



Showroomprive.it



showroomprive.it



*Specialista nella vendita di moda online*

*Tra i principali player internazionali dell'e-commerce*

**Press Kit**



# Indice

## I. Showroomprive

1. Uno dei principali attori dell'e-commerce e delle vendite private
2. Il sito di Showroomprive
3. Punti di forza dell'esperienza di acquisto
4. Showroomprive in Italia
5. I partner di Showroomprive
6. Consegna Rapida in 72 ore
7. Showroomprive in 5 passi

## II. Storia di Showroomprive

1. Direzione e organizzazione
2. Accel Partners



# Chi siamo

Uno dei principali player **internazionali dell'e-commerce**, presente in 8 paesi europei, **vincitore di due Netcomm Award 2013** come **Miglior Sito di E-Commerce in Italia** e **Miglior Sito di Abbigliamento e Accessori**

Più di **16,2 milioni di iscritti** e **350 milioni di euro di fatturato** nel 2013. **In Italia 2 milioni di membri** e **33 milioni di fatturato** nel 2013 (+65% rispetto al 2012)

Presente in **Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Olanda, Belgio, Regno Unito e Polonia**

**1.500 brand di fascia alta italiani e internazionali** di moda, cosmetici, decorazione, tecnologia, sport, bellezza e arredo distribuiti con sconti dal 40% al 70%

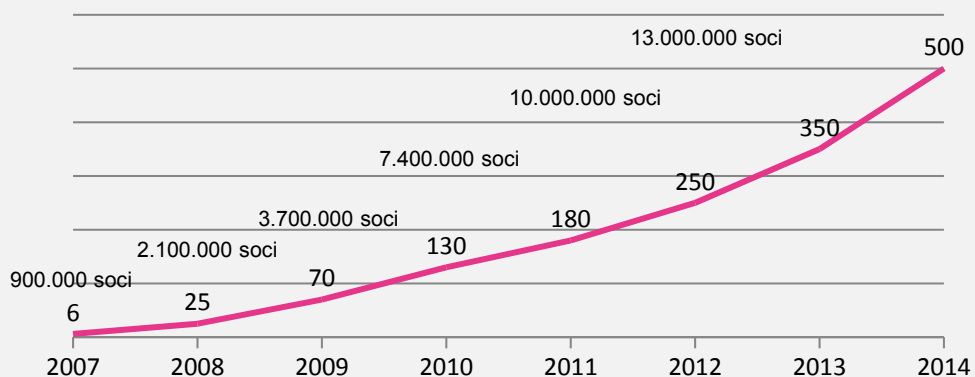
Sostenuta da **Accel Partners**, fondo di investimento leader nella tecnologia (investitori in Facebook, Spotify e Groupon)

**Team di 550 persone**  
90.000 m<sup>2</sup> di stoccaggio e 5 centri logistici

## I. SHOWROOMPRIVE.IT, un modello di business redditizio e duraturo

### 1. Tra i principali player dell'e-commerce a livello europeo

- **Più di 16,2 milioni di iscritti in Europa** e acquisti finalizzati per un totale di **350 milioni di euro** hanno trasformato Showroomprive in uno dei principali player nel commercio della moda online nel mondo.
- L'azienda, specializzata nella distribuzione di stock di marche di spicco del settore moda per donna, uomo e bambino con campagne scontate fino al 70%, ha visto due premi Netcomm Award come **Miglior Negozio Online 2013** e **Miglior Sito di eCommerce di Moda e Accessori 2013**.
- Showroomprive è presente in otto paesi europei: **Italia, Spagna, Francia, Regno Unito, Olanda, Belgio, Portogallo e Polonia**.
- Showroomprive è **cresciuta più del 600% in meno di sei anni dalla sua fondazione** e prevede di fatturare tra i **450 e i 500 milioni di euro nel 2014**.



