

La dimension Visual Merchandising à l'EuroShop 2020

Mannequins : la durabilité peut s'atteindre de beaucoup de façons !

Des mannequins extravagants, raffinés sont depuis toujours une attraction pour les visiteurs de l'EuroShop, qui aura lieu à nouveau l'année prochaine du 16 au 20 février à Düsseldorf, et ils sont indispensables au commerce de la mode. En vitrine en particulier, ils sont un outil émotionnel qui décide souvent si un client entre dans le magasin. Actuellement cependant, il y a aussi un tout autre aspect qui se trouve au centre de l'attention chez les mannequins de vitrine : la durabilité. Il existe différentes approches dans ce domaine : des mannequins faits de matériaux (plus) durables et recyclables, et la rénovation de mannequins hors service. Mais il existe encore d'autres moyens d'agir possibles, qui ne sont actuellement pas encore très populaires : le retransfert de la production vers l'Europe, l'amélioration de l'efficacité des transports, et une durée de vie prolongée des mannequins.

Jusque dans les années 1930, et après la guerre jusque dans les années 1950, les mannequins de vitrine étaient fabriqués en cire ou en carton-pâte. Depuis, les mannequins sont majoritairement de par le monde fabriqués en polyester renforcé de fibre de verre et imprégné de résine (PRV). Les mannequins sont fabriqués en masse en Extrême-Orient, leur design et ennoblissement se font en général en Europe. Selon les connaissances actuelles, le PRV durci ne présente pas de risques pour la santé, et ce matériau n'est pas compté parmi les déchets dangereux, bien qu'il ne soit biodégradable qu'à long terme.

Cependant, il faut procéder avec soin lors du traitement de la fibre et de la résine pendant la fabrication. Leur manipulation incorrecte, des équipements d'aspiration insuffisants ou des filtres insuffisants dans les lieux de production peuvent poser des problèmes de santé et contribuer à l'émission de gaz à effet de serre.



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020

www.euroshop.de



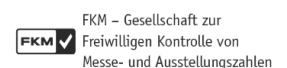
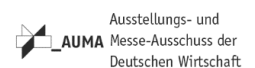
Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Deutschland

Telefon +49 211 4560 01
Telefax +49 211 4560 668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Wolfram N. Diener
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:



Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

Alternativement, les mannequins sont fabriqués en polypropylène (PP). Le polypropylène n'a pas besoin de plastifiants problématiques pour la santé, et pour cela il est considéré comme moins nocif. Néanmoins, des produits chimiques sont utilisés également dans sa fabrication. Les mannequins en PP sont moins chers, mais restent inférieurs en fermeté et en rendu détaillé aux mannequins en PRV. Les deux plastiques sont recyclables. Les mannequins n'ont définitivement pas leur place en décharge d'ordures. Le plastique ne se décompose pas en compost comme les matières organiques, mais persiste en tant que déchet plastique pendant des décennies s'il est mis au rebut de manière inappropriée.

Le fabricant italien Bonaveri s'est fixé comme objectif la réduction des émissions de CO2 lors de la production de mannequins. Sous la devise « Fashion comes and goes, but nature will always remain », l'entreprise a commercialisé en 2016 un mannequin fait à 72 % d'un « plastique bio » à base de canne à sucre, appelé B Plast®. En plus, le mannequin est verni de couleurs à base d'huile d'orange (B Paint®). Les 28 % de matière première restants sont faits de plastiques, ce qui est actuellement encore nécessaire afin de garantir la stabilité. Avec cette composition matérielle, Bonaveri offre du point de vue de la durabilité et de la stabilité une alternative équivalente au mannequin entièrement fait de plastique, et ceci avec seulement 10 % de coûts supplémentaires par rapport au mannequin fabriqué de façon conventionnelle. Par là, Bonaveri a déjà réduit de 25 % en 2016 les émissions de CO2 dans toute la chaîne de valeur des mannequins. « Et nous continuons de travailler intensément à l'optimisation », dit Business Development Manager Dr. Marzia Ricchieri. Pendant le développement, Bonaveri est accompagné d'instituts indépendants comme le *Politecnico di Milano*, de sorte que le cycle de vie entier du mannequin est certifié par des instituts indépendants.

Quelques fabricants reprennent aussi des mannequins et les éliminent correctement. En alternative à l'élimination, d'autres fabricants proposent des rénovations, et donc la réintroduction dans le circuit commercial.

Andreas Gesswein, propriétaire de Genesis Mannequins, fait lui aussi depuis de nombreuses années des recherches dans le domaine de la durabilité.



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020
www.euroshop.de



Il a fabriqué et testé des mannequins entiers faits de fibres naturelles, comme le lin, le coco, le bambou, le jute, la viscose et les fibres de bois. « Le mannequin entièrement compostable existerait déjà – mais les prix et les limitations de fermeté ne sont pas encore commercialisables », dit Gesswein.

Le transport polluant

L'entreprise souabe Vertex p.ex. a préparé des plans concrets pour une fabrication de mannequins de vitrine en Allemagne, ce qui rendrait superflu leur transport polluant depuis l'Extrême-Orient. Mais le commerce n'a pas encore signalé vouloir payer le prix pour de tels mannequins fabriqués de manière durable.

