

Le Point

Jimmy Fairly, des lunettes stylées et généreuses



PAR MARINE DE LA HORIE

Publié le 29/08/2017 à 10:20 | LePoint.fr

Jimmy Fairly est une jeune griffe de lunettes qui, en plus d'imaginer des montures trendy, offre pour chaque paire vendue une paire aux plus démunis.

Quand Antonin Chartier et Sacha Bostoni, deux jeunes entrepreneurs français, décident de créer leur marque de lunettes mode et bon marché, ils ont aussi l'idée de penser aux autres et lancent un label social avec un supplément d'âme.

En s'affranchissant des intermédiaires qui ont tendance à plomber la facture de chaque paire, Jimmy Fairly propose ainsi des lunettes de soleil ou de vue à partir de 99 euros, verres compris. Chaque monture est fabriquée en Italie, et dès qu'une paire est vendue, ils s'engagent à donner une paire de lunettes de vue neuve à une personne dans le besoin, avec l'aide d'associations partenaires. De plus, les clients qui le souhaitent peuvent également donner leurs anciennes montures pour qu'elles soient aussi redistribuées. Bien vu, le business model qui a du sens et qui joue aussi la carte de l'altruisme et de la bienveillance !

La vue ne devrait pas être un luxe

Ce concept de « Buy one, give one » est une aubaine quand on sait que 733 millions de personnes vivent avec des problèmes de vue dans le monde. Avoir une vue correcte augmente immédiatement la qualité et le niveau de vie, et donne notamment accès à l'éducation, au travail et aux loisirs.

« D'après une étude de l'OMS, avoir accès à la vue augmente les revenus de 20 % », souligne Antonin Chartier, cofondateur de Jimmy Fairly. D'autant que ce



geste n'a aucune incidence sur le prix auquel vous allez payer vos lunettes, car les marges sont réduites au maximum. En

effet, Jimmy Fairly absorbe le coût du don sur sa marge. La griffe s'affranchit notamment des intermédiaires en faisant dessiner, produire et distribuer ses montures en interne pour limiter les coûts.



Jimmy Fairly est née du constat que l'industrie de l'optique était autrefois contrôlée par une poignée de multinationales et d'intermédiaires qui maintenaient des prix anormalement élevés. En dessinant et en fabriquant eux-mêmes leurs montures, ils restent indépendants et peuvent court-circuiter le système traditionnel. Résultat : des lunettes fabriquées en Italie et en France à des prix d'ami. Les collections sont

disponibles exclusivement sur www.jimmyfairly.com et dans les Jimmy Fairly Stores, au prix de 99 euros verres à votre vue inclus. « En tant qu'entrepreneurs, nous pensons qu'il est possible d'impacter positivement le monde qui nous entoure, expliquent les fondateurs. Nous avons fondé Jimmy Fairly sur une idée forte : proposer une collection de lunettes haut de gamme à un prix révolutionnaire et avec un impact social positif. »



« Le constat est que les lunettes sont trop chères, mais tout le monde l'abordait par le prisme du prix. Plutôt que de faire des lunettes en Asie à 10 euros, autant créer une marque accessible avec de la qualité et une vision bienveillante. D'où le "Buy one, give one", précise Antonin Chartier. Ce jeune homme a fait des études de psychologie et a fondé sa griffe à 23 ans. Cet ancien champion de volley-ball a une approche différente de ce que l'on apprend dans les écoles de commerce et a choisi de se concentrer autant sur l'humain que sur le business model.

La start-up a déjà levé des fonds plusieurs fois. Ce qui lui a permis de se développer et d'ouvrir des boutiques. La griffe en compte déjà quatorze. La dernière en date est implantée au Bon Marché, où la griffe propose aussi un service de lunettes personnalisables. Il est possible de choisir la couleur de la monture, des branches, mais aussi la teinte de ses verres. Une formidable vitrine pour gagner en notoriété. La griffe peut déjà se féliciter d'avoir donné deux fois plus de lunettes que l'année dernière. Preuve que l'on peut faire du business, tout en étant tourné vers les autres...



www.jimmyfairly.com

En vente également au Bon Marché, 24, rue de Sèvres, Paris.
