



Une Rue des hommes a ouvert sur le Net

Le site propose les "essentiels".

UNE nouvelle cyber-boutique visant les hommes vient d'ouvrir sur le Web. Baptisé *Rue des hommes*, ce site de vente à distance mis en ligne en janvier propose des basiques du prêt-à-porter masculin : chemises blanches, lots de chaussettes grises et noires ou cravates. «L'idée est d'offrir les articles indispensables ou essentiels pour l'homme d'affaires qui a la flemme de faire ses courses, pour sa semaine de travail ou pour ses week-ends», explique Marie-Hélène Lavirotte, fondatrice du site.

Pour l'instant, la boutique propose une centaine de références des marques *Arthur*, *Hom*, *Eminence*, *Cacharel*, *Cotton Park*, *Torrente* ou encore *Lexon Design*. La dirigeante espère en séduire de nouvelles et offrir de 5 à 600 références de plus d'ici à la fin de l'année. «Les marques que nous proposons aujourd'hui nous considèrent comme une boutique traditionnelle, souligne-t-elle. Certaines, comme *Arthur*, n'avaient jamais fait de vente sur Internet. Je cherche des partenaires qui accrochent à notre concept et qui assurent un suivi du ré-assort. Je respecte leur image et leurs prix, qui sont les mêmes qu'en boutique traditionnelle, avec de temps en temps des offres promotionnelles.»

Pour créer un espace attractif, la jeune

femme a beaucoup travaillé le contenu du site. Les articles sont regroupés par famille (les indispensables, les essentiels pour le bureau et le week-end) et par catégorie de produits (tee-shirts, chemises, sous-vêtements). Ils sont assortis les uns aux autres (les cravates aux chemises, par exemple). Un service baptisé *Bob le manager*, qui fonctionne grâce à un logiciel, permet à la clientèle de calculer sa taille de vêtement en indiquant ses mensurations. Les colis peuvent être envoyés sous pli confidentiel au bureau en 48 heures et les retours sont gratuits.

Les clients peuvent enfin s'abonner à une newsletter qui, en plus des informations sur le site, donne une liste de «bons plans» sur le Net et raconte sous forme de feuilleton les aventures réelles d'un cadre qui a tout lâché pour faire le tour du monde. Pour faire connaître sa cyber-boutique, Marie-Hélène Lavirotte a noué plusieurs partenariats en ligne, notamment avec le site de chaussures *Sarenza.com*. Prudente, la dirigeante a tablé sur un chiffre d'affaires de 100.000 € la première année et sur un panier moyen de 32 €. Quelques semaines après le démarrage de son activité, ses estimations seraient dépassées.