

SPARTOO vu par Stéphane Pesqué, CM-CIC Capital Privé.



Stéphane Pesqué

Nous avons rencontré Boris et son équipe en juillet 2007, quelques mois seulement après le lancement commercial du site spartoo.com. La société procédait à sa première levée de fonds afin d'accélérer son développement en France et de se lancer à l'international.

Les dirigeants ont rapidement su nous convaincre que la société disposait du potentiel et des atouts nécessaires pour devenir un leader en Europe sur le secteur de la vente de chaussures sur Internet. Nous avons été conquis par l'équipe, son ambition et la pertinence de son projet d'entreprise.

Contrairement à beaucoup d'acteurs du web à l'époque, l'approche de Spartoo, centrée sur la satisfaction client et non pas exclusivement sur le prix, nous a semblé particulièrement judicieuse ; c'est d'ailleurs la raison de son succès.

Depuis notre premier investissement en novembre 2007, nous avons travaillé conjointement avec les dirigeants. Nous avons accompagné la société pour lui permettre de devenir la référence européenne de la vente de chaussures en ligne.

Ce partenariat illustre parfaitement la capacité de CM-CIC Capital Privé à accompagner et soutenir des entreprises innovantes à tous les stades de leur développement.



IMAGINEZ CE QUI POURRAIT NAÎTRE DE NOTRE RENCONTRE.

CM-CIC Capital Privé, filiale de CM-CIC Capital Finance, se positionne sur les métiers du Capital Risque et du Capital Développement en investissant dans des PME et des sociétés innovantes à potentiel de croissance, ayant démontré la pertinence de leur positionnement. Elle met son savoir-faire au service des dirigeants porteurs de projets à moyen terme et les accompagne dans le développement de leur société.

CM-CIC Capital Privé
28, avenue de l'Opéra
75002 PARIS
Tél. 01 42 66 79 59
www.cmcic-capitalprive.com
Contact : capitalprive@cmcic.fr



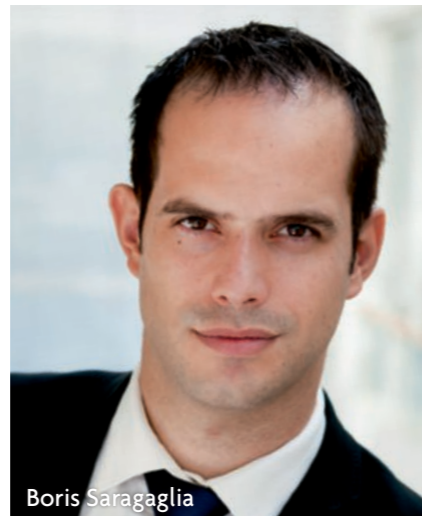
SPARTOO &
CM-CIC Capital Privé

1 rencontre hors pair



Globe Links - RCS Nantes B 328 330 717 - 120273 - 08/2012 - Crédits photos : Getty Images, Ilario Magali, Spartoo.

Reconnu par les spécialistes comme une référence du e-commerce « made in France », Spartoo est aujourd'hui le N°1 européen de la vente en ligne de chaussures, avec plus de 2 millions de paires livrées en 2011. Un succès fulgurant récompensé par le Schrodgers Award de la Start-Up européenne la plus innovante. Âgé aujourd'hui de 30 ans, Boris Saragaglia, créateur et dirigeant de Spartoo, revient sur les clés de cette réussite et partage avec nous ses ambitions.



Boris Saragaglia

Comment devient-on une pointure de la vente en ligne ?

Boris Saragaglia : J'ai toujours voulu créer ma propre entreprise. Alors que j'étais encore étudiant à HEC Entrepreneur, une analyse approfondie des entreprises américaines à croissance rapide m'a convaincu que la vente en ligne de chaussures offrait l'un des meilleurs potentiels, comme le démontrait le succès de Zappos. Avec 2 amis, sur la base d'un Business Model original et solide, nous avons à notre tour convaincu des investisseurs et levé 1,2 million d'euros. Spartoo, dont le nom est une référence aux sandales spartiates et au double O de Yahoo et de Google, est né en août 2006.

En quoi votre Business Model est-il si original ?

B.S. : En 2007, la plupart des sites de e-commerce bâtissaient leur succès sur le prix. Nous avons fait le pari du choix et du service. Nous proposons ainsi plus de 700 marques et 25 000 modèles que nous garantissons de livrer en 5 jours, ainsi que la possibilité pour nos clients de retourner gratuitement les modèles qui ne leur conviennent pas. Et nous y consacrons d'importants moyens. Sur nos 270 employés, 100 personnes sont en charge de la logistique et plus de 80 sont dédiées à la relation client. Selon l'adage « Promise less, deliver more* », nous arrivons généralement à livrer sous 48 heures. Pour le reste, nous pratiquons des prix boutiques, avec comme dans tous les magasins, des soldes, des opérations spéciales et des goodies offerts par les marques.

* Moins de promesses, plus d'action.

En plus de la qualité du service, vous vous distinguez également par la dimension internationale...

B.S. : C'est aujourd'hui ce qui fait la grande différence avec nos concurrents et c'était, dès la création, l'un de nos objectifs de développement. Nous sommes actuellement présents dans plus de 12 pays, avec deux plateformes logistiques en France et en Grande-Bretagne. Nous connaissons également une très forte croissance en Allemagne. Cette dimension internationale se retrouve chez nos collaborateurs (près de 20 nationalités) et dans notre actionariat. C'est très stimulant !

Quelles sont vos ambitions pour l'avenir ?

B.S. : Je souhaite aujourd'hui consolider notre réussite. Nous réalisons 100 millions de chiffre d'affaires par an. Bien entendu, je souhaite progresser, mais ma priorité, c'est de pérenniser l'entreprise. Nous avons par exemple décidé de rester concentrés sur la vente de chaussures et de quelques accessoires, et de ne pas nous diversifier à tout va.

Quelles sont vos relations avec CM-CIC Capital Privé ?

B.S. : Les équipes de CM-CIC Capital Privé ont cru en notre projet dès 2007 alors que nous n'avions réalisé « que » 300 000 € de CA en 2006. C'est très rare de trouver des investisseurs capables de faire confiance à de jeunes entrepreneurs. Et c'est justement cette capacité à savoir nous faire confiance que j'apprécie. Ils sont constants dans leur soutien, dans les temps forts comme dans les moments plus délicats. Ils ont été capables de nous suivre et de nous conseiller quand nous avons décidé d'élargir le tour de table à des investisseurs étrangers. Ils ont été très réactifs dans leurs analyses quand nous avons voulu saisir des opportunités de rachats pour nous développer.

+ de 15 M
de membres dans plus de 12 pays

+ de 1 M
de paires en stock

21
paires vendues
à la seconde

+ de 12 M
de visiteurs uniques par mois
en Europe

