurs sur des sites comme Le Bon Coin, payer cash et repartir avec la paire, parfois sans même savoir si elle était authentique ou une contre-façon…*" .

À lire aussi
12 marques de sneakers responsables pour être bien dans ses baskets

Frustrés de tous ces aléas, ils ont pensé "*créer un endroit où les gens puissent acheter des sneakers en édition limitée avec une expérience client simple et une garantie d’authenticité*" , poursuit David Benhaim, qui ne compte pas moins d'une trentaine de paires de baskets dans sa collection personnelle. Et le marché leur a donné raison puisque, depuis sa création en mars 2018, Wethenew triple la croissance de son chiffre d’affaires chaque année. "*Les éditions limitées sont des paires vendues en Europe par quelques dizaines de distributeurs, alors que plusieurs*

millions de personnes se battent pour les avoir. Elles sont, par définition, tout le temps en rupture de stock dès qu'elles sortent et, si on n'a pas de bon plan, sans des solutions comme la nôtre, on peut oublier la paire tant désirée" , ajoute l'entrepreneur. "*En tant que connaisseurs, on s'est donc mis à l'interface entre ces deux mondes, les vendeurs et les clients, en tant que tiers de confiance, puisque tous les produits transitent par chez nous*".

Une levée de 10 millions d'euros

En trois ans, les deux amis ont quitté la salle à manger de leurs parents pour travailler, et ils sont passés de 2 à 60 collaborateurs. Après avoir levé une première fois des fonds en 2019 auprès de business angels, ils annoncent un nouveau tour de table en série A, clôturé en février 2021, d'un montant de 10 millions d'euros. Ce dernier a été réalisé auprès du fonds d'investissement Singular, récemment créé par Jérémy Uzan, qui a accompagné des projets comme Frichti, Stripe ou Happn quand il était chez Alven. Des business angels comme Christian Jorge, co-fondateur de Vestiaire Collective, ou le basketteur françaisFrank Ntilikina, joueur de NBA aux Knicks de New York, ont aussi financé ce projet. "*Contrairement à d'autres fonds qui poussent à toujours plus de croissance, nos investisseurs ont compris notre vision et notre volonté de croissance continue, mais saine*, explique Michael Holzmann. *Aussi, ils nous apportent des compétences réelles, pas seulement de l'argent, pour faire évoluer notre entreprise*".

À lire aussi
17 startups qui offrent une alternative responsable à la fast fashion

Pour les 18 prochains mois, Wethenew espère pouvoir consolider sa communauté à travers la création, en parallèle de leur activité de marketplace, de "*contenus médias*" autour de la culture urbaine, pour devenir une référence en la matière en France et en Europe. La startup ambitionne aussi d'investir dans la tech et l'automatisation de leurs processus, "*parce que si aujourd'hui nous sommes capables de traiter plusieurs centaines de commandes par jour, demain nous pourrons en faire plusieurs dizaines de milliers*", affirme David Benhaim, en précisant qu'ils comptent doubler leurs effectifs d'ici 2022, en misant notamment sur les métiers tech.

Cap sur l'Europe

Enfin, tous ces objectifs convergent vers un but : attaquer rapidement de nouveaux pays, comme l'Allemagne et l'Italie, "*de très gros marchés*" selon les co-fondateurs de la jeune pousse. "*Il n'y a actuellement pas de*

gros acteur européen dominant sur notre marché, et nous sommes d'ailleurs la marketplace européenne la mieux notée sur TrustPilot, explique fièrement Michael Holzmann. *Avec un objectif pour 2021 de dépasser les 100 millions d'euros de volume d'affaires, nous sommes dans une position privilégiée pour devenir les leaders européens*" .

Article écrit par Heloïse Pons