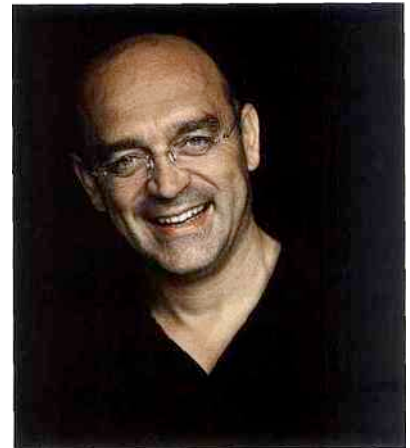


PIERRE MESTRE / PDG DE CLUBATCOST

Le coach de la Shopping Révolution



CLUBATCOST UN NOUVEAU CONCEPT DE VENTE DIRECTE SANS MARGE NI INTERMEDIAIRE EN UN CLIC VOUS ACCÉDEZ AU SITE MAGIQUE QUI, MOYENNANT L'ACHAT D'UNE CARTE DE MEMBRE VOUS PERMET DE VOUS HABILLER CHIC DANS LA MOUVANCE DU TEMPS, SANS ENGRAISSER LES MARCHANDS DU TEMPLE

PAR MICHELE VINCENT ET ANNE CLEMENT PHOTOS DR.

Fini le temps des soldes avec un reveil a 7 heures du matin, la cohue, la foire d'empoigne pour dénicher le tee-shirt ou le costume a moins 70% Pierre Mestre, createur de la marque pour enfants Orchestra, entrepreneur novateur et visionnaire recidive avec un site d'achat pour adultes Le juste prix, c'est son credo

Comment pourriez-vous definir Clubatcost ?

En deux mots shopping revolution Revolution dans le prix, la qualite, la mode, et enfin dans la relation entre le producteur et le consommateur

C'est un peu le principe du commerce equitable ?

C'est une nouvelle maniere de distribuer, une remise en question de l'organisation du commerce. A l'origine, vous avez le producteur d'un cote, le client de l'autre et au milieu le commerçant qui cherche a acheter au plus bas et a revendre au prix le plus haut possible Nous nous ne sommes pas au milieu, mais a cote, car dans la transaction nous ne prenons pas de marge Notre interet n'est pas d'acheter un produit a bas prix, souvent mediocre, pour le revendre le plus cher possible, notre interet est que le consommateur soit content et readhere a notre club C'est dans la fidelisation que nous trouvons l'amortissement de notre structure et sa raison d'être

Ou faites-vous fabriquer vos produits ?

Notre Q G est a Montpellier, mais nous faisons fabriquer dans des usines selectionnees a travers le monde Chaque pays a sa specificite, la soie est montee soit en Asie du Sud-Est et plus particulierement a Hong Kong, soit en Italie Les cotons avec brodenes ou

smocks en Asie et a Madagascar Les chaussettes en fil d'ecosse remaillees a la main au Portugal Les jeans en Italie ou au Maroc Nous evitons cette cascade de marges qui fait que les distributeurs vous vendent en magasin 70 euros un article qui a coute 10 euros a la fabrication Vous payez enfin le prix juste

Pouvez-vous nous decrire vos gammes plus en details ?

La premiere declinaison de la marque, Access, est constituee de basiques, qui sont des produits de tous les jours La seconde, Verchant, est la marque centrale Contemporaine, confectionnee dans des matieres nobles avec de belles finitions, elle represente aujourd'hui 60% de notre chiffre d'affaires La troisieme, Precious, est basee sur des coupes sobres composees de matieres rares et raffinees comme la soie italienne, le cachemire double fil, la fibre de lait, le coton pima, le coton bambou Et nous avons des nouveautes chaque semaine, au rythme de la generation internet

A quel type de clientele vous adressez-vous ?

A une clientele moderne, contemporaine qui souhaite être a la mode mais sans excentricite Et, ô surprise, l'homme represente deja 50% de nos membres !

Peut-être parce qu'il est plus familier avec l'outil Internet ?

Oui peut-être ! Le numerique est masculin, mais la VPC (vente par correspondance, ndr) est aussi principalement feminine Les plus gros sites existants sont utilises par les femmes L'homme achete plutot un produit de necessite, alors que la femme satisfait un

desir L'homme pourra entrer dans le Club sans avoir vu le produit au prealable, il est en phase avec l'idee intellectuelle et pense qu'il trouvera toujours les produits qui vont lui plaire La femme va parfois attendre le « coup de cœur » pour s'inscrire

Que dois-je faire pour m'inscrire ?

