



Paul Guérin, Directeur groupe du paiement, de la trésorerie et de la gestion de la fraude de Veepee

Pourriez-vous nous rappeler l'activité de Veepee ?

Paul Guérin : Créée par Jacques-Antoine en 2001, vente-privee a bousculé les codes de la consommation en créant le concept des ventes événementielles sur Internet : des produits de marques vendus en quantité limitée, pour une durée limitée dans le temps (entre 3 et 5 jours), proposés avec une forte décote et mis en scène de façon qualitative. En 2019, fort de sa stratégie de développement européen initiée en 2006, vente-privee change de nom et devient Veepee, une marque globale présente dans 10 pays (9 en Europe et 1 au Brésil).

Nous avons été les premiers à proposer ce type de solution, initialement très ciblée sur la mode, puis nous avons fortement étendu notre offre : prêt-à-porter pour hommes, femmes et enfants, accessoires, beauté, produits de grande consommation, décoration, etc.

Il y a plus de 4 à 5 ans, nous avons également ouvert deux marketplaces : notre Brandsplace, qui est notre vitrine vis-à-vis de nos marques partenaires car nous leur offrons un espace où elles peuvent vendre leurs collections actuelles mais aussi passées avec une forte décote. Cela nous permet d'enrichir l'offre, car le cœur de métier de Veepee réside dans les offres flash d'une durée de vie de 4 à 5 jours, avec un stock limité, ce qui signifie que chaque jour, nous renouvelons les offres. Nous avons également une marketplace pour les voyages, proposant des activités expérientielles, de loisirs, hôtelières, etc.

Nous comptons 5000 collaborateurs, avec une forte activité logistique, notamment beaucoup d'acheteurs qui gèrent les stocks auprès des 7000 marques partenaires présentes à la fois sur

les ventes flash, la Brandsplace et également sur l'activité média que nous proposons pour mettre en avant nos partenaires sur le site.

A quels enjeux étiez-vous confrontés ?

Paul Guérin : Les défis rencontrés sont principalement d'ordre logistique en raison de la nature de notre activité. Travailler avec de nombreux partenaires exige une grande agilité. Étant actifs dans un secteur de niche, nous sommes parfois considérés par nos marques partenaires comme de simples déstockeurs, avec des délais de paiement très courts. Il n'est pas rare de recevoir des demandes de prépaiement à la livraison ou dans les huit jours suivant celle-ci, ce qui représente un délai très court. Dans le contexte actuel, marqué par une hausse des taux et une concentration sectorielle à 60% dans le domaine de la mode, nous sommes conscients des difficultés auxquelles peuvent être confrontées certaines marques. Elles ont été particulièrement touchées par la période de crise sanitaire liée au Covid-19.

Ainsi, face à cette situation nous avons cherché à soutenir au mieux nos partenaires en les payant le plus rapidement possible sachant qu'ils étaient confrontés à des difficultés financières. Notre objectif était d'établir un partenariat à long terme pour prévenir les impacts sur le secteur et sur notre activité. A la sortie du COVID, nous avons accordé des conditions spéciales à certaines de nos marques partenaires, ainsi la difficulté a été de revenir à des conditions de paiements avec des délais plus larges. C'est pourquoi la solution TRESO2 nous a semblé adaptée à notre situation pour accompagner au mieux nos marques.

En quoi la plateforme TRESO2 répond-elle à ses enjeux ?

Paul Guérin : Nous sommes fiers de pouvoir offrir à nos marques partenaires une solution d'accompagnement, même si elles disposent de leurs propres lignes de crédit externes. Cette approche nous permet de créer un environnement où nos partenaires bénéficient indirectement de conditions financières avantageuses, les aidant ainsi à prospérer dans un marché compétitif. Avec TRESO2, nous établissons une relation de partenariat win-win : nous profitons de délais de paiement prolongés, ce qui optimise notre trésorerie et notre gestion financière, tandis que nos partenaires bénéficient du paiement anticipé avec des conditions financières qu'ils n'auraient pas pu obtenir seuls sur le marché.

Cette solution a été sélectionnée pour plusieurs raisons stratégiques. Tout d'abord, son interface « user-friendly » facilite son utilisation pour nos équipes et celles de nos partenaires. De plus, elle est entièrement conforme à nos conditions RGDP, car aucune information personnelle n'est gérée par nos soins. En effet, c'est directement la marque qui transmet de manière sécurisée les données à Pytheas Capital via la plateforme TRESO2, ce qui garantit la confidentialité des informations.

Enfin, la solution s'intègre parfaitement à notre infrastructure existante, notamment à notre système SAP, ce qui nous permet de gérer de manière semi-automatique les flux d'informations financières. Cette intégration fluide améliore notre efficacité opérationnelle et réduit les risques d'erreurs ou de pertes de données. En adoptant TRESO2, nous renforçons notre engagement envers nos partenaires en leur offrant une solution transparente, sécurisée et efficace pour optimiser leur gestion financière.