

Tendance

Vente privée : le nouveau rendez-vous shopping



Une autre annonçant une vente privée.



Une invitation pour une vente privée.

Photo : LLIM

Photo : LLIM

LLIM
Libreville/Gabon

Faire ses courses selon un calendrier bien défini, connaître à l'avance le type d'articles que l'on va trouver, acheter dans un espace restreint, faire des prévisions sur ses dépenses. C'est ainsi que se présente le nouveau mode d'achat et de vente en vogue dans plusieurs sociétés dont le Gabon. Les ventes privées tendent à s'implanter progressivement et ce, depuis leur introduction en 2011, en France. Aujourd'hui, on peut faire ses courses sur le site internet.

"DEPUIS bientôt une semaine, nous recevons des invitations pour participer à une vente privée. Loin d'en connaître les contours exacts, l'organisatrice fait suivre des offres plutôt alléchantes : un cadeau offert aux dix premières personnes arrivées sur le lieu de la vente, un cocktail à l'honneur de toutes les clientes, des articles à des prix plutôt abordables, de quoi se laisser tenter un peu", lâche Marielle rencontrée lors d'une vente privée, au quartier Louis.

Arrivés sur les lieux de la vente nous nous dirigeons vers l'organisatrice, afin qu'elle nous éclaire sur le concept et surtout qu'elle nous mette dans le bain de l'événement : "une vente privée s'organise dans un lieu privé et précis sur invitation. Elle a pour but de permettre la rencontre entre le client et le fournisseur. Chacun organise selon son budget et surtout, en fonction du nombre de personnes espérées. Le plus important est de trouver un lieu agréable et convivial au client. Surtout jouer sur une mise en place attrayante. Il ne



Photo : LLIM

Johanna Vanessa organise des ventes privées depuis plusieurs années.

s'agit pas de réserver des produits à l'avance. Mais de permettre à chacun de trouver son compte. Tout en gardant à l'esprit que les premiers arrivés sont les mieux servis", explique Johanna Vanessa, la responsable de Golden fashion, un espace de vente en ligne faisant dans les ventes privées. Corine Estelle, propriétaire d'un autre site de vente en ligne affirme, en prenant exemple sur elle-même que : "les ventes privées telles qu'elles sont pratiquées actuellement sont un moyen pour ceux qui ne possèdent pas de magasins physiques, de procéder à la liquidation de leurs marchandises souvent gardées en dépôt".

Ce mode de vente est souvent utilisé dans les prêts-à-porter pour déstocker les anciennes collections. Il présente l'avantage



Photo : LLIM

Des clientes opérant leurs choix.



Photo : LLIM

Des chaussures exposées lors d'une vente privée.

pour les marques de permettre un écoulement rapide et plutôt discret de ses produits qui ne dévalorisent pas son image et qui ne soient pas une concurrence à son réseau de distribution classique. Il a pour principe, le shopping en ligne qui propose de la mode à des prix accessibles, des accessoires, des vêtements, des montres, mais aussi des appareils électroniques. Pour y avoir accès, on s'inscrit gratuitement sur la page du site de vente en ligne pour devenir membre et ainsi avoir accès aux articles à prix réduits. Ainsi, avant le début de chaque vente, les membres reçoivent des invitations par mail et peuvent ensuite acheter des vêtements design et d'autres bonnes affaires pendant la durée des ventes qui durent généralement de 3 à 5 jours.

HISTOIRE* Voila que le décor est planté, essayons tout de même d'en savoir plus, cette fois-ci, en interrogeant le web. "Une vente privée est un mode de vente au consommateur caractérisée par une durée limitée, des prix réduits, un accès limité à quelques initiés (origine du qualificatif privé)", selon un confrère en ligne. Ainsi, de façon historique, le concept des ventes privées physiques a été adapté au web en 2001, en France. Il est au départ une histoire d'hommes car, créé par Jacques-Antoine Granjon et ses sept associés. Elle est aujourd'hui, en France, le leader de la vente événementielle de grandes marques sur internet.

Tout part de 1985, la "Vente-privée" est l'aboutissement d'une solide collaboration entre deux étudiants à l'EBS animés par la même flamme entrepreneuriale. Ils lancent leur entreprise de déstockage de gros, dès cette année.

Une aventure ambitieuse très vite rejointe par Ilan Benhaïm, Michaël Eléonore Sabates, Xavier Court, Claude Sorbac et Philippe Naggar. Ensemble, ils explorent des voies de développement qui leur permettent de capitaliser sur leurs expertises et savoir-faire la relation avec les marques. L'idée est de se démarquer du modèle de solderie traditionnelle par un partenariat unique de marques. Heureusement pour eux, ça marche et il ne tarde pas à faire des adeptes. Avec le boom des réseaux sociaux, la tendance se développe rapidement et fait de plus en plus de heureux, aussi bien du côté des vendeurs, que des acheteurs.