

Peurce, la marque de sacs produits à partir de pommes recyclées

Installée à Plancoët, en Bretagne, cette ligne de maroquinerie propose une alternative aux sacs et autres accessoires en cuir animal.

Après les baskets Zèta, en « cuir » de raisin ou les chaussures Supergreen en fibre de maïs, place au sac produit à partir de pommes recyclées ! Créée par la brestoïse Marie Quiniou, la marque Peurce, basée à Plancoët, imagine une ligne de sacs et de petite maroquinerie (porte-cartes et protège passeport) dont la matière première provient des productions de jus de pomme, au sein desquelles sont récupérés la peau, la chair, les pépins et la queue pour créer l'« appleskin » (peau de pomme, nldr). Une fois séchés et broyés, ces éléments sont mélangés à des produits synthétiques (réduits de moitié par rapport à de la maroquinerie traditionnelle), puis étalés et moulés pour obtenir un cuir avec un effet grainé ou « crocodile »... sans qu'aucun animal n'ait été mis en danger !

Transparence des produits

Cette marque est née d'une prise de conscience de sa fondatrice, Marie Quiniou qui, fin 2020, décide de quitter son emploi dans le marketing pour proposer une alternative écoresponsable à la maroquinerie conventionnelle. L'idée est de créer des modèles durables, aussi bien en termes de composition que de style, pour que ses produits survivent aux effets de mode et ne suivent pas la logique dominante de la *fast fashion*.

Peurce joue la transparence avec ses clients et clientes et indique la provenance de chacun des éléments qui composent ses produits. Pour un sac, l'extérieur est créé à partir de déchets de pommes récupérés et transformés en Toscane, en Italie. La doublure intérieure n'est pas enduite et est tissée en Italie. La bijouterie du sac, en laiton, zamak et fer est réalisée dans la province de Bologne. Enfin, les renforts, qui permettent de maintenir la rigidité et la structure du produit, sont en plastique recyclé et proviennent de la province de Macerata, en Italie également.

À lire aussi

Valeurs, conception, prix... Les défis des jeunes marques de mode responsable

Pour financer sa première collection, Peurce a lancé une campagne de financement participatif sur Ulule, où les produits sont disponibles en précommande. La production sera lancée seulement une fois la campagne finie, afin d'éviter la surproduction. Si l'objectif des 100% a été atteint en moins de 24 heures, permettant d'assurer la production des sacs commandés, Marie Quiniou espère maintenant atteindre les 200%, qui donneront assez de fonds à la marque pour dévoiler un prochain produit ainsi qu'un nouveau coloris.

Pour soutenir Peurce, c'est par ici.

Article écrit par HELOÏSE PONS