

# Transcription On The Way

Anne-Claire Lapie – Yuna

BNP Paribas Personal Finance vous invite à découvrir On the Way, le podcast qui explore les chemins de la consommation responsable. Entrepreneurs, acteurs du monde de l'entreprise ou chercheurs, On The Way donne la parole à ceux qui agissent jour après jour pour construire une consommation plus durable. Bienvenue et bonne écoute !

Bonjour, je suis Anne-Claire Lapie, la fondatrice de Yuna, une entreprise qui revalorise le linge d'hôtellerie. Si je devais reprendre un petit peu mon parcours : je suis née en Champagne, au milieu des vignes et des champs, de parents agriculteurs et viticulteurs. Donc, à la base, j'ai quand même une forte sensibilité pour les sujets agro-alimentaires et l'alimentation au sens large.

Je n'ai pas fait d'école d'ingénieur, néanmoins j'ai fait une école de commerce. J'ai travaillé pas mal en conseil de nombreuses années, surtout sur des sujets justement agro-alimentaires, des sujets d'innovation et de développement de nouveaux marchés. Et à un moment donné, j'aimais beaucoup le côté réflexion stratégique dans le conseil. Mais j'avais envie d'avoir un peu plus d'opérationnel dans mon métier.

Donc j'ai rejoint Picard au poste de responsable du développement des nouvelles activités pour le Groupe. Donc là, je partais de la feuille blanche : j'identifiais des opportunités de développement, je les étudiais, je mettais en place des tests et derrière je lançais les activités. Donc c'est un métier qui m'a passionnée parce que j'avais plein de choses à faire tout le temps.

Je rencontrais plein de monde différent, je touchais à tout. Néanmoins, au bout de six ans, j'ai commencé à me poser des questions sur le sens de mon métier, sur le sens de ce que je faisais. Et je pense que je n'ai pas eu vraiment un réveil écologique soudain, comme certaines personnes. Moi ça a été plutôt une combinaison de facteurs.

J'ai eu des enfants aussi à cette époque-ci, donc je pense que ça a certainement un petit peu joué. J'ai commencé aussi à me documenter pas mal sur le dérèglement climatique et ça m'a interpellé alors qu'avant je pense que j'avais conscience de tout ça, mais de manière beaucoup moins forte. Je me souviens aussi qu'à cette époque-là, j'avais fait un atelier 2 Tonnes, j'avais trouvé ça super chouette.

Donc l'atelier 2 Tonnes, je pense que certains savent, mais l'objectif c'est vraiment de réduire nos émissions de CO2 et de gaz à effet de serre au sens plus large, et d'arriver à deux tonnes à 2050 pour respecter les accords de Paris et limiter le réchauffement climatique à deux degrés à 2100. Donc c'est vrai que vu comme ça, ça paraît compliqué, mais je pense qu'on peut y arriver.

Et moi, ce qui m'avait frappé, c'était surtout sur la partie alimentation. J'avais vu, qu'en gros, que ça avait un gros impact sur le réchauffement climatique et ça m'a fait prendre

conscience aussi de beaucoup de choses. Moi j'avais déjà une alimentation plutôt saine, mais j'ai renforcé aussi ça et après je me suis mis à manger que de saison, à manger local, à réduire ma consommation de viande, même si je n'en mangeais pas beaucoup à la base et ce n'est pas un problème pour moi.

Donc le réveil écologique a été quand même, on peut le voir, une vraie combinaison de facteurs. Et j'ai décidé de partir de Picard et de me mettre à mon compte en freelance en conseil sur des sujets agro-alimentaires et économie circulaire. J'avais créé aussi à l'époque des ateliers de sensibilisation à l'alimentation durable. Donc tout ça c'était bien, mais néanmoins, j'ai toujours eu envie d'entreprendre et cette envie elle est réapparue assez vite.

Donc j'avais envie d'être un peu plus quand même dans l'opérationnel, au-delà du conseil. Et là je me suis dit « bon bah c'est le bon moment ! » Je n'avais jamais trouvé le bon moment, je ne m'étais jamais lancée et je me suis dit c'est maintenant qu'il faut y aller. Donc j'ai commencé à regarder des sujets agro-alimentaires parce que c'était quand même mon domaine de prédilection, donc des sujets à impacts.

J'ai exploré un peu tout ça, mais finalement j'ai trouvé que c'était assez concurrentiel, assez capitalistique. Je n'ai pas trouvé le sujet vraiment qui est qui m'inspirait. Du coup, j'ai décidé de refermer un petit peu de manière temporaire le sujet agro-alimentaire et je me suis souvenue que j'avais trouvé enfin cherché des articles de linge de seconde main assez qualitatifs et je n'avais pas trouvé grand-chose qui m'inspirait et je me suis dit qu'il y avait peut-être quelque chose à creuser. Donc j'ai commencé à creuser et c'est vraiment comme ça qu'est née l'idée.

## **PAUSE MUSICALE**

Dans le monde de l'hôtellerie, en fait, les hôtels ne sont pas forcément propriétaires de leur linge. Ça va être les blanchisseries, en fait, qui sont propriétaires du linge la majorité du temps, à 90 % environ. Du coup, ces blanchisseries elles vont louer le linge aux hôtels. Elles ont des contrats de location par exemple de potentiellement deux ou trois ans.

Une fois que le contrat est fini, le linge n'est pas toujours réutilisé par la suite. Moi, dans mon cas, j'ai commencé à regarder le marché et en particulier j'ai commencé à appeler des blanchisseries et des hôtels pour comprendre un peu ce qu'il advenait du linge réformé et du linge qui était écarté du circuit. Je me suis rendu compte donc en parlant avec eux et en allant les voir aussi, qu'il y avait une quantité de linge qui était assez énorme qui sortait du circuit.

