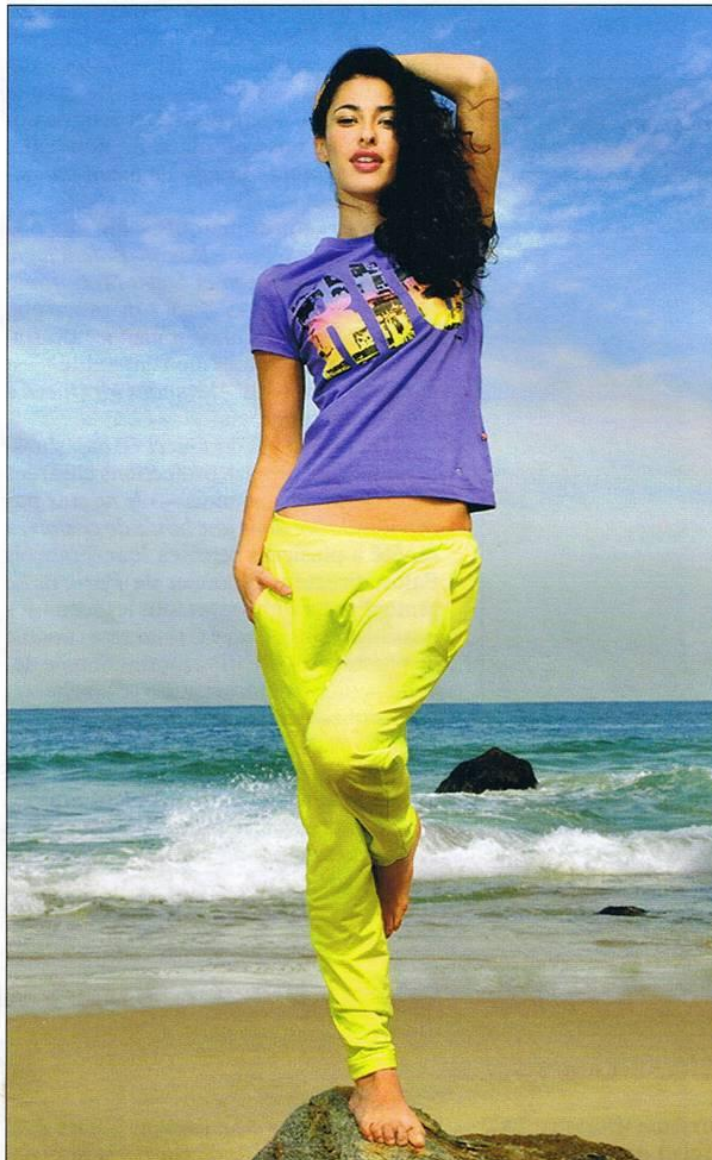


Tudo Bom prend un virage urbain

La nouvelle offre de la marque de mode éthique, signée Zina Kachnaoui, est plus élaborée.



**MODÈLE
TUDO BOM.**

La marque éthique propose désormais un vestiaire complet en coton bio et équitable, dans un style plus élaboré et plus urbain.

TUDO BOM passe la vitesse supérieure. Présente pour la première fois au Salon *Who's Next*, la marque de mode éthique dévoile les premières collections signées Zina Kachnaoui, l'ex-créatrice des marques *Lady Soul* et *Homecore*. La marque a étoffé ses gammes pour offrir un vestiaire complet, soit une soixantaine de modèles, dédiés à la femme et à l'homme, en coton bio et équitable. Le style se veut plus élaboré et urbain, avec des robes à dos nageur ou des combishorts aux coloris acidulés.

Outre sa collection enfants de 0 à 4 ans, *Tudo Bom* lance aussi des pantalons en jersey pour homme dont la tenue est proche des toiles classiques. «*Avec des modèles plus structurés, nous cherchons à nous imposer aussi chez les détaillants multimarques*, indique Jérôme Schatzman, le fondateur et dirigeant de la marque. *Nous lançons également une ligne d'accessoires de sacs et de cabas, ainsi que des écharpes et des ceintures. C'est le bon moment pour une marque comme la nôtre. L'accueil est très satisfaisant. Beaucoup de détaillants se posaient la question de savoir comment aborder la mode éthique. Dans ce sens, nos propositions les intéressent.*»

Avec un positionnement prix accessible, *Tudo Bom* cherche à s'imposer comme un remède anti-crise. «*Nous avons mis au point un système d'étiquetage qui va permettre à chaque client de connaître la cou-*

rière ayant monté son vêtement, poursuit le jeune dirigeant. Il suffira de se connecter sur Internet pour découvrir le parcours de la jeune femme. C'est notre façon à nous de rétablir un contact entre le client et le producteur et de redonner du sens au produit.»

Tudo Bom travaille depuis sa création, en janvier 2005, avec des ateliers de couture situés au Brésil, à Petropolis, dans la banlieue de Rio de Janeiro. La marque maîtrise, par ailleurs, l'amont de la filière, en s'approvisionnant chez des producteurs locaux, nouvellement convertis au coton biologique.

Pour faire face à son développement, *Tudo Bom* a créé récemment le poste de directrice de collection, que la marque a confié à Raphaëlle Gasse, ex-collaboratrice du groupe *Ppr*. Diffusée dans une soixantaine de points de vente (boutiques bio, détaillants multimarques), la marque compte franchir rapidement la barre de la centaine de clients. A l'international, *Tudo Bom* reste encore peu représenté. Il est surtout présent au Benelux, en Allemagne et en Espagne. «*Nos efforts vont également se porter sur l'export, même si notre priorité reste, dans un premier temps, le marché français*», ajoute Jérôme Schatzman. Toutefois, selon le dirigeant, cette période propice à une redistribution des cartes dans le monde de la mode devrait permettre d'accélérer sensiblement le développement de *Tudo Bom*. **AGNÈS LEGOEUL ●**