

Vestiaire Collective



TIGERGLOBAL

Vestiaire Collective annonce une nouvelle levée de fonds de 178 millions d'euros (216 millions de dollars) auprès de Kering et Tiger Global Management afin d'accélérer sa croissance sur le marché de la seconde main et d'impulser le changement vers une industrie de la mode plus durable

Paris, le 1^{er} mars 2021 - La première plateforme mondiale de mode de seconde main annonce ce jour une nouvelle levée de fonds de 178 millions d'euros, auprès du groupe de luxe français Kering (KER.PA) et de la société d'investissement américaine Tiger Global Management. Les actionnaires historiques, Maximilian Bittner, PDG de Vestiaire Collective, Bpifrance (Large Venture), Condé Nast, le groupe Eurazeo (Eurazeo Growth et Idinvest Venture) (RF.PA), certains des fonds gérés par Fidelity International, Korelya Capital (soutenu par NAVER) (KRX: 035420), Luxury Tech Fund (LTF & Cuir Invest) et Vitruvian Partners réinvestissent également. Après une très bonne année 2020, qui a vu le volume de transactions sur la plateforme augmenter de plus de 100 % par rapport à l'année précédente, cette levée de fonds octroie le statut de « licorne » à Vestiaire Collective et positionne idéalement l'entreprise pour amorcer une nouvelle phase d'accélération de sa croissance.

Le secteur de la mode de seconde main connaît depuis trois ans un essor rapide, qui s'est encore accéléré durant la pandémie. Cette évolution est à la fois portée par un engagement écologique toujours plus grand des jeunes générations de consommateurs et par une croissance des achats sur les réseaux sociaux et des communautés en ligne répondant à une tendance de fond. La part des pièces de seconde main dans la garde-robe des particuliers devrait passer de 21 % en 2021 à 27 % en 2023, et le marché de la seconde main devrait atteindre plus de 60 milliards de dollars d'ici 2025.

Maximilian Bittner, PDG de Vestiaire Collective, a commenté : « La levée de fonds que nous venons de réaliser 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. Le secteur de la revente d'articles de seconde main dans son ensemble connaît une forte croissance, en particulier auprès des *millennials* et de la génération Z, qui façonnent le futur de la mode. Nous sommes très heureux d'accueillir Kering et Tiger Global Management, deux investisseurs qui vont jouer un rôle déterminant dans notre ambition : bâtir une industrie de la mode plus durable et aller encore plus loin dans le développement de notre exceptionnelle communauté mondiale ».

En investissant dans Vestiaire Collective avec une participation d'environ 5% et en étant représenté au conseil d'administration, le groupe mondial de luxe Kering illustre sa stratégie pionnière au sein du secteur, qui consiste à soutenir le développement de modèles innovants, s'ouvrir aux nouvelles tendances de marché et explorer de nouveaux services pour les clients de la mode et du luxe.

François-Henri Pinault, Président-Directeur général de Kering, a déclaré : « 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 vers des pratiques plus innovantes et plus durables. Cela s'inscrit de manière naturelle dans notre culture entrepreneuriale, notre stratégie pionnière en matière de développement durable et notre vision moderne du Luxe ».

Grégory Boutté, Chief Client and Digital Officer de Kering, a ajouté : « Notre stratégie d'innovation vise à investir dans des marques et technologies destinées à la prochaine génération de

consommateurs, en privilégiant des modèles économiques de rupture à même de nous aider à mieux servir nos clients et à améliorer encore nos performances. L'investissement de Kering dans Vestiaire Collective répond pleinement à ces deux enjeux clés» .

Kering et Vestiaire Collective partagent une ambition commune : s'engager à stimuler l'innovation pour construire une industrie de la mode plus durable pour l'avenir.

Tiger Global Management, société d'investissement américaine spécialisée dans le secteur de la technologie, apporte sa très grande expérience en matière d'accompagnement du développement d'entreprises disruptives à forte croissance, telles que Facebook ou Spotify. Son excellente connaissance du marché américain sera par ailleurs un atout considérable pour concrétiser les ambitions d'expansion de Vestiaire Collective en Amérique du Nord.

Griffin Schroeder, associé chez Tiger Global, indique : « Nous sommes heureux de soutenir les projets d'expansion de Vestiaire Collective, qui prévoit notamment de capitaliser sur une croissance déjà spectaculaire aux États-Unis et en Asie-Pacifique. En janvier 2021, les vendeurs locaux dans ces deux zones géographiques ont enregistré une croissance de plus de 250 % de leur nombre d'articles vendus par rapport à l'année précédente ».