## 2. Il sito di Showroomprive

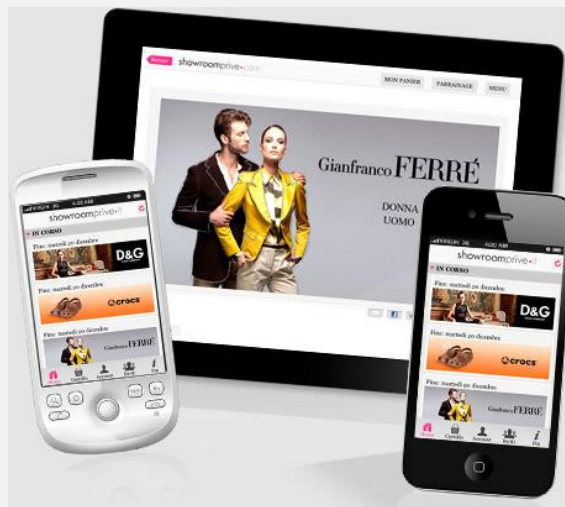
- **Esperienza:** il team di Showroomprive ha un'esperienza ventennale nel destoccaggio e di 13 anni nel commercio elettronico.

Showroomprive lavora con i marchi vendendo stock online in sette paesi a oltre 16,2 milioni di soci. Le campagne vengono organizzate all'interno di un contesto di massima visibilità di ogni brand per aumentare la brand awareness di quest'ultimi tra i consumatori.

- **Competitività:** Showroomprive, a differenza di altri club di vendite private, **lavora direttamente con le marche, senza intermediari.**
- **Piattaforma per la comunicazione internazionale:** le marche, attraverso la **piattaforma di comunicazione globale di Showroomprive**, hanno accesso ai **mercati esteri**, guadagnando così la possibilità di **internazionalizzare il proprio brand** con la vendita ai clienti appartenenti a diversi paesi.
- **Risorse interne:** la società realizza internamente circa il 95% dei processi, per avere sotto controllo la qualità di quest'ultimi, **puntando su un team interno con professionisti da diversi paesi.**
- **R & D:** **l'innovazione per lo sviluppo** di strategie e strumenti che rendono semplice ed efficace la logistica, migliorando l'esperienza di acquisto degli iscritti.

## La chiave del modello di business di Showroomprive: il mobile commerce

- Nel 2013, il 40% del fatturato globale di Showroomprive e il 50% del traffico proviene da dispositivi mobile
- Il pagamento per gli acquisti tramite le applicazioni di Showroomprive si potranno realizzare attraverso la piattaforma di pagamento sicuro Paypal e con le carte Visa, Mastercard e American Express



- Showroomprive dispone di un reparto specifico per lo sviluppo di campagne di vendita e di marketing via mobile. Questo team ha sviluppato **l'applicazione per iPad, iPhone e Android** e l'ottimizzazione del sito web per dispositivi mobile.

### 3. L'esperienza di acquisto in Showroomprive

- 1. Servizio clienti impeccabile:** il servizio clienti di Showroomprive replica il tradizionale modello francese per la qualità e la rapidità di risposta alle necessità del cliente.
- 2. Trasparenza e monitoraggio nel processo d'ordine:** controllo completo nel processo di ordine, acquisto, invio e ricezione da parte dei clienti.
- 3. Sicurezza nei pagamenti:** i clienti effettuano i loro acquisti collegandosi direttamente alla propria banca, il che significa che Showroomprive non accede o memorizza alcun tipo di dato bancario. Inoltre, Showroomprive offre la possibilità di pagare l'acquisto tramite il servizio di pagamento internazionale Paypal.
- 4. Grandi sconti:** Tutti i prodotti di Showroomprive.it hanno uno sconto minimo del 30%, che può arrivare fino al 70% sul prezzo iniziale di vendita.
- 5. Diritto di reso garantito:** rimborso automatico
- 6. Navigazione veloce,** alta usabilità del sito, design e struttura logica.

