

Vente-privée.com investit dans le site suisse eboutic.ch

Publié le 14.04.16

En vue d'une introduction en bourse dans les années à venir, le site français Vente-Privée consolide le marché européen en rachetant le site espagnol Privalia et en devenant un actionnaire majoritaire du suisse eboutic.ch

Le leader français de vente événementielle en ligne vente-privée.com poursuit son expansion en Europe en rachetant l'Espagnol Privalia et en prenant une participation majoritaire dans le suisse eboutic.ch. Les montants d'investissement pour ces deux opérations n'ont pas été dévoilés dans le communiqué publié mercredi.

Le site de vente événementielle Privalia, créée en 2006 en Espagne, opère également sur les marchés italien, brésilien et mexicain. Ses fondateurs, qui rejoindront l'équipe dirigeante de Vente-privée, continueront à piloter Privalia « de manière autonome », selon le communiqué.

L'entrée au capital de eboutic.ch, crée en 2007 à Lausanne et dont les fondateurs conserveront la direction, permettra à vente-privée de s'implanter en Suisse, un « nouveau marché-cible » pour le groupe. Vente-privée est déjà présent dans 8 pays européens (France, Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, Italie, Belgique, Autriche, et Pays-Bas).

Le site se recentre sur les marchés européens

« Cette nouvelle expansion traduit la poursuite de notre démarche active de déploiement européen, amorcée en 2015 avec la prise de participation majoritaire dans la société belge vente-exclusive », explique le PDG de Vente-privée, Jacques-Antoine Granjon, cité dans le communiqué. Le site français, après avoir tenté une incursion aux Etats-Unis finalement abandonnée fin 2014, avait annoncé sa volonté de se recentrer sur les marchés européens.

« Cette nouvelle étape de notre développement s'inscrit dans notre vision à long terme de l'entreprise (...) Nous observons que le marché (de la vente événementielle, NDLR) en Europe est à la fois fragmenté et assez mature pour que des rapprochements vertueux aient lieu (...) Nous investissons donc à un moment clé de ce développement du marché », ajoute le dirigeant.

Ces investissements marquent également la volonté de Vente-privée « de mettre à la disposition de ses marques partenaires un service unique et des savoir-faire mutualisés face à une concurrence de plus en plus accrue » et d'offrir à ses membres « le meilleur service et la meilleure offre », indique le communiqué.

L'an dernier, Vente-privée a enregistré un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros, en hausse de 12%. Il a réalisé 14.600 ventes événementielles, avec 3.700 marques partenaires, et rassemble désormais 30 millions de membres sur son site.