

HONG KONG

UPCYCLING

EMANCIPATION DES FEMMES

GREEN
IS THE
NEW BLACK

RIL CREED

L'UPCYCLING

QUELQUES CHIFFRES

85% DES EMPLOYÉS
SONT DES FEMMES

CROISSANCE
MENSUELLE DE **+25%**

UN SAC EST CONSTITUÉ DE

80 PIÈCES

DIFFÉRENTES

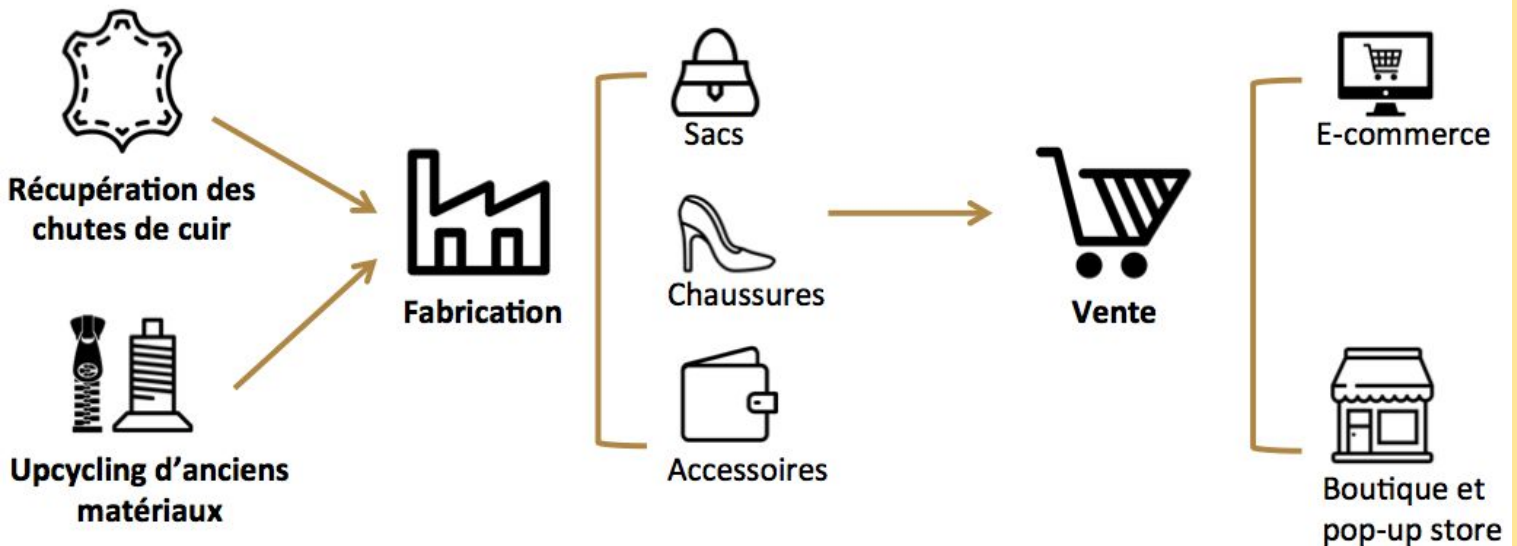
TAUX DE CONVERSION*
30% EN MOYENNE

*ou taux de transformation: ratio indiquant la proportion d'achat sur le nombre de visiteurs.

HISTOIRE

- La famille de Johanna travaille dans la **manufacture du cuir** depuis deux générations. Depuis toute petite, elle visite l'usine et se familiarise avec les processus de fabrication. Elle étudie ensuite **l'entrepreneuriat responsable** et devient consultante dans le **retail**. Johanna rencontre les fondateurs de la marque japonaise Ril Creed en 2014 et décide de la racheter. En effet, elle a une idée : utiliser toutes les **chutes de la découpe du cuir** de l'usine, qu'ils ont accumulées depuis plus de 30 ans pour produire les sacs. Aujourd'hui, toutes les collections sont faites à **100%** en cuir et matériaux **up-cyclés**. Les sacs sont faits à **la main** par les employés expérimentés de l'usine familiale. Johanna souhaite grâce à sa marque encourager l'**émancipation des femmes**. Elle veut aussi prouver que le "Made in China" peut être synonyme de qualité et de respect des employés.

