

GÉNÉRATION T... POUR TRANSITION

LA FLAMME DURABLE DE LA GÉNÉRATION 1980

Generation T rassemble 100 jeunes de moins de 35 ans qui ont placé le développement durable au cœur de leur projet professionnel. Free-lances, employés ou étudiants, ils témoignent d'au moins deux choses: cette philosophie responsable s'impose à eux dès leurs premiers pas. Et se décline en une multitude de visions et champs d'application. Tour d'horizon des façons dont la génération 1980 réinvente l'entrepreneuriat.

OLIVIER STANDAERT

Ils sont 100. Dont 99 a ne pas avoir connu les *seventies*. Tous font partie de Generation T, soit un programme d'un an destiné à accompagner et renforcer des projets favorisant une société plus durable. Sélectionné par Act4Change et The Shift, le jury de Generation T a réuni sa première promotion en évaluant l'innovation, la capacité d'évolution, la dimension durable et l'impact potentiel du projet sur les consommateurs. On compte deux tiers de candidats néerlandophones et des profils très variés: certains sont employés (notamment de grandes banques), d'autres académiques ou étudiants, d'autres encore sont des entrepreneurs en pleine phase de décollage. Agriculture, alimentation, mobilité, mode, santé, consultance ou associatif: quel que soit le secteur d'activité, le *business model* ou l'ancrage géographique, le point commun entre ces 100 profils est qu'ils sont jeunes et qu'ils ont tous décidé de rompre, plus ou moins nettement, avec les façons de produire et de consommer qu'ils ont connues

La génération T prône un changement durable de façon économiquement rentable.

durant les premières années de leur vie. «Nous avons reçu 200 dossiers de candidature avec des ambitions très diverses», analyse Sebastiaan Kennes, *project manager* de Generation T. Au sein des jeunes, le créneau durable s'impose de plus en plus, tant au sein des structures existantes que dans l'entrepreneuriat. Act4Change et The Shift n'ont pas exigé des candidats qu'ils exhibent un *business plan* parfaitement défini. Il y a aussi de la place pour des projets encore fragiles ou en devenir. Mais pas naïfs pour autant: «Nous voulons prouver qu'un changement durable est possible de façon économiquement rentable», souligne Sabien Windels, une des nominées. Son plan à elle, ce sont des potagers urbains placés sur les toits des immeubles. Sa marchandise, elle la livre à vélo; les emplois qu'elle crée, elle les destine entre autres à des personnes en réinsertion professionnelle. Bref, un profil d'entreprise qui ne rime pas seulement, ou pas d'abord, avec profit. Mais qui ne renonce pas à être viable. A l'image des projets ci-dessous...



1. Wear a story: une seconde première main pour les vêtements

Lauriane Milis (1987) est seule à la barre de Wear a story, avec une double casquette: la gestion de sa jeune entreprise et la création de vêtements. Son créneau, une mode moins dépensière en tissus. Certes, le recyclage n'est pas neuf dans le secteur. «L'originalité de ma démarche, c'est de créer des vêtements neufs à partir d'autres vêtements. Pour des raisons éthiques, mais aussi sentimentales: trop d'habits sont condamnés ou oubliés à cause du rythme des modes et non parce qu'ils sont usés. En général, les créations de seconde main se font en reprenant surtout des tissus comme les rideaux, etc. Ma prédilection, ce sont les vêtements des années 1970 et 1980, en général de qualité supérieure aux productions actuelles. A partir d'eux, je propose des nouvelles découpes pour créer quelque chose de neuf. Chacune de mes pièces est unique.» Pour cette nouvelle membre de Generation T, à la fois styliste et diplômée en gestion, il s'agit désormais de devenir rentable et de changer d'échelle de production. «Actuellement, je donne des cours de couture et organise des ateliers de recyclage, qui me permettent de me maintenir à flot. Ca me permet aussi de proposer des prix abordables pour des pièces de première main, soit 150 euros pour une robe ou 75 euros pour un top. Les défis futurs, ce sera la collecte de vêtements, que je fais actuellement en collaboration avec des centres de tri, mais pas de manière systématique ou garantie à long terme. Il y a aussi la question de l'atelier. J'en voudrais un plus grand que celui avec lequel je collabore actuellement.» Bruxelles n'est pas la ville la plus avant-gardiste en matière de mode: Lauriane Milis espère aussi exporter sa jeune marque à l'étran-

ger, parallèlement à des partenariats plus poussés avec des enseignes comme Oxfam ou les Petits Riens. «L'argument durable touche de plus en plus de gens et les rencontres proposées par Generation T me permettront d'affiner ma vision. Mais dans le prêt-à-porter, les premiers facteurs d'achat restent le style et le prix», analyse Lauriane Milis.