## 4. Showroomprive in Italia

- **Showroomprive lancia la versione italiana del proprio sito di e-commerce nel giugno 2011**, con l'obiettivo principale di diventare un punto di riferimento del commercio online italiano. Il fatturato dell'impresa per il 2013, nel mercato italiano, ha raggiunto **33 milioni di euro**. Attualmente in Italia conta più di **2 milioni** di iscritti.
- Il lancio del sito in italiano si inserisce nella strategia di **espansione globale dell'azienda**: dalla Francia alla Spagna, dalla Gran Bretagna all'Italia fino al Portogallo, l'Olanda, il Belgio e la Polonia. Prossimamente verrà lanciato anche in altri paesi europei come Repubblica Ceca e i paesi scandinavi.
- Nel 2013 **Showroomprive** viene insignito del **primo premio**, categoria assoluta, al Netcomm eCommerce Award **2013**, come **miglior sito di e-commerce italiano**. Nella stessa edizione si aggiudica anche il **premio come miglior sito della categoria Abbigliamento e Accessori**.



## 5. I partner di Showroomprive.it

- Showroomprive.it ogni anno mette a disposizione dei suoi iscritti **più di 1.500 brand famosi a livello italiano e internazionale:**
  - Moda e accessori
  - Cosmesi, trucchi e profumi
  - Elettrodomestici, mobili e prodotti per la casa
  - Abbigliamento sportivo
  - Hi-tech
- **Marche da boutique:** brand di alta moda come Les Petites, Maxim's chocolats, Moschino, Balenciaga, Kenzo, disponibili sulle vie più famose dello shopping come via Montenapoleone a Milano, la 5° Avenue di New York o Les Champs Élysées di Parigi.
- **Marche internazionali:** brand internazionali famosi anche in Italia, come Diesel, Calvin Klein, Kodak, D&G, Miss Sixty, Adidas, Reebok, Timberland, Speedo, American Retro, Le Coq Sportif, Etam, Crocs, Triumph, Nike, Playtex, Wonderbra, Asics, BlackBerry, Asus, Cacharel, Pierre Cardin, Rochas, ecc.

## 6. Consegna rapida in 72 ore

- **Showroomprive.it è il primo e unico club on-line di vendite private in grado di consegnare i prodotti in tutti i mercati in cui opera entro 72 ore dalla finalizzazione dell'ordine da parte dei membri, grazie all'implementazione di un sistema di stoccaggio e di logistica unico in Europa.**
- Il nuovo sistema logistico di Showroomprive permette infatti di consegnare con successo gli ordini in Spagna, Italia, Portogallo, Regno Unit, Belgio e Olanda in 72 ore, in Francia in 24 ore.
- Per aumentare la propria capacità distributiva, Showroomprive ha un nuovo centro operativo di 35.000 m2 suddiviso su 4 piani, situato a 150 km da Parigi e con accesso strategico alle principali vie di comunicazione.
- Con una capacità di spedire **90.000 ordini al giorno**, questa nuova base logistica impiega **più di 140 lavoratori**.



## Consegna rapida in 72 ore

### Le fasi del nuovo sistema logistico di Showroomprive

**1. Arrivo della merce** - I prodotti inviati da ogni brand vengono raccolti nel centro operativo di Fosses. Qui vengono confezionati in grandi casse a seconda del tipo di oggetto e di qualità. Queste casse vengono inviate al nuovo centro operativo Showroomprive a Saran.

**2. Arrivo dei prodotti al nuovo centro logistico di Saran** - Lo stesso giorno dell'arrivo al centro, i prodotti vengono confezionati singolarmente e manualmente in un sacchetto trasparente, preservando le loro etichette originali.

- In seguito ogni prodotto viene conservato in un contenitore in base alla sua marca, modello, taglia e colore. A ciascun contenitore viene assegnato un codice specifico.

- I prodotti vengono poi inviati a diversi scomparti dove vengono memorizzati sulla base della sua marca, modello, taglia e colore. Ogni scatola ha anche un codice specifico. In totale, la centrale operativa ha la capacità di 500.000 scatole.