Depuis son lancement en 2009, Vestiaire Collective s'est fixée pour mission de donner une seconde vie aux pièces et accessoires de mode, en rupture avec les codes traditionnels pour promouvoir l'économie circulaire, et donner à sa communauté de « *fashion activists* » les moyens d'agir en faveur d'un véritable changement. Riche de sa communauté mondiale, de son ADN mode et durable, et du niveau élevé de confiance dans sa plateforme, Vestiaire Collective est idéalement placée pour conquérir une part croissante du marché mondial de la vente d'articles de seconde main, comme en témoigne la hausse de 90 % du nombre de membres enregistrée en 2020.

Cette nouvelle levée de fonds va permettre à Vestiaire Collective d'accélérer sa feuille de route en matière d'innovation technologique et de science des données, de déployer plus rapidement sa vision de la mode circulaire, mais aussi d'impulser des évolutions stratégiques dans l'industrie de la mode.

Ces axes s'inscrivent dans son plan de développement durable qui comprend 4 grands piliers d'innovation :

- *Accompagner le changement dans la mode de luxe : le service « Brand Approved »*
- *Développer sa communauté de « fashion activists » et lui donner les moyens d'agir : le badge « Fashion Activist » et le programme « Follow the Leaf »*
- *Réduire son empreinte environnementale : objectif neutralité carbone d'ici 2026*
- *Être une entreprise exemplaire : la certification B-Corp*

Accompagner le changement dans la mode de luxe : le service « Brand Approved »

Les méthodes de travail actuelles du secteur de l'habillement doivent évoluer. Dans le monde, cette industrie a généré près de 2,1 milliards de tonnes d'émissions de gaz à effet de serre en 2018. Vestiaire Collective apporte une réponse concrète à cette problématique, en favorisant la réutilisation des articles tout en réduisant les pertes. Vestiaire Collective en est convaincue : insister sur l'importance de la durabilité et donner une seconde vie à ses pièces de mode participera à contrer les effets néfastes de la surconsommation sur l'environnement. Pour répondre à ces enjeux, Vestiaire Collective a imaginé le service « *Brand Approved* », solution innovante et circulaire de rachat des pièces pour les marques, leur permettant de décorrélérer rentabilité et utilisation des ressources naturelles. Ce nouveau programme vient d'être lancé en collaboration avec la Maison Alexander McQueen (groupe Kering), et lui permet d'intégrer la démarche circulaire dans son modèle économique.

Développer sa communauté de « fashion activists » et lui donner les moyens d'agir : le badge « Fashion Activist » et le programme « Follow the Leaf »

La communauté mondiale de « fashion activists » au cœur de Vestiaire Collective contribue déjà à initier le changement en choisissant de consommer la mode autrement. La plateforme continuera à faire entendre la voix de sa communauté grâce à des outils tels que le badge « Fashion Activist », qui encourage les membres à adopter le réflexe « 1 pièce achetée, 1 pièce vendue », le déploiement de son service d'Envoi Direct, ou encore le programme « Follow the Leaf », qui met en avant les options les plus écoresponsables pour chacun de ses membres. Vestiaire Collective poursuivra également sa démarche de sensibilisation des consommateurs, au moyen de campagnes pédagogiques et de partenariats avec des « fashion activists » de renom.

Réduire l'empreinte environnementale : objectif neutralité carbone d'ici 2026

L'achat de seconde main contribue à limiter les répercussions de la fabrication d'articles de mode sur l'environnement, puisque le simple fait d'acheter un sac à main d'occasion sur Vestiaire Collective permet de réduire l'impact environnemental de près de 91 % par rapport à la confection d'un article neuf. Dans le cadre de sa stratégie durable, Vestiaire Collective vient d'achever une analyse complète de son cycle de vie, et se fixe à présent pour objectif d'être neutre en carbone d'ici 2026. Trois mesures ont été engagées : un plan de réduction des émissions de CO₂, une réflexion sur la diminution des distances d'expédition par un dispositif d'envoi local, et le développement du service d'Envoi Direct. Aujourd'hui, plus de 50 % des commandes se font en Envoi Direct, ce qui a permis d'économiser plus de 1150 tonnes de CO₂ depuis le lancement de ce service. Par ailleurs, la plateforme va proposer davantage de modes d'expédition écologiques et vient de mettre en place des emballages minimalistes, 100 % réduits, recyclés et recyclables.

Être une entreprise exemplaire : la certification B-Corp

Vestiaire Collective s'engage à devenir une entreprise exemplaire et, pour ce faire, vient de lancer plusieurs initiatives stratégiques, en déposant notamment un dossier de candidature à la certification B-Corp. L'entreprise encourage également ses collaborateurs à participer à 5 groupes de travail lancés en faveur de la diversité et de l'inclusion et à dédier 15 heures de leur temps de travail annuel au service d'associations caritatives.