Les cartes de membre, en adherant au Club, vous donnent acces a l'ensemble des collections proposees par l'equipe de style de Clubatcost a prix Club, c'est-a-dire sans marge Vous pouvez acheter la carte Premium a 180 euros pour les gros consommateurs, ou la carte decouverte a 30 euros, mais la carte la plus vendue, a 80%, est celle a 120 euros qui permet de faire jusqu'a 3000 euros d'economies par an ! On peut payer comptant ou a temperament moyennant 10 euros par mois Une fois la carte achetee, on accede au prix Club Tous les produits ont un double etiquetage, sur le site et dans notre showroom, il est donc possible, si l'on n'est pas adherent, d'acheter au prix boutique

Parlez-nous de la boutique

Nous avons ouvert un showroom parisien 20 rue du Pont Neuf il y a trois mois, totalement interactif Cela permet aux membres du Club et aux clients futurs de venir essayer les vêtements, toucher les matieres, etc Les nouveautes qui constituent la vitrine restent vivantes pendant six semaines, et les permanents pendant toute la saison Mais nous avons aussi des VDI, vendeuses directes independantes, qui font des reunions a domicile a travers toute la France (style Tupperware, ndr) et qui montrent des echantillons aux consommateurs Bref, notre reseau se structure

Le principe de Clubatcost est-il inspire d'une idee americaine ?

Il est inspire de trois ou quatre idees commerciales que nous avons essaye de synthetiser le fameux producteur de tomates qui vend directement a des prix attractifs, la carte de cinema UGC, la carte d'abonnement Air France qui vous fait gagner 30%



Doudoune fille Boutique 130 euros,
Club 23,63 euros
Doudoune garçon, Boutique 130 euros,
Club 21,65 euros

sur votre billet d'avion, le club Dial pour les livres, ou même un club en Suisse qui s'appelle Black Socks-Welcome et qui vend uniquement des chaussettes noires. L'abonné paye 10 euros par mois et tous les deux mois il reçoit un paquet avec quatre paires de chaussettes. Son initiateur qui a démarré il y a six ou sept ans dans son garage, a fête il y a deux ans sa millionième paire de chaussettes vendue sur Internet !

Combien avez-vous d'adhérents aujourd'hui ?

La progression est constante et rapide, il y a un mois nous étions à 500 adhérents et avons franchi les deux mille la semaine dernière et surtout nous avons 75 000 inscrits qui sont des pré-membres, c'est un premier succès ! En règle générale nous avons quotidiennement de trois à cinq mille visiteurs sur le site, et chaque jour, au fil des invitations aux ventes événementielles, des dizaines de nouveaux membres rejoignent la Shopping Revolution, convaincus par cette nouvelle façon de consommer !

Quel est votre parcours ?

J'ai 46 ans, j'ai commencé à travailler très jeune, à l'âge de 12 ans, avec mon grand-père à Montpellier, je n'ai pas fait d'études ni l'armée, et j'ai pu ainsi doubler tous mes petits copains (rires) ! Plus tard, j'ai monté la marque de prêt-à-porter pour enfants Orchestra, avec ma femme qui a un vrai don pour le produit et les achats. Infirmière de formation, elle m'a suivi et a collaboré avec moi, ensuite nous avons fusionné avec une filiale du groupe Zannier, n°1 mondial du vêtement pour enfants. Derrière tout homme qui parle, il y a une femme qui travaille (rires) ! Nous avons quatre enfants dont certains travaillent avec nous.

Vos projets et vos ambitions ?

Nous venons d'installer dans cinquante de nos magasins Orchestra un petit corner Clubatcost, présentant un extrait de la collection et offrant la possibilité à nos clients de devenir membres du Club sur place avec l'aide de nos conseillères de vente. Mes ambitions ? Continuer à créer et à avoir du plaisir à le faire ! Nous allons lancer une ligne de linge de maison d'ici à quelques mois, nous voulons également essayer d'être une sorte de « market place » pour de jeunes créateurs qui ont deux ou trois saisons derrière eux et qui n'ont ni les moyens ni le réseau de commercialisation pour s'installer en leur nom propre.

Êtes-vous axé sur l'aspect écologique ?

Comme nous ne sommes pas à 5 ou 10% près sur le prix de revient du produit, car il n'est pas multiplié par sept mais par zéro, nous pouvons nous permettre d'être exigeants sur la matière employée. Une fibre de

coton ou de bambou est de loin plus agréable à porter que des tissus synthétiques comme le polyamide. Nous sommes très vigilants sur la manière de travailler des usines. Notre concept est d'offrir un produit juste et de qualité.

Quels sont vos passe-temps favoris ?

J'aime monter des affaires, des entreprises. Et aussi la lecture, qui est un bon moyen d'apprendre quand on n'a pas fait d'études. J'ai même créé un bouquin, le premier dictionnaire mondial universel intemporel, j'en ai vendu 100 000 exemplaires.

Contact web www.clubatcost.fr
Showroom 20 rue du Pont Neuf 75001 Paris

