



Badminton

Brice version luxe

Qualifié hier pour les 8^{es} de finale des Championnats d'Europe, Brice Leverdez (Créteil) a lancé sa marque de chemises haut de gamme.

PAR ARNAUD DETOUT

« **LE KIF TOTAL** serait d'entrer sur un court en chemise lors d'un tournoi international ! » Brice Leverdez, 31 ans, n'a pas joint la parole aux actes hier à l'occasion de sa victoire en trois sets lors des 16^e de finale des Championnats d'Europe, à Kolding (Danemark), face au Russe Sergey Sirant. Le badiste de Créteil, dont le prénom fait écho à l'enseigne de vêtements Brice, a pourtant lancé l'an dernier sa marque éponyme avec des chemises de luxe pensées pour la liberté de mouvement. « Je me suis déjà entraîné avec l'une d'entre elles, mais je suis sorti en sueur », rigole le 31^e joueur mondial et numéro un français.

Tout commence en 2014 lorsqu'une personne lui propose de créer une marque à son nom. « A 28 ans, je pensais déjà à une éventuelle reconversion, mais son projet ne me plaisait pas car il voulait juste mettre mon nom sur des tee-shirts banals », indique le titulaire en BTS management des unités commerciales.

DES DÉBUTS DIFFICILES

Pour autant, cela lui met la puce à l'oreille. « J'ai alors réfléchi à créer ma propre ligne avec le but d'apporter de l'élégance dans le sport, précise-t-il. J'en ai parlé à mon meilleur ami Matthieu Lo Ying Ping (ex-numéro 2 français) qui faisait ses études



LP/ODN SPORT/BAPTISTE FERNANDEZ, BADMINTON EUROPE

Brice Leverdez voulait « apporter de l'élégance dans le sport ».

à l'Esmod à Paris, l'une des plus grandes écoles de mode au monde. Il m'a dit : *banco* ! »

La société est donc créée. Brice et Matthieu sont accompagnés d'un graphique designer plus un expert du monde de l'entreprise. Le meilleur badiste français, dont les émoluments tournent actuellement autour de 2 000 €, après des pointes à 6 000 €, il y a quelques années, dépense une partie de ses économies pour détenir 51 % du capital de la société. Malgré ses entraînements et les tournois à l'étranger, Brice fixe des réunions hebdomadaires. « On voulait un produit élégant, qualitatif, confortable et surtout made in France, insiste-t-il. Nous avons mis deux ans avant de trouver

un tissu 100 % coton. » Les premières chemises, au prix unique de 450 €, sont commercialisées en 2016. Les débuts sont difficiles puisque seulement quarante ont été vendues en presque un an, dont la moitié à l'étranger.

« Il faut trouver notre clientèle et c'est compliqué, confie Brice. Pour les fêtes de fin d'année, on a baissé le prix à 270 € afin d'en vendre un peu plus et de montrer la marque, même si le bénéfice est nul. On aurait pu fabriquer les chemises en Turquie ou en Chine et elles auraient coûté deux fois moins cher, mais ce n'est pas ce que je voulais. Le business, c'est comme dans le sport de haut niveau : il y a des hauts et des bas, et il ne faut pas se décourager dès les premières difficultés... »

“
LE BUSINESS, C'EST COMME DANS LE SPORT DE HAUT NIVEAU : IL Y A DES HAUTS ET DES BAS”
BRICE LEVERDEZ, N°1 FRANÇAIS