

L'enseigne éthique **Alter Mundi** se développe en franchise

Elle a ouvert six nouvelles boutiques, et son réseau compte désormais dix unités dans l'Hexagone.

ALTER MUNDI poursuit son développement en franchise. L'enseigne de commerce éthique a ouvert depuis septembre six nouvelles franchises, portant à dix le nombre de points de vente total. Après les deux premières franchises de Lille et d'Aix-en-Provence, inaugurées il y a moins d'un an, c'est au tour de Bordeaux, de Bourges, de Rennes, de Paris (rue Beaurepaire), d'Annecy et de Fontainebleau d'accueillir l'enseigne *Alter Mundi*.

Les espaces, qui comptent environ 100 m², sont aménagés aux normes du concept de la marque, pour un coût de 2.000 €/m² (bail et stocks de départ compris). Les consommateurs y trouvent une sélection de produits des univers de la décoration, des cosmétiques, de l'alimentaire et de la mode. Certaines boutiques proposent aussi un rayon culturel ou des espaces d'exposition, les franchisés n'étant pas tenus à un cahier des charges très strict. Ils peuvent d'ailleurs aussi référencer des marques qui ne travaillent pas avec la *Plate-forme du commerce équitable*, la centrale d'achat de l'enseigne. Dans le contrat *Alter Mundi*, les franchisés ne s'acquittent pas de droit d'entrée et sont uniquement soumis à une redevance de 4% sur le chiffre d'affaires, auquel s'ajoute 0,5% pour les frais de publicité.

Pour 2008, Nicolas Messio, dirigeant

d'*Alter Mundi*, envisage de s'implanter à Lyon, à Toulouse et à Strasbourg. «*Nous avons pour objectif d'atteindre d'ici 2010 la trentaine de boutiques*, souligne le dirigeant. *Ces espaces viendront s'ajouter à nos deux succursales parisiennes, le point de vente historique situé rue du Cherche-Midi et celui consacré exclusivement à la mode, rue de Rivoli. A moyen terme, nous développerons aussi ce dernier concept en franchise, la mode représentant 40% du chiffre d'affaires global.*» La marque, filiale d'*Alterna Développement*, référence désormais une bonne dizaine de marques de mode, les plus nouvellement arrivées, aux côtés de *Veja*, *Tudo Bom* et *Machja*, étant *Monsieur Poulet*, *Kama Kala*, *Kolam*, *Nustreetwear* et les *Fées du Bengale*. Côté accessoires, *Alter Mundi* propose les sacs en cuir recyclé de la marque *De Fil en Fil* et ceux en bâche de *Bilum*. «*Cette multiplicité de l'offre permet d'élargir notre clientèle et de la rajeunir*, souligne Nicolas Messio. *Notre cœur de cible est ainsi passé du 35-45 ans au 20-40 ans. En outre, nous offrons une palette de prix plus abordables.*»

Seule enseigne éthique à ce jour à se développer en franchise, *Alter Mundi* revendique aussi une dimension écologique, la plupart des marques offertes étant travaillées à partir de coton bio ou de nouvelles matières naturelles. «*Il n'est plus temps de distinguer l'éthique de l'écologie*, souligne Nicolas Messio. *Ces deux dimensions vont de pair, ce que nous font très bien remarquer nos clients d'ailleurs.*» Une recette qui porte ses fruits, *Alter Mundi* ayant terminé l'année 2007 en affichant une hausse de plus de 21% de son chiffre d'affaires.

A.L. ●



FRANK BARYLKO / JOURNAL DU TEXTILE

**NICOLAS MESSIO,
DIRIGEANT D'ALTER MUNDI.**

«*Nous avons pour objectif d'atteindre une trentaine de boutiques d'ici à 2010.*»