

Jimmy Fairly triple son parc de magasins en 2019

Par [Tanissia Issad](#) - 31 juillet 2019

C'est en 2011 qu'Antonin Chartier et Sacha Bostoni posent les premières pierres de leur entreprise, Jimmy Fairly. Les deux jeunes hommes imaginent un lunetier sans intermédiaire, accessible à tous, avec des modèles de solaires et d'optique à 99 euros, verres inclus. D'abord vendue sur Internet, la marque française ouvre son premier point de vente à Paris en 2012. Sept ans plus tard, elle en possède 43, dont 20 ouverts depuis le 1er janvier 2019, et s'appête à en inaugurer 20 supplémentaires d'ici à la fin de l'année.





Les solaires représentent en moyenne 60 % des collections - Jimmy Fairly

« En 2019, nous avons décidé d'ajouter 40 magasins aux 20 déjà existants, en France, Royaume-Uni et Allemagne », explique Antonin Chartier. Sur des surfaces de 18 à 60 mètres carrés, installées à Paris (pour 20 d'entre elles), Biarritz, Angers, Toulouse ou encore Annecy, mais aussi Düsseldorf et Londres. « Le Royaume-Uni est un pays qui adore la mode et rayonne mondialement. Quant à l'Allemagne, c'est un grand marché pour l'optique, où les lunettes ne sont pas remboursées, donc une offre avec des prix accessibles pouvait être bien accueillie » poursuit l'entrepreneur.

Tant et si bien que la marque ouvrira des shops-in-shop dans trois KaDeWe en septembre, à Munich, Berlin et Hambourg. Un effort d'expansion à l'international qui devrait être poursuivi en Belgique, en Suisse et en Corée du Sud en 2020, avant de s'attaquer à l'Italie ou encore à l'Espagne. En attendant, 80 % du chiffre d'affaires est réalisé sur le sol français, où Jimmy Fairly vient d'investir 1 million d'euros pour installer son nouvel atelier à Goussainville, dans le Val-d'Oise. C'est ici que les modèles de lunettes sont adaptés à la vue des clients. Grâce à des améliorations logistiques et informatiques, les produits devraient bientôt pouvoir être livrés aux clients 24 à 48 heures après leur achat.

□

L'une des nouvelles boutiques Jimmy Fairly, installée dans le VI^{ème} arrondissement de Paris. - Jimmy Fairly

Pour renouveler fréquemment l'offre de Jimmy Fairly, chaque mois, une collection de quinze nouveaux modèles est mise en vente, composée à 60 % par des solaires. Et récemment, la griffe a introduit une nouvelle ligne, nommée Edition. Plus chère que le reste de l'offre (179 euros verres inclus), elle est composée de matières plus durables qu'auparavant, avec notamment l'utilisation d'acétate dit écologique (sans pétrole) et de dorures ioniques, dix fois moins consommatrices d'eau que les autres.

Animée par l'envie d'aller plus loin en termes d'écoresponsabilité, la marque a décidé de supprimer les packagings en carton et en plastique tout en essayant de limiter au maximum l'utilisation de plastique à usage unique. Pour y parvenir, l'entreprise, dont le fonds Experienced Capital détient 43 % du capital depuis 2017, a décidé de troquer tous emballages de protection contre des sachets en fécule de pommes de terre. Une démarche cohérente avec l'engagement sociétal qu'a adopté la marque depuis ses débuts puisqu'à chaque paire achetée chez Jimmy Fairly, un modèle de lunettes loupes (avec une correction préétablie) est donné à une personne dans le besoin via l'association Restoring Vision.

Par [Tanissia Issad](#)

*Tous droits de reproduction et de représentation réservés.
© 2020 FashionNetwork.com*