

Vestiaire Collective



TIGERGLOBAL

Vestiaire Collective annuncia un nuovo round di finanziamento per 178 milioni di euro (216 milioni di dollari), sostenuto da Kering e Tiger Global Management. L'obiettivo è accelerare la crescita nel mercato second-hand e la sostenibilità nel settore moda.

Parigi, 1° marzo 2021 - La piattaforma leader nel settore del *second-hand* di alta gamma ha annunciato oggi il completamento di un nuovo round di finanziamento per 178 milioni di euro, sostenuto dal gruppo francese del lusso Kering (KER.PA) e dalla società statunitense d'investimento Tiger Global Management. Anche gli attuali azionisti, tra i quali il CEO di Vestiaire Collective, Max Bittner, Bpifrance (Large Venture), Condé Nast, il Gruppo Eurazeo (Eurazeo Growth e Idinvest Venture) (RF.PA), alcuni fondi gestiti da Fidelity International, Korelya Capital (supportato da NAVER) (KRX: 035420), Luxury Tech Fund (LTF & Cuir Invest) e Vitruvian Partners, hanno proceduto a incrementare l'investimento. Dopo un anno durante il quale il volume delle transazioni sulla piattaforma è cresciuto del 100%, Vestiaire Collective si è confermata un'azienda "unicorno" e ben posizionata per sfruttare un nuovo ciclo di crescita.

Negli ultimi tre anni, il *second-hand* ha beneficiato di una rapida crescita, con un ulteriore incremento durante la pandemia. In particolare, i consumatori più giovani si sono dimostrati ancora più attenti alla sostenibilità, mentre cresce al tempo stesso l'interesse per il *social shopping* e all'interno delle comunità online. Si prevede un aumento dei capi second-hand dal 21% nel 2021 al 27% nel 2023*. Entro il 2025 il second hand dovrebbe superare i 60 miliardi di dollari.

Maximilian Bittner, CEO di Vestiaire Collective afferma: "Questo 'ultimo round di investimenti conferma l'incredibile percorso di Vestiaire Collective. Fondato durante la crisi del 2008, il modello ha dimostrato la sua capacità di prosperare durante i momenti particolarmente difficili. Il settore del *resale* è caratterizzato da una rapida crescita, in particolare tra i consumatori Millennial e della Generazione Z che sono destinati a plasmare nei prossimi anni la realtà retail. Con grande entusiasmo diamo il benvenuto a Kering e a Tiger Global Management. Il loro contributo sarà fondamentale per portare a termine la nostra missione: dare al mondo della moda un'impronta più sostenibile, ampliando la nostra comunità globale."

Investendo in Vestiaire Collective con una quota del 5% e una presenza nel Consiglio di Amministrazione della società, il gruppo Kering dimostra di voler incoraggiare modelli di business innovativi e sostenibili, abbracciando le nuove tendenze del mercato ed esplorando nuovi servizi per i clienti della moda e del lusso.

François-Henri Pinault, Presidente e CEO di Kering, ha commentato: "Il lusso *second-hand* è ormai una realtà con radici consolidate, specialmente tra i consumatori più giovani. Anziché ignorare il fenomeno, vogliamo cogliere questa opportunità per aumentare il valore che offriamo ai nostri clienti e indirizzare il futuro del nostro settore verso pratiche più innovative e sostenibili. Sono scelte che si sposano naturalmente con il nostro spirito imprenditoriale, la nostra strategia di sostenibilità pionieristica e la visione moderna che abbiamo del settore del lusso."

Grégory Boutté, Chief Client e Digital Officer di Kering, ha aggiunto: "La nostra strategia innovativa mira a investire nei brand e nelle tecnologie della prossima generazione di consumatori, proponendo modelli di business all'avanguardia che ci consentano di servire ancora meglio i nostri clienti e di

migliorare la nostra performance. Investire in Vestiaire Collective è assolutamente coerente con tutto ciò.”

Kering and Vestiaire Collective condividono la stessa visione relativamente all’impegno innovativo verso un settore della moda più sostenibile.

Tiger Global Management, società di investimento nel settore tecnologico, con sede negli Stati Uniti, grazie alla sua vasta esperienza ha supportato società quali Facebook e Spotify nel loro processo di crescita. La profonda conoscenza del mercato statunitense aiuterà Vestiaire Collective a espandersi in quest’area geografica.

