

Selency veut s'imposer sur le marché du mobilier d'occasion avec un géant mondial

Selency (anciennement BrocanteLab) annonce une levée de 15 millions d'euros auprès du groupe sud-africain Naspers. La plateforme, qui vient de s'ouvrir aux particuliers, amorce aussi son expansion au Royaume-uni.

Alors que l'idée d'un Green Friday, incitant au don mais aussi à l'achat d'objets seconde main, a largement été prônée la semaine dernière pour détrôner le Black Friday et sa tendance pousse-au-crime consumériste, Selency (anciennement BrocanteLab), la plateforme française de revente de meubles et décoration d'occasion, annonce une levée de 15 millions d'euros pour se développer.

Créée en avril 2014 par Charlotte Cadé et Maxime Brousse, la marketplace communautaire Selency est devenue l'une des figures françaises de la revente de mobilier et de décoration d'occasion aux côtés des géants du secteur, leboncoin et eBay. Spécialisée en premier lieu dans la revente BtoB, permettant ainsi à des professionnels de posséder une vitrine en ligne de leur magasin ou stand de puces, la plateforme s'est depuis peu ouverte aux particuliers avec une commission plus importante pour ces derniers : de 15% pour les professionnels, elle grimpe à 25% pour les particuliers.

100 000 pièces et la confiance des investisseurs

Inscrite dans une tendance qui voit chaque jour éclore en ligne, et notamment sur Instagram, des comptes de revente d'objets, que ce soit le fait de chineurs du dimanche ou de professionnels, Selency a su trouver son public et s'inscrire dans une démarche éco-responsable qui pourrait bien s'imposer dans les années à venir. Après quatre ans d'existence, la plateforme recense en effet plus de 2500 vendeurs professionnels et revendique un catalogue de 100 000 pièces à des prix variant entre 10 et 20 000 euros. Pour toucher une nouvelle population de professionnels, la marketplace s'est également étoffée avec des pièces issues des plus grands designers du XXème siècle et a développé une catégorie Art. L'ambition ? « Créer la nouvelle référence de mobilier et décoration de seconde main, au même titre qu'Ikea ou Maisons du Monde dans le neuf, une marque pérenne, rentable, créatrice de valeur et d'emplois », explique Charlotte Cadé, cofondatrice.

Après une première levée de 500 000 euros bouclée en avril 2015 puis, un an plus tard, un second tour de 3 millions d'euros mené par Accel, aux côtés de Kima Ventures et de Thierry Petit (cofondateur et PDG de Showroomprivé), c'est vers les Sud-africains d'OXL (Naspers), que les Français se sont tournés pour une nouvelle opération de 15 millions d'euros. Un nouveau partenaire qui fait figure de géant avec son réseau de marketplaces dans plus de 40 pays et ses 350 millions d'utilisateurs mensuels, et qui a rapidement séduit les fondateurs.

« Depuis notre première rencontre avec le groupe OLX, on savait que l'on avait envie d'avancer avec eux. On a senti que l'on était 100% alignés sur notre approche du modèle et la vision à long terme. Nous sommes convaincus que leur expertise dans le domaine des marketplaces et de la tech ainsi que leur incroyable portfolio vont nous aider à franchir de nouvelles étapes. Nous sommes ravis de

pouvoir rejoindre ce très beau groupe international. »

Maxime Brousse, cofondateur de Selency

Pour ce nouveau partenaire, la France fait indéniablement partie des marchés à verrouiller. « *Nous percevons un potentiel de croissance fort dans le secteur de la maison et de la décoration d'occasion, comme l'indique également la taille du marché adressable, estimée à 2,5 milliards d'euros uniquement en France* », estime ainsi Daan Sanders, CEO d'OLX Ventures.

Article écrit par ANAIS RICHARDIN