

Sous-vêtement homme : le 'bon plan' de JMB



Boris Delécluse, le 'Zébulon' du business local, lance un boxer imprimé avec le plan de la ville d'Avignon. Le meilleur moyen de toujours retrouver son chemin dans la cité papes ou de situer, sans coup férir, la rue de la Ré.

« L'idée m'est venue après avoir vu [un caleçon avec le plan des pistes de la station de Serre-Chevalier](#), explique Boris Delécluse. J'ai trouvé cela marrant et j'avais envie de transposer ce concept avec un plan de ville. » Ni une ni deux, le créateur du réseau [Cap affaires](#) (Confiance audace et partage) en 2015 ([6 clubs aujourd'hui](#)) ainsi que de l'espace de travail partagé [Cap cowork](#) situé aux Angles, met à profit le confinement pour faire avancer son projet. « Dans ce type de période on peut se contenter de se morfondre et de pleurer dans son coin, mais on peut aussi continuer à avancer et surtout essayer de prendre du plaisir à faire des choses et à s'amuser, insiste Boris Delécluse. Des gens qui ont des idées j'en connais plein, mais qui essaye de les réaliser il y en a beaucoup moins. »

Ecrit par Laurent Garcia le 19 janvier 2021

«le made in chez nous»

L'entrepreneur c'est donc lancé dans l'aventure en imaginant un boxer fabriqué, par principe, en France, car il est important de défendre « le made in chez nous ». « Nous le proposons à 24,90€. C'est encore un peu cher pour un 'truc' que l'on porte sous ses vêtements, mais en même temps par rapport aux femmes les hommes consacrent des budgets largement inférieurs pour leurs sous-vêtements. Il y a donc un marché à faire évoluer. » Réalisation du plan, choix des couleurs et du fabricant... Création de la marque [JMB pour 'Just my boxer'](#), qui peut aussi dire 'Just my balls' s'amuse l'entrepreneur du Grand Avignon qui laisse aux anglicistes le soin de traduire.

1€ au profit de Sainte-Catherine

Proposé dans les tailles S, M, L, XL et XXL, ce boxer qui « donne du relief à votre ville » est pour l'instant uniquement disponible sur le site www.justmyboxer.fr. Un 'bon plan' que son créateur souhaite décliner ensuite avec d'autres villes ainsi que dans les boutiques souvenirs quand la fréquentation touristique pourra reprendre. « A défaut de gagner de l'argent, l'objectif est de développer un 'business model' », espère-t-il. Par ailleurs, pour chaque vente, 1€ sera reversé à l'institut Sainte-Catherine, établissement médical basé à Avignon spécialisé dans le dépistage et le traitement des tumeurs. Ces dons seront destinés à lutter contre les cancers masculins.