Andreas Gesswein se fait conseiller dans son travail de développement par l'institut Fraunhofer Wilhelm-Klauditz, WKI, et c'est aussi cet institut qui lui a montré que c'est toujours la fibre de verre qui possède les meilleures qualités de fermeté pour la production de mannequins, et qui peut être recyclée, à condition que les composantes des mannequins de vitrine puissent être séparées proprement après leur durée de vie. Les mannequins Genesis sont aujourd'hui faits de fibre de verre et de résine bio, et leur revêtement de surface est à base d'eau. C'est important, car contrairement à un mannequin verni, où la peinture ne peut plus être séparée de son matériau de support, il est ainsi possible et pertinent de désassembler le mannequin et de le recycler.

Mais lors du recyclage, et lorsqu'on considère l'empreinte CO2 en général, il faut aussi tenir compte de la consommation d'énergie. Des critiques du recyclage sont d'avis que celui-ci aussi émet des quantités considérables de gaz à effet de serre. Des développements comme le mannequin à base de canne à sucre de Bonaveri peuvent également être regardés d'un œil critique sous l'aspect de l'approvisionnement en matière première. Un point fait l'unanimité de tous les fabricants : il manque une législation claire, qui obligerait les fabricants à fournir des indications comparables sur la chaîne de valeur complète.

Un autre fabricant de mannequins réputé est la société Moch de Cologne. Ce producteur à l'histoire longue de 112 ans a établi la rénovation de mannequins comme un de ses domaines d'activité.



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020
www.euroshop.de



Selon l'avis du propriétaire Dr. Josef Moch, c'est ce qui vit longtemps, à cause de sa haute qualité, qui est durable « La vraie durabilité est obtenue par la non-utilisation de ressources », selon Moch. « Une possibilité pour cela est la rénovation de mannequins usagés. Pour nos clients, c'est une solution à prix intéressant et dans l'air du temps. En plus, nous créons des emplois de cette façon. »

Une nouvelle vie

Avec de nouveaux visages et peintures, les mannequins peuvent servir 20 ans de plus. Moch Figuren a ainsi rendu possible une « nouvelle vie » à des milliers de mannequins. On les rencontre dans des chaînes de magasins de toute l'Europe. Les voyages à vide lors de la récupération ou de la livraison sont évités chez Moch par une bonne planification et des collaborations avec des concurrents.

Établir un bilan écologique exhaustif de la réutilisation et rénovation de mannequins de vitrine devrait néanmoins être pareillement complexe et ardu que l'évaluation des techniques de production et de recyclage.

Selon Gesswein, les mannequins Genesis durent 10 à 20 ans, en fonction de comment leurs utilisateurs les traitent. Cependant, le design du mannequin suit la mode. « Chez des marques très actives et conscientes de la mode, un mannequin est utilisé en général pendant trois à cinq ans seulement dans le secteur principal », dit Andreas Gesswein.

Danny Bonami, propriétaire du fabricant belge du même nom, mise néanmoins sur le design intemporel de ses mannequins, et par là sur leur longévité. Au client qui utilise ses mannequins sur le long terme, il offre un design de mannequin intemporel. En plus, les visages interchangeables magnétiquement assurent un changement rapide du look & feel.

La formatrice en visual merchandising Karin Wahl trouve elle aussi que les mannequins de vitrine sont irremplaçables dans le commerce de mode : « C'est seulement sur le mannequin qu'on voit comment tombe le vêtement. » Les mannequins de vitrine ont donc une place sûre dans le commerce, et les efforts des fabricants à mettre en œuvre des solutions de production durable sont clairement reconnaissables. Ils y poursuivent des approches différentes.



EuroShop

**THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020**

www.euroshop.de



À cause du cadre difficile, comme la législation manquante mentionnée, on ne peut cependant actuellement pas montrer de solutions simples et complètes au thème de la durabilité.

« Or, si on garde à l'esprit qu'une marque qui exploite p.ex. 100 magasins possède 5 mannequins dans chaque magasin, cela fait déjà 500 mannequins fabriqués en plastique à base de pétrole brut », dit Dr. Ricchieri. « Il faut expliquer aux clients l'importance de mannequins durables ». Bonami voit en cela une mission importante, dans laquelle on investit beaucoup. Il n'est donc pas surprenant que Bonami consacrera un secteur entier au « thème vert » sur son stand au salon.

L'EuroShop 2020 comprendra au total environ 127000 m² nets dans 16 halls et sera ouverte aux visiteurs professionnels du dimanche 16 au jeudi 20 février 2020 tous les jours de 10 à 18 h. Le ticket journalier coûte 80,- euros (60,- euros en prévente en ligne / E-Ticket), le ticket 2 jours, 120,- euros (100,- euros en prévente en ligne) et le ticket permanent, 180,- euros (150,- euros en prévente en ligne). Les tickets comprennent l'aller-retour gratuit à l'EuroShop par les transports en commun VRR (Verkehrsverbund-Rhein-Ruhr). www.euroshop.de

Visitez aussi le magazine en ligne de l'EuroShop, qui propose pendant 365 jours par an des infos, interviews, reportages, articles spécialisés, études, galeries de photos et des vidéos sur des thèmes et tendances de la communauté retail internationale. mag.euroshop.de

Votre contact presse :

Dr. Cornelia Jokisch (Senior Manager Press & PR),
Tanja Karl (Junior Manager Press & PR)
tél. : +49 (0)211/4560-998/-999
fax : +49 (0)211/4560-8548
e-mail : JokischC@messe-duesseldorf.de
KarlT@messe-duesseldorf.de

dernière actualisation : novembre 2019



EuroShop
THE
WORLD'S NO. 1
RETAIL TRADE
FAIR 16 – 20 FEB
2020
www.euroshop.de

