

L'e-shop Linverse met en avant des produits recyclés et upcyclés

Avec leur plateforme de vente en ligne baptisée Linverse, Pauline Galy et Deborah Lopes ont décidé de mettre en avant des produits fabriqués à partir de matières premières qui ont déjà vécu une première vie. Pour financer leur projet, elles ont lancé une campagne de financement participatif sur KissKissBankBank qui a déjà dépassé le premier palier espéré.

Des chambres à air qui deviennent des boucles d'oreilles, des bouteilles en plastique qui se transforment en pull, des toiles de montgolfières reconditionnées en coussin. Tous ces produits existent bel et bien et se trouvent sur [l'e-shop Linverse](#). Lancé par Deborah Lopes et Pauline Gary, le concept store se veut à rebours de la mode traditionnelle.

Tous les produits proposés sur la plateforme sont réalisés par des créateurs et sont en partie recyclés, upcyclés ou les deux. Quelle est la différence ? Le recyclage nécessite une transformation de la matière pour pouvoir la réutiliser ou l'intégrer à un produit tandis que l'upcycling consiste à récupérer une matière pour lui donner directement une seconde vie. Ces deux solutions poursuivent le même objectif : éviter l'extraction et l'utilisation de nouvelles matières premières dans une industrie où le gaspillage et la surconsommation

font rage.

À lire aussi

[17 startups qui offrent une alternative responsable à la fast fashion](#)

Le consommateur est informé de la ou des parties réalisées à partir de ces matières recyclées ou upcyclées. Leur premier usage est également indiqué. Pour faciliter la compréhension et assurer une transparence sur l'origine des produits, les deux entrepreneuses ont développé une série de logo permettant de préciser si le produit est Made in France ou Made in Europe; s'il s'agit d'une pièce unique, s'il est fabriqué de manière artisanale ou encore s'il est vegan ou personnalisable.

Avec la livraison, la boucle de l'impact est bouclée. Linverse travaille avec Boomerg, une société qui propose des emballages réutilisables et conçus à partir de bâches publicitaires. Une fois le colis reçu, le consommateur peut simplement renvoyer l'emballage à Boomerg qui s'en servira pour un autre envoi.

Pour financer leur projet, les deux associées ont lancé une campagne de financement participatif sur KissKissBankBank. Après avoir atteint leur première objectif, elles espèrent atteindre le deuxième échelon afin de pouvoir proposer de nouveaux produits à leurs clients, intégrer une messagerie à leur site ou encore ajouter un système de filtres pour trouver plus facilement les produits. Dans les contreparties proposées aux participants, on trouve des kit zéro déchet, des boucles d'oreille, des tee-shirts ou encore des tote bag. La campagne court jusqu'au 5 novembre.

[Pour découvrir et soutenir Linverse, c'est ici.](#)