

# POINT FORT

## Louer plutôt qu'acheter: l'économie du partage progresse en Suisse romande

**SECONDE MAIN.** Vêtements de bébé, robes de designer, ou uniformes, les entreprises sont nombreuses à proposer leurs produits à la location pour une économie plus responsable.

MARINE HUMBERT

Louer plutôt qu'acheter. Une action qui gagne du terrain en Suisse, par conscience environnementale, collaborative, pour son côté pratique et pour quoi pas pour optimiser ses finances. Preuve que l'usage rapide et facile est de plus en plus valorisé en comparaison à la propriété, des plateformes numériques, boutiques et entreprises placent la location au cœur de leur concept entrepreneurial.

Basées à Ursy, dans le canton de Fribourg, Delphine Ben Hamida-Bovay et Sonia Ben Hamida, ont lancé en 2016 Bibou'tic, une plateforme de location de vêtements pour nourrissons mais aussi pour les femmes enceintes.

Les belles-sœurs proposent des packs comportant l'essentiel pour vêtir son nourrisson, soit des gigoteuses, pyjamas, bodys, tenues, chaussettes et bavoirs. Les parents reçoivent directement les packs commandés à leur domicile en amont de la naissance de leur enfant.



**DELPHINE BEN HAMIDA-BOVAY ET SONIA BEN HAMIDA.** A la tête du magasin en ligne Bibou'tic, les deux belles-sœurs louent des packs de vêtements pour nourrissons et femmes enceintes.

Le concept est entièrement basé sur la réutilisation et permet de payer le tiers du prix du lot de base pour un nourrisson, estimé à 210 francs pour les deux premiers mois de l'enfant.

«Nous avons confectionné le stock initial par des rachats de lots

de vêtements de seconde main et également grâce à des dons de parents souhaitant soutenir notre concept, pour garantir une économie totalement circulaire. Bien que les vêtements ne soient pas neufs, nous garantissons la très bonne qualité, et des pièces en ex-

cellent état, voir neuves, étant donné que les vêtements de bébés sont finalement très peu utilisés, sur une période très courte pouvant aller jusqu'à deux mois», explique Sonia Ben Hamida, qui met également en avant le côté pratique du service pour des parents souvent chargés.

### Combattre la Fast Fashion

Une fois arrivés à terme d'utilisation, les vêtements sont renvoyés par la poste à Bibou'tic, qui s'occupera de les laver, avec des produits hypoallergéniques et écolabellisés, puis passeront dans les mains de nouveaux heureux parents.

La démarche colle parfaitement au concept du « Slow Fashion », soit une industrie vestimentaire plus responsable, privilégiant les vêtements de bonne qualité, non nocifs pour ceux qui les portent, et juste dans leur prix.

Mais surtout en opposition à la « Fast Fashion », une consommation effrénée de vêtements, encouragés par un renouvellement très rapide des textiles pro-

posés à la vente, plusieurs fois par saison, voire plusieurs fois par mois.

«Le but n'est pas de moraliser quoi que ce soit, mais il est important de prendre conscience du lourd impact écologique de notre mode de consommation», note Sonia Ben-Hamida, elle-même férue de seconde-main. «Une pression sociale existe encore malheureusement lorsqu'on habille son enfant. Le seconde main est mal vu par certains parents, qui l'associent à un manque d'argent ou à un produit sale. C'est notre travail de rassurer les parents sur une

détérioration du vêtement à leur charge. «On ne peut pas interdire à un enfant de se salir, et de tout simplement vivre sa vie de nourrisson», explique Sonia Ben Hamida.

Afin de développer et rendre plus attractive leur boutique en ligne, qui n'est pour le moment pas encore rentable, Delphine Ben Hamida-Bovay et Sonia Ben Hamida, sont notamment soutenues depuis janvier par l'incubateur lausannois Impacthub, et espèrent agrandir leur collection pour les enfants jusqu'à l'âge de cinq ans.

«LE SECONDE MAIN EST MAL VU PAR CERTAINS PARENTS, QUI L'ASSOCIENT À UN MANQUE D'ARGENT OU À UN PRODUIT SALE. C'EST NOTRE TRAVAIL DE LES RASSURER.»

telle démarche et de démontrer que le seconde main peut aussi être tendance et joli !».

Dans ce sens, les deux fondatrices n'imposent pas de caution et prennent le risque d'une certaine

Un partenariat avec les nettoyeurs de l'entreprise genevoise la pince à linge est aussi au programme dans le but de promouvoir l'utilisation de produits locaux. ■

## Une pièce de créateur à petit prix

**LUXE.** L'objectif de la plateforme La Garde-Robe est simple: mettre à disposition des tenues de designers qui n'ont été portées qu'une à deux fois, voire jamais.

Sur la plateforme genevoise de location de vêtements de luxe La Garde-Robe, composée de plus de 300 pièces de créateurs, les robes de mariée connaissent récemment une forte demande.

«Les femmes n'ont plus envie d'acheter leur robe de mariage», explique sa fondatrice Nadia Gaboriau, qui échange ses vêtements avec ses amies depuis toujours. «En général, ces dernières portent seulement 28% de leur dressing. Plus les vêtements qu'elles achètent sont chers, moins elles les portent. Il y a un côté précieux.»

### Un Airbnb de la mode

Désirant changer la manière de consommer ses vêtements, Nadia Gaboriau et son associé Louis Gaoriau ont créé «un Airbnb de la mode», une plateforme en ligne mais aussi un showroom, proposant des vêtements de créateurs à la location pour 4 à 8 jours. Le service coûte entre 70 et 700 francs par vêtement, livraison et pressing compris.