PERRINE COLLIN :
« L'avantage du bambou est double : il absorbe mieux les chocs que l'acier et le carbone tout en restant compétitif au niveau du poids »

2. Cycad, le vélo en bambou «made in Belgium»

Peu de Belges travaillent une essence aussi exotique que le bambou. Ses avantages sont pourtant nombreux, y compris comme matériau pour le cadre d'un vélo. Après un long séjour aux Philippines, où elle rencontre son compagnon, Perrine Collin (1985) décide de rapatrier en Belgique tout le savoir-faire acquis grâce à la coopérative qu'elle a co-créée là-bas. L'idée des vélos en bambou débarque en Belgique. «Nous avons rapidement décidé, mon com-

LAURIANE MILIS: «Trop d'habits sont condamnés ou oubliés à cause du rythme des modes et non parce qu'ils sont usés.»

pagnon et moi, de ne pas importer les vélos, parce que cela ne correspond pas à nos objectifs. Evidemment, on aurait pu aisément choisir cette filière-là et on aurait fait une belle affaire au niveau de la main-d'œuvre! Aux Philippines, la fabrication d'un vélo nous aurait coûté 2,50 euros de main-d'œuvre. Ici, il faut déboursier 190 euros. On doit donc trouver des solutions pour créer autant de valeur ajoutée commerciale et ce n'est pas simple. Mais on préfère avoir le contrôle sur tout le processus de fabrication et favoriser l'emploi local.» Avec une production annuelle de 120 vélos adultes, Cycad a déjà atteint un certain rendement. «Mais le vélo en bambou est plus cher (1.000 euros, *Ndlr*) que pas mal de modèles de ville et surtout, il est moins connu, confesse Perrine Collin. Les draisiennes pour enfants se vendent déjà mieux.» L'avantage du bambou est double: il absorbe mieux les chocs que l'acier et le carbone tout en restant compétitif au niveau du poids (il est plus léger que l'acier mais ne rivalise pas avec le carbone). «Generation T nous sera utile pour développer une stratégie commerciale qui reste, pour l'heure, très imparfaite», estime celle qui est également employée à l'Union des classes moyennes (UCM). «Avec le recul, je constate que l'innovation technique n'est qu'un pan du travail à accomplir. Après, il faut trouver un *business model* qui permet de contourner l'obligation de produire et consommer beaucoup pour être rentable. C'est toute notre équation, admet Perrine Collin. Je travaille dans le secteur de l'économie alternative depuis quatre ans. Le plus grand défi rencontré a été de ne pas abandonner!» La structure Generation T devrait lui permettre de lancer pour de bon les vélos en bambou sur le marché belge...

3. David Lecoque: De l'électricité verte là où il n'y a pas même un pylône...

Plus d'1,5 milliard de personnes à travers le monde n'ont pas accès à l'électricité. L'Alliance pour l'électrification rurale, fondée par des associations sectorielles européennes (photovoltaïque, biomasse, éolien), a fait de cette cause sa raison d'être. Et elle peut désormais compter sur les services de David Lecoque (1987), qui a rejoint ➤