La feuille de route en matière d'innovation technologique et de science des données de Vestiaire Collective est indispensable pour concrétiser sa vision de la mode circulaire. Cette stratégie consistera principalement à développer plus avant l'intelligence artificielle et à mieux utiliser les données, afin d'améliorer toujours plus l'expérience client. L'entreprise va ainsi plus que doubler les effectifs de son équipe Technologie, en créant 155 nouveaux postes dans les domaines de l'analyse de données, de l'ingénierie, des technologies et du développement produit. Cela permettra à la plateforme d'offrir toujours plus à sa communauté, au travers de fonctionnalités améliorées, comme les recommandations de profils et d'articles basées sur le comportement de l'utilisateur, un algorithme dynamique de fixation des prix offrant une recommandation en temps réel aux vendeurs, ou encore un portefeuille numérique incitant les vendeurs à réinvestir dans de la seconde main.

Goldman Sachs a agi en tant que conseiller stratégique et agent de placement privé pour Vestiaire Collective dans le cadre de la levée de fonds.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Vestiaire Collective

Melanie Hughes +44 (0) 7929728313 PR@Vestiairecollective.com

Havas Paris

Stephanie Elbaz +33 (0)6 46 05 08 07 stephanie.elbaz@havas.com
Mael Evin +33 (0)6 44 12 14 91 mael.evin@havas.com

Kering

Presse

Emilie Gargatte	+33 (0)1 45 64 61 20	emilie.gargatte@kering.com
Marie de Montreynaud	+33 (0)1 45 64 62 53	marie.demontreynaud@kering.com

Analystes/investisseurs

Claire Roblet	+33 (0)1 45 64 61 49	claire.roblet@kering.com
Laura Levy	+33 (0)1 45 64 60 45	laura.levy@kering.com

À propos de Vestiaire Collective

Vestiaire Collective est la première place de marché mondiale d'articles de mode d'occasion désirables. L'entreprise s'est fixée pour mission de transformer l'industrie de la mode pour la rendre plus durable. Pour cela, elle se consacre à promouvoir une mode circulaire qui constitue une alternative à la surproduction, la surconsommation et les pratiques de gaspillage du secteur. Elle offre à sa communauté de « *fashion activists* » l'inspiration, les moyens et les fonctionnalités nécessaires pour agir en faveur d'une mode durable. Nos membres développent leur style et leur créativité en achetant et en vendant les pièces uniques de leurs garde-robes respectives. La plateforme se distingue par sa communauté de passionnés fortement engagés et son catalogue de 3 millions d'articles pointus et désirables, qui s'enrichit chaque semaine de 140 000 nouvelles annonces. Lancé à Paris en 2009, Vestiaire Collective dispose de bureaux à Paris, New York, Hong Kong et Singapour et d'un pôle technologique à Berlin. Pour en savoir plus, téléchargez l'application, rendez-vous sur vestiairecollective.com et suivez @vestiaireco sur Instagram.

Vision : La mission de Vestiaire Collective est de transformer l'industrie de la mode au service d'un avenir plus durable, en donnant à sa communauté de « *fashion activists* » les moyens d'impulser un changement systémique.

Vestiaire Collective est membre de la Fondation Ellen Macarthur, de Paris Good Fashion et de l'UN Alliance For Sustainable Fashion.

À propos de Kering

Groupe de Luxe mondial, Kering regroupe et fait grandir un ensemble de Maisons emblématiques dans la Mode, la Maroquinerie, la Joaillerie et l'Horlogerie : Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, Dodo, Qeelin, Ulysse Nardin, Girard-Perregaux, ainsi que Kering Eyewear. En plaçant la création au cœur de sa stratégie, Kering permet à ses Maisons de repousser leurs limites en termes d'expression créative, tout en façonnant un Luxe durable et responsable. C'est le sens de notre signature : « Empowering Imagination ». En 2020, Kering comptait plus de 38 000 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 13,1 milliards d'euros.

À propos de Tiger Global Management

Tiger Global Management, LLC est une société d'investissement spécialisée dans les sociétés cotées et non cotées des secteurs de la tech, des solutions logicielles, des biens de consommation, et des paiements. La société a lancé sa stratégie de *private equity* en 2003 et a investi depuis dans plusieurs centaines d'entreprises de plus de 30 pays, à toutes les étapes de financement, de la Série A au pré-IPO. L'activité de capital-risque, qui vient de boucler son douzième fonds, entend accompagner des entrepreneurs dynamiques à la tête de sociétés de croissance leaders sur leur marché. Elle compte parmi ses investissements JD.com, Meituan, Facebook, LinkedIn, Spotify, Peloton, Credit Karma, Toast, Stripe, ByteDance, Stone, Warby Parker, Flipkart, Despegar, Ola et DiDi. Fondée en 2001, Tiger Global est basée à New York et dispose de bureaux à Hong Kong, Pékin, Singapour et Bangalore.