

Vestiaire Collective, Matera : pourquoi ont-ils fait le choix du financement participatif sur Crowdcube ?

Vestiaire Collective, la marketplace internationale de mode d'occasion de luxe, ouvre une opération de financement participatif via Crowdcube. Elle suit l'exemple de Qonto ou Matera qui avait déjà utilisé cette plateforme pour lever des fonds.

Temps de lecture : minute

31 janvier 2024

Et si, vous aussi, vous passiez d'utilisateur à actionnaire? Investir dans une entreprise lorsque l'on est un particulier a longtemps été réservé aux plus avertis, souvent par la voie d'intermédiaires bancaires. Mais depuis une quinzaine d'années, le crowdfunding ou financement participatif, s'est fait une place dans le panel des solutions de financement. La méthode s'est notamment démocratisée avec le français [Ulule](#) ou l'américain Kickstarter. S'ensuivit la création de plateformes européennes et françaises à l'image de [Lita.co](#), [Tudigo](#), [Sowefund](#), [Wiseed](#) ou encore [Crowdcube](#). C'est sur cette dernière que Vestiaire Collective, la marketplace internationale de mode d'occasion de luxe, a choisi de lancer sa première campagne.

Fondée à Paris en 2009, [Vestiaire Collective](#) est aujourd'hui présente dans 80 pays. Pour Bernard Osta, CFO de Vestiaire Collective, cette campagne s'inscrit dans un moment opportun pour l'entreprise. « *Après avoir offert des actions à l'ensemble de nos 700 employés l'année dernière, nous voulons aller plus loin en offrant cette possibilité à nos clients européens.*

» Objectif de l'opération : lever un minimum de 1 million d'euros auprès de sa communauté d'utilisateurs. En 2023, l'entreprise a comptabilisé 10 millions de nouvelles pièces sur sa plateforme et généré plus de 2 millions de commandes. Elle s'appuie donc sur une communauté forte qu'elle espère, à la faveur de cette campagne, toujours plus fidéliser.

Trois piliers dans l'actionnariat de Vestiaire collective

« Grâce à cette levée de fond participative, nos clients engagés peuvent jouer un rôle encore plus actif dans l'élaboration d'un avenir plus durable pour la mode », se félicite Maximilian Bittner, PDG de Vestiaire Collective. Les futurs actionnaires, le seront alors aux côtés des investisseurs historiques de la licorne française qui vise la rentabilité pour la fin d'année 2024.

« La base actionnariale de Vestiaire Collective correspond très bien à ce que nous faisons et reflète la qualité de notre mission. Notre stratégie repose sur trois piliers représentés dans la composition de notre actionnariat », rappelle Bernard Osta. Au rang luxe, on retrouve Kering et Condé Nast, quand le fonds Generation Investment Management représente plutôt le côté développement durable, en passant par Eurazeo, Vitruvian ou encore Bpifrance pour l'aspect Tech. La marketplace internationale est en outre accompagnée par Softbank et Korelya Capital pour l'Asie, Tiger Global Management et l'investisseur John Doerr pour les Etats-Unis.

Matera a renforcé sa communauté grâce à sa campagne Crowdcube

À travers cette campagne, tant outil marketing que financier, Vestiaire Collective entend en premier lieu toucher sa communauté en s'inspirant

de la réussite de Qonto (5 millions d'euros) ou de Matera. En juillet 2023, le spécialiste de la gestion de copropriété en ligne a levé plus de 2 millions d'euros auprès de sa communauté via cette formule. « *J'ai toujours voulu ouvrir l'actionnariat à nos clients comme nous l'avons fait auprès de nos salariés* », se souvient Raphaël Di Meglio, cofondateur de Matera.

Couplée à une levée de fonds de 7 millions d'euros auprès de ses investisseurs historiques, sa campagne de crowdfunding menée sur Crowdcube lui a permis de « *lever suffisamment d'argent pour développer l'entreprise* », dans un contexte plus tendu en la matière. « *C'était aussi le bon moment en termes de maturité d'entreprise* », explique le dirigeant qui vise la rentabilité d'ici 2025. Surtout, l'arrivée de nouveaux investisseurs a selon lui créé une émulation au sein de son équipe et renforcé sa communauté. « *Nous avons fédéré la communauté d'investisseurs via une boucle WhatsApp. C'est un lien fort établi avec eux car au-delà de nos obligations légales, j'y partage un reporting mensuel très poussé et transparent* », indique Raphaël Di Meglio.

Pour prendre part à l'aventure Vestiaire Collective, il faudra encore attendre le 6 février prochain. Après inscription sur la plateforme, il vous est possible d'investir à partir de 11 euros, directement dans les entreprises sélectionnées par l'équipe de cet intermédiaire en ligne. Il travaille généralement avec des entreprises adossées à des VC, comme c'est ici le cas avec Vestiaire Collective, ou des business angels. Tout est géré par Crowdcube qui sécurise et gère l'actionnariat dans sa totalité, s'assurant que les droits et les devoirs de chacun sont bien respectés. D'ici là, il est déjà possible de manifester son intérêt pour cette campagne afin de bénéficier d'un accès anticipé.



À lire aussi
Comment lever des fonds auprès des particuliers sur la
plateforme Crowdcube



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups

françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Julie Dumez