Griffin Schroeder, Partner, Tiger Global, ha affermato: “Siamo lieti di supportare i piani di espansione globale e continua di Vestiaire Collective, che intende incrementare la già spettacolare crescita negli Stati Uniti e nella regione Asia-Pacifico. A gennaio 2021, i mercati di queste aree geografiche hanno registrato una crescita superiore al 250%, in termini di articoli venduti su base annuale.”

Fin dal suo lancio nel 2009, la missione di Vestiaire Collective è stato l’allungamento del ciclo di vita dei prodotti nel settore fashion. Il nuovo e rivoluzionario orientamento verso un’economia circolare presuppone un profondo cambiamento. Potendo contare su una comunità globale, su un robusto DNA nel settore della moda e della sostenibilità e sull’alto livello di fiducia che si è conquistata, Vestiaire Collective si posiziona in modo ottimale per catturare una quota sempre più ampia del mercato globale del resale. Lo testimonia la crescita delle iscrizioni pari al 90% su base annuale, osservata nel 2020.

Vestiaire Collective utilizzerà i nuovi capitali per supportare la sua roadmap di innovazione tecnologica, accelerando la sua visione di circolarità e avviando un cambiamento strategico nel settore della moda. Questo progetto sarà supportato da un piano di sostenibilità biennale incentrato su 4 principali pilastri innovativi:

- *Un cambiamento epocale nel mondo del fashion di lusso: il servizio “Brand Approved”*
- *Incoraggiare e far crescere la comunità degli attivisti della moda (“fashion activists”): il badge ‘Fashion Activist’ e il programma ‘Follow the Leaf’*
- *Ridurre l’impronta sull’ambiente: carbon neutral entro il 2026*
- *Essere una società esemplare: certificazione B Corp*

Un cambiamento epocale nel mondo del fashion di lusso: il servizio “Brand Approved”

Il settore della moda deve evolversi nel suo modo di operare. A livello globale, l’industria del fashion ha prodotto nel 2018 emissioni di gas serra per 2,1 miliardi di tonnellate. Vestiaire Collective offre una soluzione fondamentale per questa sfida, agevolando il riutilizzo e una riduzione dei rifiuti. Vestiaire Collective crede fermamente che sottolineare l’importanza della durabilità dei capi ed estenderne il ciclo di vita contribuisca a combattere gli impatti negativi sull’ambiente dovuti al consumo eccessivo. In risposta a questa sfida, Vestiaire Collective ha lanciato il servizio ‘Brand Approved’ offrendo ai brand una soluzione di riacquisto innovativa, a favore dell’economia circolare. In quest’ottica il profitto economico è disgiunto dall’uso delle risorse naturali. Il nuovo programma, lanciato di recente in collaborazione con Alexander McQueen, della Maison Kering, consente al brand di integrare la circolarità nel suo modello di business.

Incoraggiare e far crescere la comunità degli attivisti della moda (“fashion activists”): Il badge ‘Fashion Activist’ e il programma ‘Follow the Leaf’

La vasta comunità globale degli appassionati del fashion, che costituisce il cuore di Vestiaire Collective, contribuisce positivamente al cambio di direzione, scegliendo altre modalità di consumare moda. La piattaforma rappresenta la voce della sua comunità globale attraverso strumenti come il badge ‘Fashion Activist’ che incoraggia a comprare e vendere almeno 1 articolo in un anno (“1 in, 1 out”), l’espansione

del servizio di Direct Shipping e il programma *'Follow the Leaf'* che evidenzia le opzioni più sostenibili per ogni iscritto. Campagne informative e la collaborazione con celebri attivisti fashion mirano, inoltre, ad aumentare la consapevolezza dei consumatori.

Ridurre l'impronta sull'ambiente: carbon neutral entro il 2026

Acquistare capi *second-hand* contribuisce a ridurre i danni all'ambiente causati dalla produzione del settore moda. Il semplice acquisto di una borsa su Vestiaire Collective può ridurre l'impatto ambientale fino al 91%. Nell'ambito della sua strategia biennale dedicata alla sostenibilità, Vestiaire Collective ha appena completato un'analisi del ciclo di vita. Il prossimo obiettivo è ora diventare carbon neutral entro il 2026. A questo scopo è iniziata una roadmap di riduzione delle emissioni, con un programma mirato alla diminuzione delle distanze di spedizione e l'espansione del Direct Shipping. Attualmente il 50% degli ordini è già stato effettuato con Direct Shipping, con un risparmio, dal lancio del programma, di 1.150 tonnellate di CO₂. Inoltre, la società intende offrire più opzioni di spedizione ecologiche e ha appena presentato il suo packaging "*less is more*", al 100% riciclato e riciclabile.