PRODUCTION



LE +



Johanna organise des **cours de yoga à visée caritative** dans sa boutique : les profits sont reversés à différentes associations et ONG visant à aider les **femmes** de milieux défavorisés à Hong Kong.



RESPONSABILITÉ

ENVIRONNEMENTALE

- Johanna récupère les **chutes de cuir** de l'usine de ses parents pour fabriquer ses sacs mais aussi les fils, les fermetures éclair et les morceaux de métal.
- Les couleurs des sacs sont obtenues grâce à une peinture à **base d'eau** respectueuse de l'environnement.
- Les emballages sont faits à partir de matériaux recyclés et Ril Creed minimise l'utilisation du plastique.
- La marque est devenue partenaire de **Planet Tree** : pour chaque sac acheté un dollar est reversé à l'association pour planter un arbre. Le client peut alors savoir où l'arbre est planté.
- Ril Creed est une marque de **slow fashion**. Chaque saison, Johanna sort une collection composée d'une douzaine de modèles produits en petites quantités : 20 à 100 unités en fonction de la taille.

SOCIALE

- Dans l'usine Ril Creed, la majorité des postes de **managers** sont occupés par des femmes.
- **Transparence** : les clients peuvent visiter l'usine et découvrir comment les produits sont fabriqués.
- Les 400 employés reçoivent un **salaire juste et supérieur** au salaire minimum chinois. L'usine leur offre aussi de bonnes conditions de travail : des déjeuners, des boissons rafraîchissantes en cas de fortes chaleurs, un système de ventilation naturel.
- L'usine respecte des **standards européens** en termes de sécurité (port du masque obligatoire).
- En Chine, les employés bénéficient d'assurances et d'avantages pris en charge par l'entreprise.
- Johanna a voulu mettre en place un **management libéré** au sein de l'usine. Il y a un faible niveau hiérarchique et les ouvriers sont amenés à prendre des initiatives et la parole pour exprimer leur opinion.

MARCHÉ

Fabriquer des sacs à partir de "déchets textiles" peut être mal vu par la communauté HongKongaise et associé à des produits bas de gamme. La notion de responsabilité environnementale n'est pas un concept en vogue. Mais Johanna a réussi à convaincre ses clients en mettant en avant le **savoir faire** de la marque et la **qualité** de ses sacs.

MATURITÉ

• RIL CREED AUJOURD'HUI

Ril Creed a ouvert sa première boutique fin 2017 et n'a pas encore atteint l'équilibre financier à cause des coûts de rénovation et des premiers mois de loyer. Cependant, la marque a réussi à construire une réelle communauté de plus de **3000 clientes fidèles**. Cette saison, Johanna présente sa première collection de **chaussures** produites de la même manière que les sacs et accessoires : 100% upcyclés!

• QUELLES PERSPECTIVES ?

Johanna souhaite que sa boutique devienne un lieu **d'expérimentation** pour ses clients afin qu'ils découvrent ses produits, la qualité et le savoir faire. Elle souhaite multiplier les **pop-up stores** et les points de vente physiques car les HongKongais sont frileux concernant les achats en ligne.

• CHANGEMENT D'ÉCHELLE ET REPRODUCTIBILITÉ :

Récupérer des chutes pour fabriquer des sacs et accessoires est une bonne initiative afin d'éviter la production de nouvelles ressources. De nombreuses usines en Asie ne revalorisent pas leurs déchets textiles qui sont incinérés ou mis en décharge, il y a donc de réelle **opportunité** pour les marques qui souhaite se lancer dans **l'upcycling**. La récupération permet aussi de diminuer les coûts.

Pour plus d'informations : <https://rilcreed.com/>