DAVID LECOQUE: « La coopération au développement passe par l'électrification, principalement grâce aux ressources d'énergies renouvelables, qui sont moins chères pour les pays concernés. »

cette structure après un début de carrière comme avocat parmi certains des plus prestigieux cabinets du pays. Derrière ce virage, une envie de changer de registre et de se pencher sur des enjeux à long terme. « La coopération au développement passe par l'électrification, principalement grâce aux ressources d'énergies renouvelables, qui sont moins chères pour les pays concernés. La décarbonisation de l'économie est un des challenges qui me semble le plus important. Au début, cela coûte plus cher que d'investir dans un générateur au diesel avec lequel on se débrouillera vaille que vaille. Nous voulons faire plus que cela. Une partie de mon travail consiste donc à proposer des solutions innovantes de financement pour des infrastructures solides », explique David Lecoque. Avec des profils comme le sien, Generation T témoigne de son ouverture aux jeunes déjà intégrés à des structures préexistantes, mais aussi sa sensibilité à des causes internationales. Son jeune âge n'empêche nullement David Lecoque de porter déjà de lourdes responsabilités au sein de l'Alliance: « En bref, je crée les conditions de marché qui rendent possible le développement des énergies renouvelables dans les pays en voie de développement ». Au sein du réseau qu'il vient d'intégrer, David Lecoque ne cherche pas tant une expertise technique qu'un regain de visibilité, des échanges

avec les autres nominés: « J'ai besoin d'apprendre de ce que les autres ont fait. Et les candidats avec lesquels je me suis déjà entretenu me confirment le caractère nécessaire de cette démarche... »

4. Le Champignon de Bruxelles voit cinq fois plus grand

Sevan Holemans (1988) a lancé le Champignon de Bruxelles il y a un peu plus de deux ans. Aujourd'hui, lui et ses deux acolytes entrent dans le giron de Generation T en même temps qu'ils s'affairent à de gros changements de cap. Fondée avec le soutien de JobYourself (partenaire d'Actiris, l'agence bruxelloise de l'emploi), l'ASBL s'est rapidement bâtie une notoriété grâce à son produit, le shiitake, venu titiller le règne sans partage du champignon de Paris. Le tout en s'inscrivant dans les principes de l'économie circulaire et en cultivant à Bruxelles un produit qui ferait près de 10.000 km s'il fallait l'importer. La structure deviendra sous peu une coopérative. « Ca change le modèle de gouvernance et signifie qu'on est prêts à s'ouvrir à d'autres influences, d'autres idées. Nous avons choisi la coopérative pour des raisons philosophiques et voulons notamment posséder l'agrément du Conseil national de la coopération. Ca ne se résume donc pas à un choix pragmatique », précise Sevan Holemans. Second chantier, les techniques de production: après avoir misé sur le marc de café, l'équipe a choisi une matière typiquement bruxelloise pour le développement de ses shiitake: la drêche de brasserie,

L'ASBL LE CHAMPIGNON s'est rapidement bâtie une notoriété grâce à son produit, le shiitake, venu titiller le règne sans partage du champignon de Paris.

produit végétal issu du brassage de l'orge. « La brasserie Stoemelings, située juste derrière le coin de la rue des Tanneurs, nous fournit en drêche. nous insistons depuis toujours sur notre ancrage bruxellois. C'est donc un choix qui nous apporte une plus-value dans la production tout en restant cohérents en termes d'image. C'est aussi une des facettes de l'économie circulaire que nous voulons adopter: les déchets ne sont pas destinés à être immédiatement brûlés ou biométhanisés. Ils peuvent être utiles avant cette étape finale et participer à un nouveau cycle de production. » Comme pour de nombreuses autres jeunes entreprises, la question de la rentabilité n'est pas encore résolue: « En effet, confirme Sevan Holemans. Et une des réponses à cette question, c'est la taille critique de notre production. Pour le moment, nous produisons encore pas mal de champignons sur du bois, ce qui est moins rentable. Notre technique de production à partir de déchets est plus efficace mais elle nécessite de meilleures machines. » Reste aussi la question de la superficie. Cultivés aux Ateliers des Tanneurs, les shiitake ne bénéficient « que » de 100 m². « Nous avons conclu notre arrivée prochaine aux Caves de Cureghem, où nous aurons 500 m² à notre disposition. Ca fera une nette différence ». Dernier axe, la diversification: « nous avons déjà lancé des produits séchés et des kits pour cultiver ses champignons à la maison. Mais dans notre secteur, ce sont les produits transformés qui apportent de la marge. Nous avons donc pour projet de se doter d'une cuisine homologuée par l'Afscsa, où nous pourrions fabriquer nos propres tapenades et recettes. » ©

