

RESOURCE, LA CHAUSSURE RECYCLABLE À L'INFINI PAR TBS



CATEGORIE

ECONOMIE CIRCULAIRE

DATE DE PUBLICATION

DÉCEMBRE 2020



RESOURCE est une chaussure vegan, fabriquée avec 70 % de matériaux recyclés et recyclable à 100 %, que les clients peuvent rapporter en magasin contre un bon d'achat à valoir sur une nouvelle paire.

La paire récupérée est broyée en l'état, sans démantèlement préalable. La matière broyée est revalorisée puis transformée en semelle et pièces de caoutchouc présentes sur la tige. Des bacs de collecte sont présents dans toutes les boutiques où les clients peuvent y déposer leurs paires usagées.

En lançant en 2020 cette ligne RESOURCE, Tbs change structurellement et profondément le modèle et propose à ses clients un produit et un acte d'achat responsable.



BENEFICE ENVIRONNEMENTAL



70 %
de matériaux
recyclés

100 %
recyclable

100 %
vegan

CREATION DE VALEUR




Visibilité et
différenciation


Un service R&D
fort et intégré


Des ressources
renouvelables

FACTEURS DE SUCCES




Un projet soutenu
par la direction


Une communication
claire et visible


Une transparence
envers le conso

DESCRIPTION DE L'INITIATIVE

Description synthétique de l'initiative

En janvier 2019, en collaboration avec un de ses partenaires Portugais, Tbs a mis au point une chaussure recyclée et recyclable à l'infini sans démantèlement. Nait alors la ligne RESOURCE : une chaussure vegan, fabriquée avec 70% de caoutchouc recyclé et 100% recyclable, que les clients peuvent rapporter en boutique en échange d'un bon de réduction à valoir sur une nouvelle paire. La paire récupérée est broyée en l'état, sans démantèlement préalable. La matière broyée est revalorisée puis transformée en semelle et pièces de caoutchouc présentes sur la tige de la nouvelle paire.

Le salon Who's Next Impact en septembre 2019 officialise le lancement auprès de clients BtoB et de la presse spécialisée. Simultanément, des opérations de sensibilisation au recyclage étaient menées auprès des consommateurs et des bacs de collecte ont permis de constituer un gisement de caoutchouc : les chaussures récoltées ont ainsi été démantelées afin de récupérer le caoutchouc pour le recycler.

Communication auprès des consommateurs

- **En magasin** : mise en place de bacs de collecte de chaussures usagées dans 10 boutiques Tbs. Pour chaque paire déposée, le client bénéficie d'un bon d'achat de 10€ à valoir sur une paire de RESOURCE. En 3 mois, 700 paires usagées ont été récoltées. Ces chaussures ont permis à Tbs de disposer d'un gisement de caoutchouc, une fois les chaussures démantelées.
- **Digital** : newsletters et communication sur les réseaux sociaux. Une landing page dédiée a été mise en ligne sur le site web de la marque et une campagne RP (seeding / communiqué de presse / marketing d'influence) ont permis de créer un effet d'annonce avant le lancement de la chaussure. Une vidéo de la fabrication est diffusée dans les magasins, le site internet et les réseaux sociaux.

Prochaines étapes et objectifs liés à cette initiative

- Étendre le nombre de références : 4 nouveaux modèles sur PE21 et 9 sur l'Hiver 21 avec d'autres familles de produits
- Augmenter le pourcentage de matière recyclée : l'ambition est de passer à une chaussure faite à 100 % de matériau recyclé en 2021 (tout en restant entièrement recyclable).
- D'autres chantiers sont en cours comme un travail sur des chaussures à base de matériaux éco-conçus autres que le caoutchouc.

CARACTÈRE INNOVANT

Caractère innovant de l'initiative

En fin de vie, il n'y a pas de démantèlement : la paire de RESOURCE est broyée en l'état. Pas de nettoyage, pas de démontage, ainsi un impact faible sur l'environnement pour la fabrication d'une nouvelle paire. Le projet RESOURCE apporte la preuve qu'il est possible d'utiliser les principes de l'économie circulaire au cœur de la conception et de la fabrication d'une paire de chaussures.

