

## Decathlon, Auchan, Leroy Merlin... Comment la galaxie Mulliez s'engage dans l'économie circulaire

Toutes les enseignes de l'Association Familiale Mulliez ont, chacune, lancé des innovations pour recycler et moins jeter. Mais elles ont aussi ouvert des chantiers transversaux, pour à la fois faire ensemble et partager les compétences.



Decathlon va sortir l'année prochaine un pantalon de chasse fait à partir de 40 % de fibre recyclée. (PATRICK GELY/SIPA)

Par **Nicole Buyse**

Publié le 5 déc. 2020

A l'heure où quatorze enseignes de la Galaxie Mulliez publient ensemble dans la presse quotidienne une pleine page de publicité, une première, et ce afin de vanter leurs actions solidaires en pleine crise sanitaire, l'Association Familiale Mulliez (AFM), leur propriétaire, donne une impulsion nouvelle à leurs stratégies en matière de responsabilité sociale et environnementale (RSE). Si chacune reste maître de définir sa politique, un mouvement transversal s'est créé au sein de l'AFM.

Sous la houlette de Nicolas Hennon, chez Boulanger, il est animé par quatre dirigeants d'enseignes. « Sur certains chantiers, c'est plus intelligent de faire ensemble », explique le patron de la chaîne de magasins d'électrodomestique. Une vingtaine de chantiers transversaux ont été listés et viennent d'être lancés, impliquant de trois jusqu'à quarante entreprises de l'AFM. Il peut s'agir de partager le savoir-faire, comme dans l'éco-conception, sujet qui implique le plus d'enseignes de Decathlon à Kiabi en passant par Leroy Merlin ou Boulanger.

## **Faire ensemble**

Mais il peut s'agir aussi de faire ensemble. Le recyclage textile implique Fashion 3, l'écosystème textile de l'AFM créée en 2017 (Jules, Brice, Bizbee, Grain de malice, Pimkie, Orsay, RougeGorge...) en partenariat avec d'autres enseignes telles que Kiabi, Decathlon, Tape à l'oeil ou Auchan. « Le but est de faire émerger une filière de recyclage d'excellence en partant des vêtements dont les clients ne veulent plus, passant par le seconde main et l'upcycling jusqu'à produire du neuf fabriqué à base de fibres recyclées et vendu dans ces enseignes », commente le directeur général de [Fashion 3](#), Jean Christophe Garbino.

### **Les anti-Black Friday haussent le ton**

### **Black Friday : les 6 questions qui fâchent sur Amazon**

Decathlon va ainsi sortir l'année prochaine un pantalon de chasse fait à partir de 40 % de fibre recyclée, mis au point avec le Centre européen des textiles innovants de Tourcoing. « L'ambition est, d'ici à 2030, de limiter à la portion congrue l'utilisation de matière vierge, pour utiliser un maximum de fibre recyclée et 100 % à terme », annonce Christian Kinnen, à la tête d'un groupe de travail au sein de Fashion3.

## **Des vêtements à base de fibres recyclées**

Pimkie, dans sa collection hiver 2020, a déjà 13 % de références utilisant des matières recyclées polyester. Chez [Jules](#), 60 % de la collection de jeans utilise de la fibre recyclée. Pour le coton, c'est plus complexe. L'idée est de mettre en place une filière commune à toutes les enseignes. Il faut, pour cela, apporter suffisamment de volumes. « Mais les marques se mettent en mouvement car leurs clients le veulent et les actionnaires vont dans ce sens », souligne le responsable de ce programme.

En plus de la création de sites de seconde main, chez Tape à l'oeil ou ceux à venir chez Kiabi et Jules en fin d'année, des rayons ont été ouverts en magasin, en partenariat avec Patatam un service en ligne de rachat et de vente de vêtements de seconde main, que ce soit chez Kiabi (un magasin pour l'instant, six d'ici à la fin de l'année) ou chez Auchan (30 magasins, 110 d'ici à mars). Ce dernier réfléchit d'ailleurs à déployer cela à d'autres rayons, comme l'électronique grand public.

« Il s'agit de répondre aux besoins de nos clients en termes de pouvoir d'achat, mais aussi aux nouvelles attentes des consommateurs aujourd'hui plus vertueux et qui veulent moins jeter », souligne le responsable des partenariats non alimentaire chez Auchan, David Decovemacker. Des « repair cafés » collaboratifs ont ainsi été ouverts dans certains hypers, pour les appareils électroniques.

## **Réparer plutôt que jeter**

Chez Leroy Merlin, l'objectif ambitieux est que plus rien ne soit jeté en magasin. Produits défraîchis ou aux emballages abîmés sont aujourd'hui, après contrôle, remis en vente au rayon d'occasion baptisé « Parce que ce serait dommage de les jeter ».

L'enseigne de bricolage a également noué un partenariat depuis deux ans avec Spareka, site de pièces détachées qui aide le particulier au diagnostic et à la réparation avec plusieurs centaines de tutoriels et vidéo. « 72.000 clients ont été aidés depuis le début de l'année », indique Bastien Hild, responsable SAV, dépannage et économie circulaire. Electro dépôt, enseigne discount d'électroménager (groupe HTM, soeur de Boulanger), a plus récemment signé un partenariat avec Spareka, qui vise à réduire son bilan carbone de 40 % d'ici à dix ans.

Dans la tendance à la location plus qu'à la détention d'un bien, Boulanger fait figure de pionnier. Il s'est lancé dès 2007 dans la location de gros électroménager, décliné depuis sur - presque - tous ses produits. Une fois rendus, les produits sont vérifiés, nettoyés, testés et reconditionnés, pour être remis en vente sous la marque « Boulanger Second Life », sur le site Internet. Depuis dix ans, plus de 80.000 produits ont ainsi retrouvé une nouvelle vie. Ce que commence à faire Decathlon, chez qui la location se développe, avec des initiatives propres à chaque pays. En France, à celle des vélos s'est ajoutée celle du matériel de trekking et de camping. Tandis qu'en Belgique l'enseigne teste une offre de location sur quasiment tous ses produits.

## **Promouvoir la location ou la seconde main**

Quant à Norauto, l'enseigne de centres auto de l'AFM, elle propose en test depuis le 20 octobre dans vingt magasins de Paris-Sud et sur Internet la vente de pneus reconditionnés, en partenariat avec Blackstar. Cette entreprise française fournit des pneus contrôlés et dotés d'une nouvelle bande de roulement re-sculpté, appelés autrefois les pneus rechapés. « La technologie a évolué et c'est aussi efficace qu'un pneu neuf premier prix, voire de meilleure qualité », assure Philippe Blondeel responsable pôle atelier. Norauto réfléchit à d'autres domaines où déployer des produits de seconde vie, tel que les batteries par exemple. Avec ses multiples enseignes, qui ont fait ses beaux jours au temps de l'hyper consommation, l'Association Familiale Mulliez entend ainsi figurer parmi les pionniers d'une consommation plus responsable.

Notre sélection d'articles