

La licorne Vestiaire Collective prend ses quartiers en Corée du Sud

Vestiaire Collective, spécialiste dans la mode de luxe de seconde main, s'implante en Corée du Sud. En ouvrant notamment un établissement dans la capitale du pays, Séoul, la licorne française entend adapter son service aux us et coutumes locales.

Temps de lecture : minute

27 juillet 2022

C'est une première pour Vestiaire Collective. La licorne française, qui est à l'origine d'une plateforme en ligne de vente de vêtements et accessoires de mode de seconde main, met le cap sur l'Asie en s'implantant en Corée du Sud à partir de ce mercredi 27 juillet 2022. Si elle avait fait des États-Unis l'un de ses axes de développement stratégiques, notamment suite au rachat de la startup américaine Tradesy mi-mars, l'entreprise n'a pas pour autant perdu de vue le marché asiatique, dont les consommateurs sont demandeurs de produits de luxe. Un créneau sur lequel Vestiaire Collective s'est positionnée dès sa fondation, en 2009. Reste que la Corée du Sud est un marché particulier, qui répond à certains codes. Pour se lancer au pays des matins calmes, il convient d'adapter son produit aux mœurs et habitudes locales. C'est ce qu'entreprend de faire Vestiaire Collective.

Le dixième marché de la mode de luxe

Fort de 23 millions d'utilisateurs, le service de vente de vêtements et accessoires de mode de seconde main a déjà lancé ses opérations à Hong Kong, à Singapour et en Australie. La Corée du Sud devient donc son

quatrième marché en Asie-Pacifique, mais aussi le plus important en nombre de consommateurs dans la région. Pour s'établir de manière pérenne, Vestiaire Collective renforcera sa présence en ouvrant des sites de dépôt au travers du pays, ainsi qu'un centre d'authentification dans la capitale, Séoul. Son application, qui sera traduite en langue coréenne, s'apprête également à être mise à jour pour permettre les paiements dans la monnaie nationale, le won sud-coréen.



À lire aussi

Pour séduire la Corée du Sud, les startups composent avec les différences culturelles

Dans un communiqué, la co-fondatrice de l'entreprise, Fanny Moizant – dont Maddyness a récemment brossé le portrait –, a estimé que *"la Corée du Sud est un pays dynamique, pionnier dans les tendances technologiques, de mode et écoresponsables"*. La présidente de Vestiaire Collective a ajouté que *"s'y lancer permet de répondre à une demande croissante, mais aussi de proposer un large catalogue de pièces internationales hautement désirables aux consommateurs sud-coréens"*. Pour rappel, la plateforme, qui juge que son entrée sur le marché sud-coréen *"constituera une étape clé de son développement asiatique et*

mondial" , affiche un catalogue de plus de 5 millions d'articles. Outre les 10 000 produits de luxe et de marques de créateurs proposés, la clientèle coréenne bénéficiera de l'intégration de 25 000 nouvelles pièces chaque jour.

La Corée du Sud est le dixième plus gros marché du monde pour l'industrie de la mode de luxe, avec une projection en matière de vente de plus de 7 milliards de dollars d'ici à 2024 d'après Samjung KPMG. Pour mémoire, Vestiaire Collective est devenue une licorne au mois de mars 2021. L'entreprise compte, parmi ses actionnaires, Korelya Capital, un fonds d'investissement financé par Naver – un des plus grands groupes technologiques coréens – ainsi que Kering – un géant du luxe français. Deux acteurs de premier plan, à même de l'aider à dénicher les partenaires locaux adéquats pour lui permettre de se développer – tels que des juristes ou des distributeurs.