

Fanny Moizant : la mode comme ADN, la durabilité comme engagement

Co-fondatrice et dirigeante de Vestiaire Collective, la marketplace de revente de vêtements haut de gamme, Fanny Moizant a réalisé un rêve de jeunesse : travailler dans le secteur de la mode. Mieux encore : être à la tête d'une entreprise devenue une licorne (ces entreprises valorisées plus de 1 milliard d'euros), maman de deux petites filles, tout en contribuant à une mode plus responsable. Entretien avec Maddyness.

Temps de lecture : minute

12 juillet 2022

" Chez Vestiaire Collective nous souhaitons être une photographie de la mode, mais d'une mode durable, mettant en lumière les produits de qualité, des marques de designers accessibles aux maisons du luxe, créés pour durer dans le temps et se transmettre de génération en génération " confie Fanny Moizant, avec autant de douceur que de détermination. Un look à la mode, un dynamisme à toute épreuve... elle peut fièrement revendiquer que Vestiaire Collective rassemble aujourd'hui 3 millions d'articles et plus de 10.000 marques référencées sur une plateforme présente dans plus de 80 pays. Au total : une communauté active de 23 millions de membres en France et à l'international - ce dont elle est " la plus fière" reconnaît-elle.

De petite fille à entrepreneuse : la mode

comme fil rouge

Plongée dans la mode dès son enfance, aidant sa maman qui avait plusieurs boutiques de prêt-à-porter à déballer les colis, la jeune écolière a vite adoré la mode. Un peu comme une évidence. Un diplôme de marketing en poche, des stages chez John Galliano, Dim et Mexx, un premier job dans la décoration : " *son premier amour* " la rattrape vite ! " *En 2007, j'ai repris des études à l'Institut Français de la Mode en management, le meilleur moyen d'équilibrer mes aspirations créatives et commerciales* " admet Fanny Moizant devenue maman de Jeanne et Louise et motivée " *à démarrer sa propre entreprise dans la mode, avec un concept nouveau et responsable* ".

Mais lequel ? " *Beaucoup de mes amis avaient de belles pièces de créateurs qui dormaient dans leurs armoires, et à l'époque, il n'y avait que peu d'endroits où vendre ces pièces incroyables!* " L'idée fait son chemin et en 2009, elle co-fonde avec cinq autres personnes l'entreprise Vestiaire Collective : " *une solution en ligne, un moyen de prolonger la durée de vie de ces pièces en les remettant en circulation, disruptant l'industrie traditionnelle et son modèle économique linéaire vers un modèle circulaire, pour un futur de la mode plus durable* " se souvient la co-fondatrice de la jeune marketplace.

Un luxe authentifié

La plateforme qui se positionne sur des vêtements de luxe et de designers " *indémoudables* ", repose dès son lancement sur quatre piliers : la mode, la confiance, la communauté et la durabilité. De 150 pièces par jour, elle met vite des milliers de nouveaux articles quotidiennement en ligne et sa communauté ne cesse de grandir. L'une des raisons de ce succès immédiat ? " *Nous avons mis en place un service d'authentification poussée comprenant des phases de curation digitale et d'authentification physique de chaque produit. Ce processus a été*

essentiel pour nous permettre de rester un acteur fiable ", précise Fanny Moizant dont l'entreprise s'est développée en Grande Bretagne, en Allemagne, en Italie, aux Etats Unis et en Asie. Un marché où Vestiaire Collective a ouvert des bureaux à Hong Kong dès 2017, puis Singapour, et maintenant Séoul. Pour elle, " l'Asie-Pacifique, un marché clé du développement à l'international, est très en avance sur les secteurs de la tech et de l'innovation, mais également à l'affût des tendances mode et du luxe, ce qui en fait un marché réceptif à notre business model ".



Une femme engagée pour rendre la mode plus durable

" J'ai toujours voulu agir pour une mode durable " ne cesse de répéter Fanny Moizant dont l'ambition est de devenir " la première plateforme technologique de mode durable ". Certifiée B-corp en 2021, la

marketplace vise la neutralité carbone d'ici 2025, met en lumière des acteurs de la mode responsable avec son programme "Collective for Change", et incite cette industrie à rejoindre le mouvement circulaire. A commencer par les maisons de luxe "*qui réfléchissent de plus en plus à la façon d'intégrer la circularité à leur activité et à leur expérience client*" explique la dirigeante qui a lancé dès 2019 le programme "Brand Partner".

