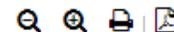


Maison Standards teste l'économie circulaire et ouvre deux magasins



Par [Tanissia Issad](#)

24 septembre 2018



Fondée il y a cinq ans par Uriel Karsenti, Maison Standards prônait alors la transparence en commercialisant des basiques pour femmes et hommes, distribués sans intermédiaires sur son e-shop au prix le plus juste. Fidèle à son envie de départ, « réparer les manquements de la mode en proposant un vestiaire d'essentiels pour s'adresser à des gens qui veulent s'éloigner des grandes marques » et de la surconsommation, le fondateur de la griffe passe à l'étape suivante avec un projet d'économie circulaire.

Uriel Karsenti a mis au point un jean homme composé à 40 % de coton recyclé, vendu au prix de 90 euros en magasin ou sur Internet, et majoré de 10 euros s'il est acheté sous consigne. De la sorte, quand le client n'en voudra plus, il pourra le rendre à Maison Standards qui lui restituera ses 10 euros de consigne avant de recycler la matière pour à nouveau créer des vêtements. Une consigne qui a pour but d'inciter le client à ramener son vêtement s'il ne lui sert plus.

Si le test se fait d'abord sur le denim masculin, le fondateur espère pouvoir étendre l'opération à l'ensemble des pièces de sa collection. En attendant, il proposera un service de réparation de vêtements en magasin (moyennant finance) et compte lancer des opérations de récupération de vêtements à la fin de l'année. « Ces actions devraient nous permettre de responsabiliser le client sans être moralisateur », explique Uriel Karsenti, qui participe, sous l'étiquette Maison Standards à la manifestation Anti_Fashion depuis deux ans.

En parallèle, le fondateur de la griffe, qui a fait entrer dans l'entreprise [le fonds Experienced Capital Partners](#) à hauteur de 45 % en 2016 (mais ne souhaite pas détailler la répartition du capital actuelle), développe d'autres gammes de produits. Comme une première ligne de maroquinerie pour homme et femme à partir d'octobre prochain et davantage de chaussures pour la femme en raison du succès de ce segment chez Maison Standards, la basket étant devenue le best-seller de la marque depuis juin dernier.



Revendiquant une croissance de 80 % en 2017 par rapport à l'année précédente, la griffe qui affichait 1,5 million d'euros de chiffre d'affaires en 2015 a deux ouvertures programmées en 2018. Maison Standards ajoute ainsi à son magasin de la rue de Poitou, ancien showroom transformé en boutique en début d'année, une adresse près du canal Saint-Martin (au 22, rue Beaurepaire, dans le Xe arrondissement) ouverte depuis mi-septembre et une autre à venir fin novembre à la place de la boutique Antik Batik (au 26, rue Saint-Sulpice).

Ces deux surfaces, de 70 mètres carrés chacune, devraient permettre à Maison Standards d'augmenter le pourcentage d'achats réalisés en magasin, jusqu'ici porté à 30 %. Un chiffre logique puisque la griffe a longtemps défendu un mode de distribution exclusivement digital.

« Nous ne changeons pas, nous évoluons. Nous avons réussi à naître sur Internet et à utiliser le Web, les réseaux sociaux, pour créer une communauté. Pour évoluer, la boutique s'est avérée fondamentale. Je viens moi-même de l'expérience physique (Uriel Karsenti a travaillé à la direction générale de Pierre Hardy, Jean Bourget, et a été codirigeant de Barbara Bui, ndlr) et je sais combien le client a envie de rencontrer la marque. Nous gardons donc notre concept, notre promesse de transparence, tout en développant l'expérience », précise le fondateur.

Pour prolonger encore plus l'expérience, Maison Standards se déclinera en corner aux Galeries Lafayette Haussmann pour un mois à compter du 24 septembre. Et s'installe à partir de janvier au Printemps de l'homme à Paris. Un choix qui semble pertinent puisque la marque séduit majoritairement les hommes, qui représentent 60 % de ses clients.