Essere una società esemplare: certificazione B Corp

Vestiaire Collective intende essere una società esemplare. Per raggiungere questo obiettivo ha inaugurato numerose iniziative strategiche, tra le quali la domanda per ottenere la certificazione B Corp, incoraggiare i dipendenti a dedicarsi a importanti cause, ad es. 15 ore per aiutare la comunità e la costituzione di 5 task force differenti per la diversità e l'inclusività.

La roadmap di innovazione tecnologica di Vestiaire Collective è la chiave per potenziare la sua visione di circolarità. La strategia si concentrerà sull'ulteriore sviluppo dell'intelligenza artificiale e sull'utilizzo dei dati per migliorare l'esperienza del cliente. L'azienda raddoppierà le dimensioni del suo *team, technology* generando 155 nuove posizioni, in ambito data science, ingegneria, tecnologia e sviluppo prodotto. In questo modo la piattaforma sarà in grado di supportare ulteriormente la sua comunità attraverso maggiori funzionalità come i consigli sui profili e sui prodotti basati sulle abitudini degli utenti, un algoritmo di determinazione del prezzo dinamico che fornisce feedback in tempo reale ai venditori e una funzione di portafoglio digitale aiuterà i venditori a reinvestire in *second-hand*.

Goldman Sachs ha affiancato Vestiaire Collective nel round di finanziamento, con il ruolo di consulente strategico e agente di collocamento privato.

Contacs:

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 Press

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

Analysts/investors

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

Scopri Vestiaire Collective

Vestiaire Collective è un'app leader in tutto il mondo che propone moda desiderabile, *pre-loved*. Si dedica a trasformare il settore della moda, indirizzandolo verso un futuro più sostenibile. Promuove la circolarità in alternativa alla sovra-produzione, al sovra-consumo e allo spreco di risorse. Gestisce una propria comunità di attivisti della moda, all'interno della quale vengono venduti e acquistati capi *pre-loved*, facendo da ispirazione con strumenti e funzionalità innovative. La piattaforma è unica grazie all'impegno della sua comunità di attivisti e offre un inventario prezioso e desiderabile di 3 milioni di articoli, con 140.000 nuove entrate ogni settimana. Lanciata a Parigi nel 2009, Vestiaire Collective ha uffici a Parigi, New York, Hong Kong, Singapore e un hub tecnologico a Berlino. Se vuoi scoprire di più, scarica l'app, visita vestiairecollective.com e segui @vestiaireco on Instagram.

Visione: trasformiamo l'industria della moda indirizzandola verso un futuro più sostenibile, con il contributo essenziale di una comunità di attivisti fashion per attuare una rivoluzione sistemica

Vestiaire Collective fa della Fondazione Ellen Macarthur, di Paris Good Fashion e dell'UN Fashion Alliance

Kering

Gruppo mondiale del lusso, sostiene e promuove lo sviluppo di alcuni tra i più rinomati marchi di moda, pelletteria, gioielli e orologi: Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, DoDo, Qeelin, Ulysse Nardin, Girard-Perregaux, e Kering Eyewear. Ponendo la creatività al centro della sua strategia, Kering permette alle Maison di andare oltre i propri limiti in termini di espressione creativa, per dare forma al lusso del futuro in modo sostenibile e responsabile. Il nostro slogan rappresenta la sintesi dei nostri valori: "Empowering Imagination". Nel 2020 Kering aveva quasi 38.000 dipendenti e un fatturato di 13,1 miliardi di euro.

Tiger Global Management

Tiger Global Management, LLC è società di investimento che opera in tutto il mondo con aziende quotate e non quotate, nei settori Internet, software, dei prodotti di consumo e dei pagamenti. La sua strategia di private equity è stata inaugurata nel 2003 con investimenti in centinaia di aziende in più di 30 Paesi, da società con azioni di classe A a società pre-IPO. Il comparto venture capital, con dodici fondi attivi, si rivolge a società in crescita, leader di mercato, e orientate a una strategia dinamica; in questo ambito sono stati effettuati investimenti nelle seguenti aziende: JD.com, Meituan, Facebook, LinkedIn, Spotify, Peloton, Credit Karma, Toast, Stripe, ByteDance, Stone, Warby Parker, Flipkart, Despegar, Ola e DiDi. Tiger Global è stata fondata nel 2001 e ha sede a New York, con filiali a Hong Kong, Pechino, Singapore e Bangalore.