Aucun partenariat n'a été signé avec des marques, car ici, ce sont les clientes elles-mêmes qui déposent leur pièce haut de gamme à la location pour 6 mois. Elles recevront par la suite un pourcentage du prix de la location.

Ne dépassant jamais le coût de la robe, une caution a été mise en



**NADIA GABORIAU.** La fondatrice de La Garde-Robe estime que les femmes portent seulement 28% de leur dressing.

place pour palier à d'éventuels accidents.

Pas question pour autant de parler de seconde main pour Nadia Gaboriau: «Notre positionnement est haut de gamme, les pièces sont garanties en très bon état, elles ont été portées une à deux fois, voire jamais.»

Finaliste des Masschallenge Award en 2018, et après une première levée de fonds réussie, La Garde-Robe va ouvrir en avril à Genève une arcade dans le centre commercial Eaux-vives 2000, afin d'offrir un service sans rendez-vous pour les clients pressés. ■

## Des uniformes stérilisés et livrés

**TENUE DE TRAVAIL.** Le spécialiste AlSCO Suisse loue aux entreprises des habits de protection ou encore des vêtements techniques pour environnement contrôlé.

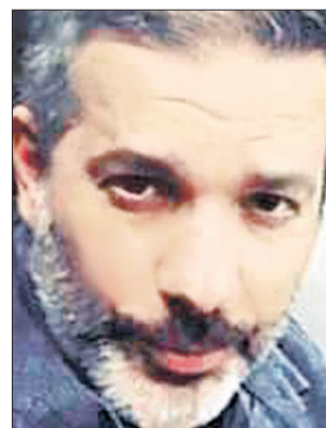
Détenu par le groupe Steine, AlSCO Suisse (LIS) est spécialisée dans la location de tenues de travail. « Nous proposons des vêtements très techniques pour les environnements contrôlés, mais aussi des protections individuelles (anti-froid, anti-chaleur, antistatique), jusqu'au simple t-shirt en coton», explique Claudio Zampetti, customer service consultant d'AlSCO Suisse, qui a enregistré un chiffre d'affaires de plus de 12 millions de francs en 2018.

Un intérêt croissant est à noter pour les vêtements de protection individuelle liés à la haute visibilité, signe que la sécurité des travailleurs gagne en importance au sein des entreprises.

Les clients principaux sont issus de l'industrie pharmaceutique, alimentaire, et mécanique, ainsi que de la restauration et le catering.

### Stérilisation des uniformes

Principal avantage de la location, le nettoyage et la livraison sont compris dans le service. AlSCO Suisse lave les vêtements loués avec des programmes de lavages certifiés et spécifiques par rapport à la typologie de vêtements et d'activité du client. «Des lavages que les entreprises ne sont pas en mesure de réaliser à l'interne de l'entreprise», souligne Claudio Zampetti.



**CLAUDIO ZAMPETTI.** La division Microlis est spécialisée dans la décontamination et la stérilisation de vêtements pour salles blanches.

La division Microlis est par exemple spécialisée dans la décontamination particulière et la stérilisation de vêtements pour salles blanches.

La gestion des stocks est également prise en charge par AlSCO Suisse, grâce à l'identification de chaque pièce à l'aide d'une puce individuelle implantée dans le vêtement.

«Il est ainsi possible de connaître à tout moment l'état du stock, la date de mise en circulation du vêtement, et quel type de lavage ce dernier a subi.» ■

## Une montre de luxe pour chaque occasion

**HORLOGERIE.** La première plateforme de garde-temps prestigieuse Timetation ambitionne de créer une communauté de locataires et de dépositaires horlogers.

Lancée en mai 2018, la plateforme genevoise de location de montres de luxe Timetation a l'ambition de créer une véritable communauté de locataires et de dépositaires de montres.

«79% des personnes se lassent de leur montre deux ans après leur achat, celles-ci finissant par dormir dans un coffre à la banque», explique le fondateur Adan Jimenez, sur la base d'une étude réalisée auprès de 1000 Romands âgés entre 20 et 50 ans.

### Pour une occasion spéciale

«Une forte demande de location de courte durée existe pour des événements spéciaux tels que des mariages, des baptêmes, ou encore des rendez-vous d'affaire». Le client peut commander sa location en ligne et recevra le modèle choisi parmi de grandes marques horlogères comme TAG Heuer ou Omega pour une période de 3, 7 ou 14 jours.

Afin de sensibiliser les clients à prendre soin des montres, un programme de fidélité a été mis en place, avec des points TIME+ qui récompense le locataire lorsqu'il retourne sa montre en bon état et dans les délais. Ces points pourront être utilisés pour une prochaine location ou lors d'un achat, avec accord du propriétaire. La commission versée à celui-ci se situe entre 15% et 35%



**ADAN JIMENEZ.** Lancée en mai 2018, sa plateforme propose des montres de luxe à la location pour 3, 7 ou 14 jours.

du prix de location selon le modèle.

Une offre découverte est aussi proposée sous forme d'abonnement allant de 175 à 995 francs par mois. Elle permet d'avoir accès jusqu'à six montres durant l'année, d'une valeur de 5000 francs à 30.000 francs pour l'offre supérieure.

A ce jour, la start-up composée de trois collaborateurs, propose une vingtaine de montres. «L'objectif est d'élargir ce stock à plus de 100 montres d'ici la fin de l'année, avec une attention particulière pour des modèles féminins.» ■