



Boutique Sessùn. Avec qui a griffé (parmi nous) beaucoup en propre. Experienced Capital a pour ambition de franchir la barre des 100 unités à l'horizon 2022.

Sessùn rejoint l'écurie de luxe accessible d'Experienced Capital

■ **Le fonds d'investissement rachète 43% du capital de la griffe de prêt-à-porter féminin.**

EXPERIENCED CAPITAL ajoute du carburant dans le moteur de Sessùn. Son objectif est de lui permettre de voler encore plus haut et de devenir un acteur majeur du luxe accessible. Grâce à l'entrée dans son capital, à hauteur de 43%, du fonds d'investissement de Frédéric Bloussé, Elié Kouby et Emmanuel Pradère, la marque de prêt-à-porter féminin créée par Emma François en 1995 a l'ambition de quintupler son chiffre d'affaires d'ici quatre à six ans. Emmanuel Pradère, le directeur général d'Experienced Capital, table sur un chiffre d'affaires compris entre 70 et 100 millions d'€ à l'horizon 2022. En 2016, les ventes de vêtements et d'accessoires de la marque avaient généré un chiffre d'affaires de 20 millions d'€ et l'excédent brut d'exploitation tournait autour des deux millions d'€. «*Nous estimons son potentiel de développement immense, en France, en Europe puis dans le monde, en Asie en particulier, où les femmes aiment déjà beaucoup la marque*», déclare le dirigeant.

L'intelligence et le pragmatisme de la créatrice, qui avait lancé à moins de 25 ans son projet de créer des vêtements beaux, faciles à porter et à vivre, au prix le plus juste, pour ses amies et toutes les femmes actives comme elle, ont convaincu le fonds de l'aider à accélérer son développement. «*Ce qui nous séduit surtout, sur ce créneau du luxe accessible, c'est sa capacité, par son style très personnel, simple et épuré, à pratiquer des prix inférieurs de 20 à 30 % par rapport à ses principaux concurrents*». Experienced Capital les connaît bien : le fonds a été créé par les artisans du phénoménal succès de *Maje* et de *Sandro*, rassemblées ensuite, avec *Claudie Pierlot*, au sein du groupe *Smpc*. Ils voient en Sessùn le digne successeur de ces marques phares.

Passée du créneau de la mode urbaine à celui de la mode créative, Sessùn peut aujourd'hui se féliciter d'avoir fidélisé quelque 800 clients multimarques à travers le monde. Les ventes des deux collections annuelles, des précollections (et de la gam-

me mariage ainsi que de quelques objets lifestyle) composent 70% du chiffre d'affaires. Le reste provient de l'activité des neuf boutiques en propre, à Paris (3ème, 6ème et 11ème arrondissements), Marseille, Bordeaux, Toulouse, Aix-en-Provence et Avignon, auxquelles s'ajoutent un site Internet et deux points de vente monomarkes en Belgique et en Allemagne, ouverts et gérés par des partenaires locaux. «*La proportion devrait s'inverser d'ici quatre ans*», promet Emmanuel Pradère. Il envisage de dépasser la barre des 100 points de vente à l'enseigne, dont 40 boutiques en propre ainsi que des concessions en grands magasins. «*Nous sommes pragmatiques et ouvrirons en propre là où il le faut et étudierons toutes les formes de partenariats, plus probablement des commissions-affiliations, peut-être des franchises, si le cas se présente*».

Chez Experienced Capital, Sessùn rejoint un portefeuille ambitieux de marques dédiées au retail sur le segment du luxe abordable. A terme, le fonds espère soutenir le développement d'une dizaine de créateur-fondateurs qui incarnent leur marque. C'est le cas d'Emma François, dont l'entreprise, basée à Marseille, constitue sa septième prise de participation.

Elle succède à *Balibaris*, *Soeur*, *Maison Standards*, *Le Slip François*, *Figaret* et *Jimmy Fairly* qui ont progressivement intégré la structure d'investissement et de conseils, qui dispose de 78 millions d'€ de fonds, depuis janvier 2016.

ISABELLE MANZONI ●



Emma François, la fondatrice de Sessùn. Chez Experienced Capital, la griffe rejoint un portefeuille de marques de luxe abordable, de *Balibaris* à *Soeur* en passant par *Maison Standards* ou *Figaret*.