CRÉATION DE VALEUR

Création de valeur pour l'entreprise

- Le projet RESOURCE permet d'asseoir fortement le pilier "Change For Good" de Tbs. RESOURCE est la preuve concrète de la démarche RSE de l'entreprise. L'engagement de la marque a été mis en lumière.
- Développement important du service R&D de l'entreprise en interne et en externe. Les parties prenantes intègrent désormais l'éco-conception dès la création de nouveaux projets.

Chiffres-clés sur la création de valeur liée à l'initiative

- 700 paires usagées récoltées en magasins sur le dernier trimestre 2019. L'objectif sur 2020 est d'atteindre les 6 000 paires.

IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET / OU SOCIAL

Bénéfice(s) environnemental et / ou social de l'initiative

- Une fois usée, la chaussure passe entièrement dans une broyeuse (sans démantèlement). A noter que lors du broyage, avec la chaleur émise, une partie des composants disparaît : le polyamide présent sur la tige et les lacets ainsi qu'une petite proportion de caoutchouc, au total 50% de perte de masse.
- Pour concevoir la nouvelle semelle, 30 % de caoutchouc naturel est intégré au caoutchouc revalorisé (sous forme de granule/poudre) suite au broyage. La nouvelle paire est donc composée à 70% de caoutchouc recyclé et à 30% de caoutchouc naturel. Concernant la tige en polyamide, là encore, la partie intégrée sur la nouvelle chaussure est une matière première recyclée.
- Aussi, cette nouvelle chaussure une fois remise sur le marché, achetée, utilisée, puis usée, va subir le même traitement que la première. Le cercle est vertueux et peut se poursuivre ... à l'infini.

Chiffres-clés sur les impacts de l'initiative

- 0 packaging, 0 plastique, 0 emballage inutile
- Impact carbone réduit : pas de démantèlement et proximité du sourcing
- Utilisation d'eau réduite : pas besoin de nettoyage à l'eau des paires récoltées
- Durabilité de la chaussure : test d'abrasion de la semelle et de liaison tige/semelle en laboratoire très positif : les chaussures peuvent être portées 8h/jour chaque jour pendant 2 ans avant d'être usées.

ENSEIGNEMENTS

Difficultés rencontrées et moyens mis en place pour les lever

- Lever les freins des consommateurs : il a notamment fallu éduquer le consommateur à la présence apparente de granulés colorés incrustés dans la semelle, traces de produits recyclés non fondus.
- Surmonter les difficultés techniques : le caoutchouc se colle et se coud moins facilement que le cuir. Il est aussi plus cher. La fabrication de cette chaussure prend plus de temps que les autres. Les deux partenaires situés au Portugal ont été un vrai atout en se montrant réactifs et moteurs dans ce projet.
- Convaincre les acheteurs et revendeurs car même s'ils ont une forte appétence pour ces projets, ils ne sont pas encore habitués à ce type de produit.

Clefs de réussite d'un projet de marketing durable

- La première clé de réussite émane de la capacité de l'interne à porter le projet. La direction de Tbs et celle du groupe Eram ont soutenu et appuyé le projet.
- La seconde clé de réussite se joue au niveau des décisions marketing
 - Le pilotage est primordial : choisir des canaux de diffusion et de vente adaptés au concept du projet RSE.
 - La communication est cruciale : il faut faire connaître la démarche et l'expliquer. L'accueil du produit sur les salons, les réseaux sociaux, sa présence aux côtés d'une Nike et d'une Salomon parmi les tendances repérées par WGSN, a permis d'attirer l'attention de clients plus jeunes, sensibles à l'éco-conception. C'est un levier économique important.
 - La marque doit être transparente sur sa démarche, depuis la phase de conception, jusqu'à son exécution et la mise sur le marché, pour finir par la phase d'après-vente. Pour asseoir un argumentaire clair, le produit doit apporter la preuve des promesses de la marque.
 - La réussite d'un tel projet passe nécessairement par l'implication du consommateur qui devient acteur d'une consommation responsable.

Pour en savoir plus

<https://www.tbs.fr/fr/re-source>

<https://www.youtube.com/watch?v=jbPgYojwKEY&t=9s>