

Jimmy Fairly veut rabattre les codes de l'optique et ouvre son capital à un fonds d'investissement



Jimmy Fairly entend bousculer les grandes chaînes d'optique. L'enseigne française de lunettes prépare son développement en ouvrant son capital à la société d'investissement Experienced Capital Partners. Cette dernière vient d'entrer à hauteur de 43%. Toutefois, la majorité du capital demeure entre les mains des fondateurs et dirigeants de la marque, Antonin Chartier et Sacha Bostoni.

A l'issue de cette opération, la participation détenue par le fonds d'investissement Odysée Venture a été rachetée. "Jimmy Fairly, qui va doubler de taille cette année, a le potentiel pour atteindre 50 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici 3 à 4 ans", affirme Emmanuel Pradère, directeur général du fonds Experienced Capital, auprès du Figaro.

En 2012, Jimmy Fairly a ouvert son premier magasin dans le 4^e arrondissement de Paris et le parc compte actuellement 9 points de vente, à Paris, Lyon, Toulouse, Lille, Bordeaux et Rennes, auxquels s'ajoute un site Internet. Ce réseau a généré en 2016 un chiffre d'affaires supérieur à 6 millions d'euros.

Côté prix, les magasins d'une superficie de 35m² proposent des équipements à 99 et 149 euros, "soit deux fois moins cher que le marché", selon la marque. Comment ? En limitant les intermédiaires pour préserver la rentabilité. Ainsi, l'enseigne dessine et vend ses propres collections. « Jimmy Fairly est une superbe marque de lunettes qui a su s'inspirer des succès des marques de mode sur le segment du luxe abordable, allant jusqu'à une collaboration avec la marque Zeiss sur certains de leurs verres optiques », fait savoir Frédéric Biousse, dirigeant Experienced Capital.

Le fonds d'investissement créé en janvier 2016 par Frédéric Biousse, Elie Kouby et Emmanuel Pradère, investit pour la première fois en dehors du textile. Il détient déjà une participation dans Balibaris, Sœur, Maison Standards, Le Slip Français et Figaret. L'entreprise, qui dispose de 78 millions d'euros de fonds, est dédiée au retail, sur le segment du luxe abordable, et ambitionne d'avoir un portefeuille d'une dizaine de marques, qu'elle accompagnera dans leur développement.