



Diffusé sur

COME4NEWS.COM

À partir du Jeudi 14 Juin 2012

Quand le lacet devient accessoire de mode avec meslacets.com



J'aime

Envoyer

Soyez le premier de vos amis à indiquer que vous aimez ça.

Tweeter 0

Il est des matins où rien ne se passe comme on l'avait prévu ! Des matins catastrophes qui donnent naissance à de jolies histoires, celle de meslacets.com en est une ! Un lacet qui casse avant un RDV, une visite éclair chez le cordonnier et une équation simple à résoudre : alors, noir ou marron ? Voilà comment est née l'idée de mes lacets.com ! Une idée qui a fait son chemin et qui se décline aujourd'hui sur le web...

Et si les lacets entraient dans l'univers des accessoires de mode pour égayer celui de la chaussure ? C'est le pari relevé par meslacets.com, qui revisite l'univers du lacet en proposant plus de 300 déclinaisons toutes en couleur. Lacets ronds et fins en coton ciré pour les derby de Monsieur, plats et fins pour les petites tennis ou plus épais pour les baskets des ados... le tout décliné en une trentaine de couleurs ! 100 % coton et « made in France », les lacets sont proposés de 4,10 à 7,40 € la paire, selon la taille (40 à 180 cm). Petit signe que le lacet version chic et colorée faisait cruellement défaut, les lacets dopés à la couleur de meslacets.com ont été courtisés et sont finalement référencés chez Minuit moins 7, célèbre cordonnerie parisienne, choisie par une non moins célèbre marque de chaussures aux semelles rouges !

Un défi interne devenu une « vraie » entreprise

C'est à Sylvain Bayet (casseur de lacets à ses heures perdues) et Sébastien Fourcroy que l'on doit cette petite révolution ! Ces deux associés trentenaires sont à la tête d'Open Resources, une agence web basée près de Lille, qui a notamment développé les sites de e-commerce de Princesse Tam Tam ou Comptoir des Cotonniers. C'est après avoir cherché en vain à remplacer ses lacets que Sylvain a proposé à ses équipes de relever le défi : créer un site marchand autour du lacet, pour décliner une vraie offre, et dans le même temps, en analyser les contraintes et les limites. Une façon pour l'agence de disposer ainsi d'une expertise e-business supplémentaire (fabricant + éditeur) à mettre au service de ses clients. Ce qui au départ s'annonçait comme un challenge en interne est finalement devenu une « vraie » aventure humaine et entrepreneuriale...