

LE RECYCLAGE, UNE IDÉE MODERNE

La Suède innove. Un centre commercial est exclusivement dédié au recyclage et au bio. Ce projet durable est une première au niveau mondial. Serions-nous entrés dans une nouvelle ère de consommation ?

PAR SONIA JOHNSON

L'originalité du projet commence par les mots et leurs thématiques. Le recyclage s'associe volontiers à des ventes de charité, à la mise à disposition d'objets désormais en fin de vie. Les centres commerciaux, par opposition, font appel à un imaginaire enchanteur, avec de nombreuses offres créatrices de désirs.

“ La démarche est écologique et innovante à la fois. ”

Aujourd'hui, la Suède brouille les pistes, avec un concept résolument écologique ! Parcourir un centre commercial signifierait-il désormais faire des folies dans l'univers de la récupération ?

Le ReTuna Återbruksgalleria, une histoire de tri !

Ce centre commercial durable est le premier en Suède, en Europe et dans le monde entier ! Pour les clients, l'expérience commence, comme partout ailleurs, en franchissant de larges portes donnant sur un grand escalier et de vastes allées, ouvrant sur des boutiques aux devantures attirantes puis à l'atmosphère plus personnelle. Les horaires sont les mêmes, 10h-19h du lundi au vendredi, ou presque, 10h-15h le week-end. Pour la petite pause plaisir, le café-restaurant Returama propose des collations entièrement biologiques ! Ensuite, les consommateurs font un pas curieux dans l'inconnu.

Nous sommes en août 2015 quand les portes de la galerie marchande ReTuna Återbruksgalleria s'ouvrent au public à Eskilstuna, une petite ville située à 1h30 à l'ouest de Stockholm. La municipalité est à l'origine du projet, avec un investissement de CHF 9,3 millions. En 2017, le concept est rodé, une campagne de communication lancée et l'idée fait rêver à plusieurs échelles. En effet, ici, les objets s'offrent d'abord une nouvelle vie. Mobilier, vêtements, jouets, ustensiles pour la cuisine, appareils électroniques ou encore vélos sont présentés dans les quatorze boutiques disponibles, classées par catégories sur deux étages de 5000 m². La première étape consiste à déposer ses objets dans un centre de tri, situé au sein même de la galerie. Ensuite, le dépôt, appelé « Returen », est chargé de leur donner une seconde vie. Enfin, les travailleurs (le ReTuna Återbruksgalleria a généré 50 emplois), venus d'une entreprise sociale, assurent une gestion quotidienne des encombrants et des déchets de la ville, tout en fournissant l'ensemble des magasins. Ne reste plus qu'à séduire le consommateur grâce à un éventail de produits renouvelés et écologiques. En 2016, leur vente aurait rapporté CHF 967000.

« Notre défi est d'accueillir davantage de clients quotidiens », explique Anna Bergström, la directrice du centre. « Si d'ici à cinq ans, nous parvenons à en attirer un plus grand nombre, à augmenter les ventes et à gérer de nouveaux établissements en

faveur de l'environnement, alors nous serons une destination pour le climat. »

Une nouvelle philosophie de consommation

La démarche est écologique et innovante à la fois. La designer suisse Anita Klaiber, formée au design industriel mais se définissant comme une artisane, est depuis longtemps entrée dans cette nouvelle manière de penser la consommation. Ses Baabaaoudous originaux sont conçus à partir de vieux pullovers en laine et de vieilles cravates en soie ; ils racontent aussi bien la matière que l'histoire de celui qui la portait. « J'aime l'idée du recyclage, mais surtout celle de l'upcycling, qui me permet de transformer l'objet déchet et sa valeur négative, en une création esthétique de valeur positive, explique Anita. La matière, repropagée porte une histoire, un peu comme de l'argenterie de famille. » *Things with Souls*, le concept d'Anita Klaiber, trouverait naturellement sa place dans un centre commercial comme le ReTuna.

Expérience durable contre haut de gamme ?

Pour le Re Tuna, la compétition est rude face au mouvement lancé à Paris, Stockholm ou encore Londres. Au cœur de l'ouest londonien, le Westfield Shopping Centre ouvrirait ses portes en 2008 et inaugurerait un concept qui n'a fait que se multiplier depuis. Au menu, une « Welcome attitude », un parcours bien-être, de la lumière aux toilettes, un large choix d'espaces publics, de restaurants, de boutiques de grands créateurs et de services aux clients. La transformation d'une activité banale en un moment unique. En décembre 2017, le groupe Unibail-Rodamco, propriétaire entre autres du Mall of Scandinavia en Suède, rachétait le groupe Westfield, portant son portefeuille de centres commerciaux et de bureaux à 104. L'opération est valorisée à CHF 24,4 milliards et le patrimoine du nouvel ensemble créé à CHF 72 milliards.

Comment 1,2 milliard de visiteurs annuels vont-ils réussir un jour à faire un choix ? Peut-on vraiment passer d'un panier moyen de CHF 116 à CHF 16 au ReTuna ? Le recyclage et la profusion se croiseront peut-être au milieu de leur épopée. Car les plus grands stylistes et architectes, à l'origine de ces lieux luxuriants, ont aussi mis l'accent sur la préservation de l'environnement, avec 24 % en moins d'émission de dioxyde de carbone, une isolation naturelle et 50 % de matériel recyclé pour le Westfield de Londres.

Les similitudes entre les deux mondes sont encourageantes. « Mais nous devons être en mesure d'offrir quelque chose de plus à nos clients, analyse Anna Bergström, un endroit où dormir par exemple, ou proposer une sorte de pause en soirée, en dehors de leurs achats verts. C'est notre objectif ! » Rendu possible grâce à 14000 m² toujours disponibles à Eskilstuna pour agrandir l'offre. Le ReTuna Återbruksgalleria doit désormais confirmer son modèle d'économie circulaire. ■