## Consegna rapida in 72 ore

3. Preparazione dell'ordine - L'operatore riceve una scheda con adesivi corrispondenti ai prodotti che devono inviare per la finalizzazione di ogni ordine.
  - Ogni prodotto viene introdotto in uno dei sei nastri trasportatori, di colori diversi. Ogni colore identifica la destinazione dei prodotti.
  - I prodotti vengono inviati al reparto di raccolta, dove sono raggruppati per modulo d'ordine e preparati per il trasporto fino alla destinazione.
  - Tutti i pacchetti già etichettati e pronti per la spedizione sono stati introdotti in scatole di grandi dimensioni, suddivise per nazione di destinazione.
  - In precedenza, la preparazione di queste grandi scatole passava attraverso la società di trasporti esterna, che effettuava questo lavoro presso il suo centro di stoccaggio. Centralizzando tutto il processo di spedizione, Showroomprive riesce a ottimizzare e a risparmiare tempo e costi.

## 7. Showroomprive in 5 passi

**1.** Migliaia di nuovi prodotti arrivano giornalmente in ognuno dei 5 magazzini di Showroomprive a Parigi.



**2.** I prodotti vengono catalogati in funzione della marca, della taglia e della stagione.



**3.** I nostri fotografi organizzano gli shooting, collaborando con le migliori agenzie di modelle e modelli di Parigi. Ogni mese vengono selezionati circa 80 modelli per la realizzazione degli scatti in più di 5 studi fotografici.

**4.** I prodotti selezionati per la vendita della settimana vengono inseriti nel sistema: a questo punto viene preparata la newsletter di Showroomprive che informerà gli oltre 13 milioni di membri riguardo le novità in vendita.



**5.** L'utente riceve la newsletter e può procedere con l'acquisto online, con la garanzia che il suo ordine sarà recapitato direttamente a casa sua dopo tre settimane.

## II. STORIA DI SHOWROOMPRIVE

### Thierry Petit e David Dayan, Imprenditori e Soci Fondatori



Thierry Petit ha quindici anni di esperienza nel settore del web. Ingegnere delle Telecomunicazioni, sin dall'inizio la sua attività professionale è stata collegata allo sviluppo tecnologico e all'e-commerce.

Thierry Petit è stato Direttore dei Progetti e Direttore in agenzie interattive (Planète interactive/ Brainsoft) prima di creare la sua prima società nel 2000: Toboo.com.

Toboo.com è uno dei primi siti nei quali è possibile comparare i prezzi dei prodotti, acquisito dal gruppo Tiscali e poi da Alice. Fino al 2002, Thierry Petit mantiene il ruolo di direttore di E-commerce dell'azienda.

Nel 2006 Thierry Petit incontra David Dayan, e insieme decidono di scommettere su un modello di business ancora agli albori in quel momento: gli sconti per lo shopping online.

David Dayan è un imprenditore di vendita al dettaglio, con un'esperienza di oltre 20 anni nella distribuzione dello stock delle migliori marche a prezzi scontati. Prima di lanciare Showroomprive, Dayan aveva aperto il proprio negozio al dettaglio «Showroom30», una superficie di vendita di 1.000 metri quadrati nel cuore di Parigi. «Showroom30» mette a disposizione dei propri clienti articoli di alta moda, accessori, abbigliamento sportivo e tecnologia con alti sconti, risultato di accordi presi da Dayan con i brand. L'esperienza nel campo della distribuzione di Dayan e dei suoi contatti con i responsabili delle vendite dei vari brand sono un elemento chiave nel successo di Showroomprive .

## Virginia Hernández, International PR Manager & Business Development

Virginia si è specializzata in relazioni pubbliche nel mondo dell'ecommerce e social network con una specifica competenza nella comunicazione corporate. È PR Manager di Showroomprive a livello internazionale dal 2012 e ha seguito in prima persona il lancio della società sul mercato spagnolo nel 2010. Oltre alla comunicazione presidia le iniziative di business development e partnership internazionali per Italia, Spagna e Portogallo, definendo e gestendo la realizzazione di campagne e contest internazionali.