L'idée ? Vestiaire Collective offre aux marques comme Alexander McQueen, Mytheresa, Luisa Via Roma (et d'autres à venir), une solution de revente d'articles. L'enjeu ? "*Nous sommes prêts à jouer un rôle central pour transformer le secteur de la mode grâce à notre expertise et à notre communauté mondiale d'acheteurs et de vendeurs*" assure Fanny Moizant.

Début 2022, Vestiaire Collective a partagé son premier Impact Report réalisé avec PwC. Il en ressort trois faits majeurs : en prolongeant la durée de vie d'un article de 9 mois, son empreinte carbone est réduite de 30%, et 90% du coût environnemental d'un article est économisé en achetant d'occasion. Enfin, 70% des articles achetés sur Vestiaire Collective remplacent un achat de première main.



Quand Vestiaire Collective devient une Licorne

Vestiaire Collective n'est sans doute pas devenue une Licorne par hasard. Comme le rappelle sa dirigeante, "*depuis nos débuts, notre fil conducteur repose sur trois facteurs : veiller à ce que l'expérience utilisateur soit la meilleure possible, continuer à inspirer notre communauté à travers une curation pointue, et renforcer la confiance solide que nous avons acquise au fil des années grâce à notre expertise et à nos processus d'authentification*".

Une stratégie qui a séduit les investisseurs et a permis plusieurs levées de fonds conséquentes. Dont les deux dernières, en 2021, de 178 millions chacune en l'espace de 6 mois ! " *La première en mars 2021, menée par de nouveaux investisseurs tels Kering et Tiger Global Management nous a permis d'atteindre le statut de Licorne et d'acquérir l'un de nos*

concurrents américain Tradesy pour étendre notre présence aux Etats Unis sur les années à venir. La deuxième, menée par SoftBank et Generation aux côtés d'actionnaires existants dont Eurazeo, Bpifrance, Korelya, Condé Nast et Fidelity International, nous a permis d'être valorisé à 1,7 milliard de dollars ".

Mais pour Fanny Moizant, être une Licorne " *n'est pas une fin en soi* ". Cela permet surtout d'augmenter la pénétration du marché de la mode de seconde main de luxe et d'accélérer la mission de Vestiaire Collective : celle d'être à l'initiative " *d'un véritable changement de consommation et de démocratiser l'industrie de la seconde main à l'international* ".



" L'excellence et l'innovation doivent aller de pair "

" *En tant qu'entreprise de la tech, nous devons veiller à ce que l'excellence et l'innovation aillent de pair* " défend Fanny Moizant qui n'a

pas attendu d'être Licorne pour proposer une expérience des plus personnalisées à ses clients, avec des fonctionnalités permettant la personnalisation accrue des filtres de recherche et des alertes.

Et depuis que l'entreprise a accédé au rang de Licorne, elle s'est fixée de nouveaux objectifs : l'expansion de l'équipe tech et data (avec la création de plus de 155 nouveaux postes pour stimuler l'innovation), améliorer le parcours client sur l'application, renforcer les technologies et l'infrastructure pour faire évoluer le modèle de place de marché, augmenter l'offre et la demande au sein des régions, et développer l'activité de Vestiaire Collective sur les marchés mondiaux. " *Nous avons doublé notre position de leader en Europe et accéléré notre croissance aux États-Unis et en Asie* " constate Fanny Moizant, qui pour se vider l'esprit, garder son énergie et préserver un bon équilibre entre sa vie professionnelle et personnelle, est une adepte du cardio !

De Londres, où elle vivait ces dernières années, elle renoue avec Paris où le nouveau siège de la Licorne a été inauguré en mai dernier. Et même là, rien n'a été fait au hasard. " *Nous nous sommes associés à Selency et Back Market pour que chaque objet et pièce de mobilier soit de seconde main, en cohérence avec notre cœur de business, notre démarche et nos valeurs* " conclut la co-fondatrice de l'une des plus belles réussites entrepreneuriales françaises de ces dernières années.

Photos : Les nouveaux bureaux de Vestiaire Collective, en collaboration avec le cabinet d'architecture responsable Les Bâtisseurs.

