



## Portrait

### INNOVATION

# « On n'est pas obligé d'accepter la vie que l'on nous propose »

Florence Hallouin dirige Génération plume, une entreprise qui lie démarche économique, sociale et environnementale. Elle a obtenu le prix de la dynamique de croissance.

**L**es mains agiles de Florence Hallouin effleurent le produit tout juste sorti de l'usine. Une caresse singulière pour cette couche-culotte lavable imaginée et conçue par elle, après trois années de recherche et développement. Un travail intellectuel pour aboutir à une création conforme à ses idées « en faveur de la défense de la nature. Je ne suis pas d'accord pour cramer de la matière première, notamment dans des produits jetables », confie-t-elle. À 43 ans, la designer industrielle dirige Génération plume, une appellation forme de clin d'œil aux « générations plus légères qui préservent mieux la biodiversité, plus conscientes de la fragilité des ressources naturelles », explique-t-elle d'une voix aussi douce que convaincante.

Implantée à Paris depuis 2009, la petite entreprise de neuf personnes a reçu, le 8 décembre, le prix de la dynamique de croissance, récompensant « une femme dont la structure est entrée en phase de croissance-développement potentiellement génératrice d'emploi et d'activité », souligne Initiative Île-de-France, un organisme qui, depuis cinq ans, promeut les cheffes d'entreprise répondant au double enjeu économique et social.

Un prix mérité pour Florence Hallouin qui, avec son associée Clémence Ossent, commercialise des produits d'hygiène durables particulièrement bénéfiques à l'environnement. Ainsi, alors qu'un enfant, de la naissance à la propreté, comptabilise, en moyenne, 5 000 couches jetées, avec le produit de Génération plume, seulement une quinzaine suffisent pour couvrir cette période. « Notre solution permet de diminuer de dix fois les déchets, soit une économie de 900 kg sur la tonne engendrée par les couches jetables. Nous rejetons nettement moins de gaz à effet de serre (- 93 %) », explique la designer.

**En concevant ses couches-culottes, Florence Hallouin a pensé au porte-monnaie des familles**

Après la naissance de son deuxième enfant, Florence

Hallouin décide de quitter sa fonction de cadre à Euro-disney, « une bonne situation avec un plan de carrière. Il n'empêche, dit-elle, ce n'était pas une raison suffisante pour avoir envie de me lever chaque matin ». Écologiste convaincue, elle refuse que « le progrès soit juste une valeur ajoutée. Il faut qu'il soit avant tout sociétal ». Pour ne pas prendre trop de risques, elle se lance dans un domaine dans lequel elle se sent « légitime », « crédible », en rapport avec ses compétences. En rapport avec ses valeurs. « On n'est pas obligé d'accepter totalement la vie que l'on nous propose. Ce n'est pas une fatalité. On peut essayer de comprendre le monde », analyse-t-elle.

Un monde qu'elle tente, à son niveau, de changer. En parents engagés, les époux Hallouin n'avaient pas hésité à couvrir les petites fesses de leurs bébés avec des couches-culottes, tout en se rendant compte qu'elles « n'étaient pas du tout abouties, souligne Florence. Je me suis dit que je pouvais les améliorer ».

Pari réussi avec la réalisation de sa gamme baptisée Hamac. La maman créatrice nous montre fièrement le produit, composé d'une culotte ultrafine à l'intérieur de laquelle se trouve une nacelle anti-fuites. Les parents peuvent y placer un absorbant soit lavable, soit jetable et biodégradable. Une quarantaine de crèches sont d'ores et déjà séduites.

En concevant ses couches-culottes, la cheffe d'entreprise a également pensé au porte-monnaie des familles. Un rapide calcul montre, selon elle, qu'« un couple réalise environ 900 euros d'économies pour le premier bébé et quasiment 2 000 euros pour le deuxième ». Son but dans les cinq années à venir : « Démocratiser l'usage pour être la solution alternative. On doit arriver à faire des produits d'hygiène durables qui conviennent au plus grand nombre de personnes. Ainsi, on pourra diminuer efficacement les déchets. »



Virulente envers la consommation à outrance, cette insatiable perfectionniste n'en a pas fini de réfléchir à l'amélioration de sa production. « *Ce qui m'anime au quotidien, dit-elle, c'est d'apprendre, d'aller au bout de mes idées, de découvrir...* » Refusant de « *rentrer dans une sorte de moule social* », elle s'est battue pour que les couches Hamac soient labellisées Origine France Garantie. Pas uniquement pour les retombées économiques locales, mais « *parce qu'il existe en France un vrai savoir-faire en bonneterie et en lingerie* », affirme-t-elle. Tout est made in France, à l'exception du textile qui provient d'Italie, de Belgique et d'Espagne. « *Il n'y a pas de matière première chez nous* », précise-t-elle.

Une immense joie a illuminé Florence Hallouin et son associée lors de la soirée de remise du prix. « *Nous sommes moins la start-up du débat* », sourit-elle. « *C'est la récompense du chemin parcouru* », dit-elle, en espérant que cette distinction sorte son entreprise de l'anonymat en augmentant son chiffre d'affaires. Aujourd'hui, elle touche moins de 1 % du marché actuel. « *Il y a 800 000 naissances par an en France et 2300 000 enfants chaque année en âge de porter des couches. Le marché est énorme. Et le gâchis aussi* », souligne l'entrepreneuse, à la fois anxieuse et tournée vers l'avenir.

MINA KACI

**LES FEMMES ET L'ENTREPRISE**

Les femmes représentent seulement 30 % de la population des créateurs d'entreprise. Avec le prix dédié aux entrepreneuses, Initiative Île-de-France entend augmenter le taux de féminisation de secteurs d'activité majoritairement occupés par des hommes.

Image non disponible.  
Restriction de l'éditeur

C'EST APRÈS LA NAISSANCE DE SON DEUXIÈME ENFANT QUE FLORENCE HALLOUIN DÉCIDE DE QUITTER SA FONCTION DE CADRE À EURODISNEY.  
PHOTO FRANCINE BAIANDE