



## Chanel lance Nevold, son hub dédié à la circularité B2B

Chanel plonge la tête la première dans le développement durable - ou plus précisément dans la gestion des déchets et le recyclage - avec la création d'un centre B2B indépendant de Chanel axé sur la circularité qui traitera les invendus, les chutes de tissu et autres matériaux inutilisés.

La nouvelle entité s'appelle Nevold (c'est-à-dire "jamais vieux") et serait dirigée par Sophie Brocart, l'ancienne PDG de Patou. En tant qu'entreprise indépendante, elle travaillera avec d'autres sociétés et marques et ne se concentrera pas uniquement sur le secteur du luxe. À terme, elle devrait être en mesure de produire des matériaux recyclés qui seront utilisés pour la fabrication de nouveaux articles.

Actuellement, environ 30% des sacs et 50% des chaussures Chanel contiennent des éléments recyclés, et cette proportion devrait augmenter. Son nouveau hub devrait aussi aider d'autres entreprises à aller dans la même direction.

L'investissement de la société dans le projet a été estimé entre 50 et 80 millions d'euros, selon le journal WWD.

Le secteur de la mode est indéniablement à l'origine d'une quantité considérable de déchets, et ce n'est pas seulement aux producteurs de fast-fashion de résoudre ce problème (même si ce sont les entreprises les plus critiquées à ce sujet). Il s'agit également d'un problème qui place le secteur de la mode dans son ensemble sous les feux de la rampe, tant pour les organismes de réglementation que pour les consommateurs de plus en plus soucieux de l'environnement.

Outre la réduction des déchets, l'industrie doit s'attaquer au problème de la raréfaction des ressources due au changement climatique qui affecte les lieux de production et s'efforcer d'éviter l'énorme ponction sur les ressources qu'entraîne la production de matériaux, tout en garantissant que ceux qui les produisent sont traités équitablement. Nevold se penchera apparemment sur cette question.

Les solutions "à l'ancienne" ne sont tout simplement plus acceptables aujourd'hui. Prenons comme exemple le tollé suscité par des informations affirmant que Burberry brûlait ses invendus il y a quelques années. Certaines entreprises optent pour des solutions créatives, comme Coach avec sa ligne Coachtopia.

Bruno Pavlovsky, président du département mode de Chanel, a déclaré à Vogue Business: "Nous avons commencé par nous demander ce qu'il advient des matériaux qui n'entrent pas dans la composition d'un produit final, ou de ceux qui atteignent la fin de leur première vie. Chez Chanel, nous ne détruisons pas les produits invendus. Mais nous n'avons pas encore de véritable système pour comprendre tout leur potentiel. Nevold est ce système."

Il sera intéressant de voir comment Nevold se développera dans les mois et les années à venir.