Prima di entrare in Showroomprive, Virginia ha lavorato come PR nell'agenzia di Comunicazione RR.PP "Marco de Comunicación", gestendo campagne B2C e B2B per clienti di diverse tipologie (turismo, istituti bancari, media e televisione) e in precedenza ha operato presso l'Agenzia di Marketing "Influencia 360°". Inoltre, ha svolto l'attività di Community Manager per alcuni brand noti nel beauty e nella moda.

Virginia Hernández, 26 anni, è nata a Madrid, è laureata in "Publicidad y RR.PP" all'Università "Rey Juan Carlos de Madrid" e ha sviluppato parte del suo percorso di studi presso l'Università Tor Vergata di Roma. Ha conseguito anche un Titolo Superiore in Marketing Online (ICEMD).



## Marianne Brucy, Head of International & Business Development

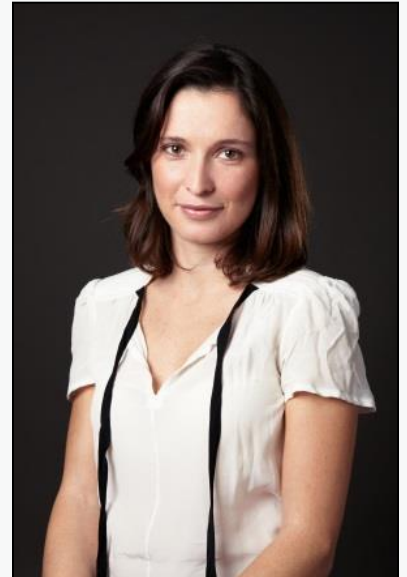
Marianne Brucy si è specializzata nelle strategie di sviluppo del business su Internet, sfruttandone il potenziale sia per le attività di SEO e nei programmi di marketing e affiliazione, sia come canale di distribuzione, utilizzando il canale online aziendale e i distributori più qualificati.

Dal marzo 2011 Marianne ha assunto l'incarico di responsabile dello sviluppo del business internazionale di Showroomprive.com, con l'obiettivo di ideare e attuare le strategie che consentono all'azienda di crescere, individuando i diversi partner strategici nei singoli mercati e siglando accordi e partnership.

Marianne presidia l'analisi delle potenzialità di sviluppo e le specificità dei singoli mercati europei, predispone i piani industriali per entrare in nuovi mercati e ne prepara l'apertura e lancio.

Prima di entrare in Showroomprive ha lavorato come consulente senior a Parigi presso la società di consulenza Mars & Company, lavorando direttamente con i team di gestione dei clienti. Precedentemente, è stata a Londra come Senior Associate presso Moodys nell'area Financial Services.

Marianne Brucy ha conseguito una laurea in Scienze Politiche a Parigi e un Master in Finanza e Strategie.





## Partners: ACCEL Partners

Accel Partners, primo fondo di investimento nel settore delle nuove tecnologie ed internet, investe 37 milioni di euro in Showroomprive nel 2010. Accel Partners, per più di 25 anni si è dedicato a supportare e potenziare imprese e imprenditori che possiedono “abilità speciali per ideare e creare nuovi modelli di commercio di successo”.

Il fondo di investimento condivide la passione delle imprese e degli imprenditori che “generano idee uniche”, così come l’ambizione ad essere i primi. La leadership delle compagnie supportate da Accel Partners ha portato, in molti casi, alla “trasformazione del settore industriale al quale appartenevano e, in altre occasioni, alla creazione di un settore completamente nuovo”.

Il fondo di investimento Accel Partners ha appoggiato molte imprese che hanno implicato una rivoluzione per il settore delle nuove tecnologie ed internet, e allo stesso tempo per i cittadini, **come Facebook, Groupon o Spotify.**

**CONTATTI**

**Showroomprive**

Virginia Hernández  
virginia.hernandez@showroomprive.com

Marta Panera  
marta.panera@showroomprive.com

**Mirandola Comunicazione**

www.mirandola.net  
showroomprive@mirandola.net  
0524 574708