

Club de l'Audace

Le succès en toute simplicité



6 septembre 2017

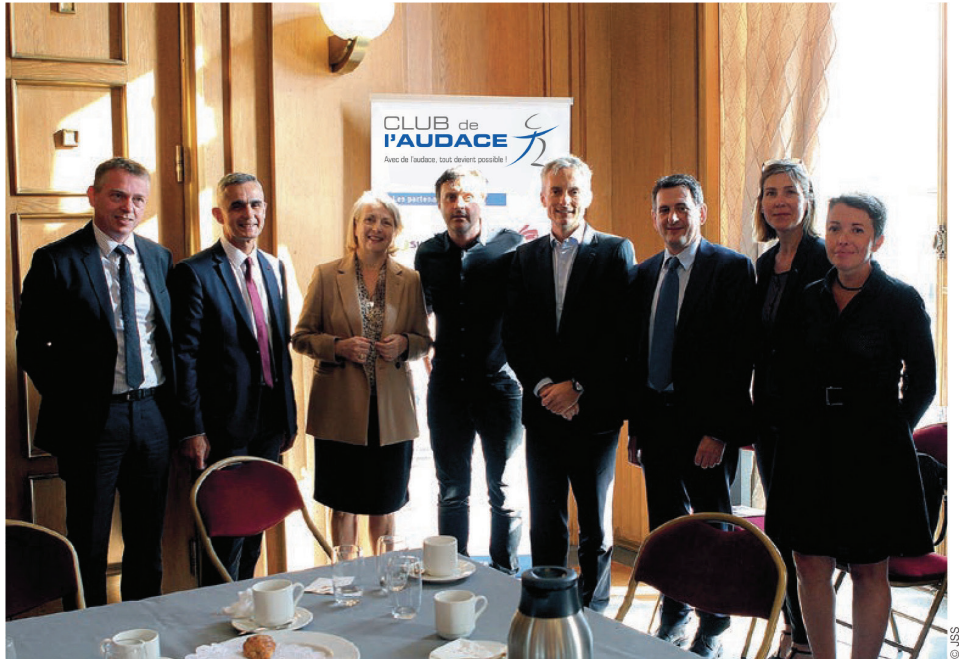
Lors de son dernier petit-déjeuner du mercredi, le Club de l'Audace recevait Thierry Petit. Le fondateur et PDG de Showroomprivé, deuxième site de ventes privées en Europe, est un entrepreneur qui a su rester simple malgré le succès.

Millionnaire à seulement 27 ans. Grâce à la vente en 2000 de Toobo.com, un comparateur de prix qu'il a lui-même lancé, Thierry Petit est devenu riche. Pourtant, ce fils de tourneur-fraiseur a su garder la tête froide. Deux ans seulement après cette belle opération, ce passionné de danse prend la direction d'une revue artistique, Mouvement, mais ne parvient pas à la redresser. Aux membres du Club de l'Audace, il explique : « la presse c'est très difficile, très compliqué ». Il décide alors de partir avec sa compagne pour un tour monde, qui durera deux ans. Concernant cette expérience, il avoue ne pas savoir si elle lui a apporté quelque chose pour les affaires : « C'était pour le plaisir », dit-il simplement.

À son retour, il rencontre David Dayan, qui dirige une entreprise de vente de vêtements en gros, et crée avec lui Showroomprivé en 2006. « David possède une intuition itech très forte et moi je suis plutôt rationnel », indique Thierry Petit. Difficile de parler de Showroomprivé sans évoquer et le comparer à son principal concurrent, et leader sur le marché, Venteprivée.com. La différence entre les deux se résume en trois points. D'abord la cible. Showroomprivé a visé la femme, la « digital woman », celle qui est très connectée et qui a peu de temps, « puis, on a diversifié l'offre autour des besoins de la cible », précise Thierry Petit. Ensuite, le temps de livraison : « Aujourd'hui nous livrons en 24 heures quand nos concurrents livrent en trois semaines. De plus, nous avons investi très tôt (2009) dans le mobile, aujourd'hui cela représente près de 80 % des ventes ». Enfin, l'international : « parce que les marques sont globales et pour écouler [les] invendus ».

FORMER AU MÉTIER DE L'E-COMMERCE

Thierry Petit et David Dayan n'ont jamais levé de fonds dans leur jeune histoire. Cependant, pour se développer à l'international, Axel Partner, le fonds



Le Club de l'Audace

Créé en 2003 par Thomas Legrain, le Club réunit une fois par mois autour d'un invité prestigieux des chefs d'entreprises, des professionnels du conseil, des journalistes et des représentants du secteur public dans le cadre de débats sur un sujet d'actualité. Ambitions partagées par tous les membres : faire connaissance, développer l'échange, trouver des synergies et des opportunités d'affaires.

d'investissement phare des nouvelles technologies qui a financé notamment Facebook, entre au capital en 2010. Si aujourd'hui leur société affiche un chiffre d'affaires de 750 millions, c'est au prix d'une discipline financière stricte. « En contrepartie la gestion est très saine. À chaque fois que l'on dépense, on veut que ça rapporte. Beaucoup ont levé des fonds et ont disparu. », affirme le dirigeant de Showroomprivé. Leur entrée en bourse s'est faite ensuite « parce que c'était le bon moment, on avait la bonne taille ». Les ventes événementielles ont cette particularité d'être très vite rentables car la vente a lieu avant même d'avoir du stock, c'est autant de frais en moins. Et les chiffres sont bons : le CA pour 2017 est

attendu entre 690 et 720 millions d'euros, le site de vente en ligne compte actuellement 30 millions de membres et la croissance au dernier trimestre se hisse à 25 %. Sans commisération excessive, Thierry Petit a évoqué devant les membres du Club de l'Audace une autre activité, sans considération de rentabilité : la création d'une école à Roubaix pour réinsérer les personnes qui le souhaitent et leur apprendre un métier dans le e-commerce. La formation sera assurée par une partie des 1 400 salariés que compte l'entreprise. À terme, l'objectif est de réinsérer 100 personnes par an.

Victor Bretonnier
2017-3281