



STYLE

Ces jeunes entrepreneurs qui redonnent vie aux stocks dormants

ÉCORESPONSABILITÉ Leur profession ? Upcycleur. Leur rôle ? Mettre en relation les sociétés voulant écouler leurs invendus et les marques à la fibre environnementale.

ÉMILIE FAURE efaure@lefigaro.fr

La mode a-t-elle trouvé, avec l'upcycling, un moyen de concilier économie et écoresponsabilité ? Au-delà du nombre grandissant de designers qui en ont fait leur marque de fabrique (Marine Serre, Ronald van der Kemp, Kevin Germanier, collection Petit H d'Hermès...), ce procédé consistant à redonner vie à des stocks dormants séduit les entrepreneurs en herbe. Ils réinventent le métier de déstockeur. « Nous sommes le chaînon manquant entre les marques voulant se débarrasser de leurs rouleaux de tissus invendus et celles souhaitant les utiliser, explique Charlotte Billot, fondatrice d'UpTrade. D'un côté, les entreprises souffrent de devoir emmagasiner leurs rebuts, c'est terriblement coûteux et elles préféreraient valoriser leur marchandise. De l'autre, les marques émergentes prennent un virage écoresponsable, cherchant à résoudre des problématiques liées à l'environnement et au social. Nous avons senti en nous lançant, en avril 2019, que des deux côtés de la chaîne il y avait besoin d'un coup de pouce. »

La trentenaire se définit comme « un agent commercial spécialisé dans la revalorisation de stocks ». En une année d'existence, et malgré la crise du Covid-19, Charlotte Billot et son associée Éléonore Rothley, 29 ans, n'ont pas eu à démarcher des clients : les comman-

des affluent. Les deux amies ont bâti leur réputation sur les réseaux sociaux et grâce au bouche-à-oreille.

Ce type de plateforme existe aussi dans l'univers du cuir. Virginie Ducatillon, tout juste 40 ans, s'est lancée à son compte en créant Adapta après être passée chez Hermès et Chanel au développement de la petite maroquinerie puis chez Céline, époque Phoebe Philo, sur le sac. Fondée en septembre 2018, son affaire revend des peaux issues, en grande partie, des entrepôts des maisons du luxe. « J'aime l'univers des mégisseries, des tanneries, des maroquiniers, confie la Française. J'avais envie d'entreprendre. Je me suis demandé comment me rendre utile au sein de cette industrie dont je maîtrisais les codes, quelle pouvait être ma valeur ajoutée. Dans la mode, quand les stylistes démarrent leurs collections, ils testent, changent d'avis, ce qui cause des déperditions terribles de cuir. Même si, de plus en plus, les marques se donnent du mal pour réutiliser ces peaux, dans la confection d'objets, dans la réalisation des vitrines. Seulement, ça ne suffit pas à écouler le non-choix. Par ailleurs, les grandes maisons ont très peur de l'usage qui sera fait de leurs matériaux et notamment des contrefaçons. Je n'ai pas inventé le principe du déstockage, mais je suis là pour les rassurer et leur garantir le bon recyclage. »

« La mode produira

toujours un peu trop »

Un argument de poids quand les déstockeurs traditionnels n'assurent aucune traçabilité des produits vendus. Le principe d'Adapta est non seulement de sélectionner la marchandise de qualité, peau par peau, mais aussi de suivre toute la chaîne de seconde vie. L'opération a un coût : quand un déstockeur écoule les produits à 20 % de leurs prix, Virginie Ducatillon ne propose qu'un rabais de 30 % à 70 %.

Ces sociétés, qui présentent aux marques des solutions d'upcycling clés en main, fleurissent doucement depuis trois ans. « Il est presque plus facile, aujourd'hui, de se lancer dans un projet de service, de solutions, que de créer une marque de mode, analyse Franck Delpal, économiste à l'IFM. Il y a moins de barrières à l'entrée, moins de frais à engager dans la durée. Ces plateformes de vente jouent les intermédiaires. Elles sont efficaces parce que nous arrivons à la conjonction de l'urgence environnementale et d'une forme de maturité technologique. Il est possible, ce qui n'était pas le cas il y a encore quelques années, de localiser tous les stocks dormants. Surtout, l'appétit croissant des designers pour le recyclage, leur envie de minorer leur impact environnemental, a créé un marché dans lequel s'engouffrent ces entreprises. »

La limite de l'exercice réside dans les quantités disponibles et le

choix des produits, qui ne répondent pas toujours aux attentes des designers. « Les marques vont, si ce n'est déjà engagé, mettre en place la réutilisation des matériaux dans leurs nouvelles collections. Mais ces pièces ne devraient pas représenter plus que 10 % de leur offre, poursuit l'économiste. D'autant que les créatifs ne peuvent pas être bridés par des matières, des tissus, des imprimés imposés. La mode a besoin de neuf et produira toujours un peu trop. » Pour l'heure, Adapta et UpTrade fournissent essentiellement des « petites » griffes et des artisans, qui viennent acheter à la pièce (la peau) ou au mètre (le tissu). Ici, pas de minimum de commande et les délais de réception sont courts. Et demain ? « Le but est de faire de cette niche une norme, avance Virginie Ducatillon. De ne pas se limiter aux collaborations avec des artisans. » Charlotte Billot pense déjà au coup d'après. « Nous travaillons aujourd'hui essentiellement avec la mode et le design, dit-elle. Mais bientôt, il nous faudra aller taper aux portes du BTP, de l'automobile, de l'industrie navale, des secteurs en demande des deux côtés de la chaîne. » ■



À gauche, Virginie Ducatillon a créé Adapta, spécialisé dans la revente des peaux de maisons de luxe. À droite, Charlotte Billot et Éléonore Rothley, fondatrices d'UpTrade, réinventent le métier de déstockeur.

ADAPTA, E & C