

Comment Le Slip Français veut devenir "le leader numérique du sous-vêtement"

Le 26.10.2016 à 16h08

La société d'investissements Experienced Capital a annoncé mercredi son entrée au capital du fabricant de lingerie Le Slip Français, qui se veut un symbole du "Made in France", à hauteur de 36,5%, le dirigeant de la marque en restant le principal actionnaire.



La société d'investissements Experienced Capital a annoncé mercredi son entrée au capital du fabricant de lingerie Le Slip Français, qui se veut un symbole du "Made in France", à hauteur de 36,5%, le dirigeant de la marque en restant le principal actionnaire.

LE SLIP FRANÇAIS

La société d'investissements Experienced Capital a annoncé mercredi son entrée au capital du fabricant de lingerie Le Slip Français, qui se veut un symbole du "Made in France", à hauteur de 36,5%, le dirigeant de la marque en restant le principal actionnaire. "A l'issue de cette augmentation de capital, Guillaume Gibault, fondateur et dirigeant de la marque, reste le principal actionnaire de la société" tandis que "le fonds de capital-risque 360 Partners, actionnaire de la société depuis janvier 2015, et divers actionnaires minoritaires détiennent le solde de titres", précise Experienced Capital dans un communiqué.

Le Slip Français, fondé en septembre 2011 à Paris, vend des sous-vêtements (70% du chiffre d'affaires), maillots de bain et accessoires principalement pour hommes et tous fabriqués en France. "Pour l'instant, on est vraiment à 95% hommes. Cela fait d'ailleurs partie des priorités pour la suite de lancer la femme au printemps/été 2017. On veut proposer une vraie gamme femme sur la même catégorie de sous-vêtements, maillots de bain et accessoires", a indiqué Guillaume Gibault.

Les produits du groupe "sont principalement distribués à travers le site internet de la marque, qui représente aujourd'hui plus de 70% des ventes", auquel s'ajoute actuellement un réseau de trois magasins à Paris ainsi que des partenaires distributeurs.

"Lancer la marque à l'export"

Avec cette augmentation de capital, l'idée est "de faire rentrer Experienced Capital, qui est quelqu'un du métier de la mode" et d'utiliser les moyens fournis par ce dernier "pour pérenniser la structure et construire une équipe vraiment solide pour aller se déployer d'abord en France sur la fin de l'année 2016 et 2017 et puis ensuite mettre des moyens pour lancer la marque à l'export" à compter de fin 2017, a ajouté M. Gibault. "On va commencer par les pays dans lesquels on est déjà un peu implanté: Angleterre, Allemagne et Japon", a-t-il souligné.

Le Slip Français, qui "est en ligne" pour réaliser un chiffre d'affaires de 8 millions d'euros en 2016 (contre 3,6 millions en 2015), entend ainsi "devenir le leader numérique du sous-vêtement et du maillot de bain pour l'homme et la femme, en France puis en Europe".

"Le numérique est en effet porteur sur ce créneau, grâce à l'absence de nécessité d'essayage avant achat et donc un faible taux de retour, une fréquence d'achat élevée et des produits légers et compacts simplifiant la livraison", ajoute le groupe. Experienced Capital a été créé en janvier 2016 par Frédéric Biousse, Elie Kouby et Emmanuel Pradère, trois anciens fondateurs de SMCP (marques de prêt-à-porter Sandro, Maje, Claudie Pierlot), passé sous pavillon chinois.

Ce fonds, positionné sur le segment du "luxe abordable", a investi cette année dans la marque de vêtements Maison Standards et dans Balibaris (mode homme) et a racheté à EPI en mai 40% de Soeur, ligne de vêtements pour jeunes filles et femmes. Il a par ailleurs annoncé début septembre entrer en "négociations exclusives" avec le propriétaire de Weston et Bonpoint, EPI, pour acquérir 70% de la marque de chemises Alain Figaret.

(Avec AFP)