C'est assez cohérent avec ce qui se passe finalement dans l'industrie textile. L'industrie textile, c'est l'industrie la plus polluante, une des plus polluantes au monde. C'est 8 % d'émissions de gaz à effet de serre. Ça aussi énorme impact, au-delà des émissions de CO2, sur environnementaux au sens large. Donc des impacts sur la pollution de l'eau, puisque quand on fabrique des articles, ces articles-là on les colore souvent et ces colorations sont rejetées,

Ces teintures sont rejetées dans les cours d'eau. Ça a aussi de gros impact sur les ressources en eau puisque quand on produit un kilo de coton, c'est 10 000 litres d'eau qui sont usées, qui sont utilisées. Et donc quand on produit un drap, si on dit qu'un drap c'est un kilo, bon ben du coup c'est 10 000 litres d'eau.

Si on fait de la seconde main, c'est 10 000 litres d'eau qu'on peut économiser. Il y a des impacts aussi sur la biodiversité bien sûr. Et du coup je me suis dit ben là, en fait, l'industrie textile, c'est un gros sujet, c'est de gros impacts. Dans le monde de l'hôtellerie, il y a un peu moins de données en fait, c'est un peu plus dur de trouver des données.

Néanmoins, on sait qu'il y a quand même beaucoup de linge qui est utilisé par les hôtels au quotidien. Il faut environ 5 à 7 jeux de linge par chambre pour un hôtel. Donc si on prend un hôtel basique, par exemple de 50 chambres, c'est assez considérable. Parce qu'à chaque fois il y a un jeu de lit, donc des draps, un drap housse, une housse de couette, serviettes de bain, etc.

Qui est en chambre. Un autre jeu de linge qui est en train de partir à la blanchisserie, un autre qui est à la blanchisserie, un autre qui est sur le retour, un jeu qu'on garde au cas où... Donc ça fait beaucoup beaucoup de linge utilisé. Dans les hôtels, notamment quatre et cinq étoiles, il faut du linge très qualitatif et irréprochable. Donc dès qu'on a le moindre défaut, le trou, la tâche, on met le linge de côté, on ne garde pas.

Et ce linge peut être vraiment de très très bonne qualité. C'est vrai que l'hôtellerie en général utilise vraiment du linge très qualitatif. Il y a un des critères, c'est le nombre de fils par centimètre carré. À 120 fils environ par centimètre carré, on a déjà du très très beau linge. Donc ça veut dire que c'est du linge qu'on écarte du monde de l'hôtellerie alors qu'il est potentiellement en bon état.

Soit c'est du déchet, vraiment. Donc il n'est pas jeté, mais « recyclé » on va dire, soit ça peut être du linge qui est très qualitatif encore, mais qui a un petit trou, une petite tâche, mais là c'est pareil, ça va sur du déchet parce qu'ils ne savent pas quoi en faire. Soit c'est du linge réformé parce que le contrat est terminé. Pour un hôtel, ça peut être aussi je rénove et puis je ne sais pas quoi faire de mon linge, ça peut être je change de collection.

Donc c'est une des raisons qui vont faire qu'ils vont changer de linge. Si on regarde un petit peu plus la partie client, moi j'avais appelé aussi dans mon étude de marché pas mal de gîtes, de chambres d'hôtes, de campings, de conciergerie Airbnb. Et en fait, eux, ils recherchent du linge blanc parce que ce sont quand même des hôteliers.

Et le linge blanc, c'est quand même la norme en hôtellerie puisqu'on voit quand il y a une tache ou pas, contrairement à un linge de couleur ; et c'est vrai que je me suis dit en les appelant qu'il y avait aussi certainement un besoin. Parce que ce qu'ils cherchent souvent, c'est quand même du linge qualitatif, c'est du linge qui est quand même relativement bon marché aussi, parce que contrairement aux hôtels cinq étoiles, ils n'ont pas en fait une trésorerie énorme à mettre dans cette partie linge. Et du coup le côté seconde main pouvait les intéresser aussi.

Ce n'est pas forcément le premier critère parce que le premier critère quand même, c'est souvent le prix qui compte. Mais le côté qualitatif, blanc et avec un prix intéressant, pouvait être intéressant pour eux. Donc la combinaison de tout ça, ça m'a fait dire qu'il y avait un potentiel pour créer Yuna.

## PAUSE MUSICALE

Suite à ça, j'ai commencé à réfléchir à un business model sur la partie : « Qu'est-ce que ça pourrait être le business model du linge de seconde main issu de l'hôtellerie ? » Mais je n'y ai pas passé trop de temps parce que je savais par expérience, quand j'étais consultante, qu'on passe souvent beaucoup de temps sur les *business models* et que moi j'avais besoin de tester, de lancer des choses et de pouvoir par la suite itérer.

Donc chez Yuna, on a trois axes qui sont soit déjà développés, soit qu'on souhaite développer. Donc on a la vente de linge d'hôtellerie de seconde main. Donc là, comme je le disais tout à l'heure, c'est vraiment du linge qui est issu d'hôtels ou de blanchisseries qu'on va trier, qu'on va laver et qu'on va reconditionner et representer en seconde main.

On a des articles neufs issus du déstockage. Toujours dans l'idée vraiment de réemployer. Parce que chez les fabricants, il peut y avoir certains défauts parfois sur le linge, parce que parfois un client a passé une commande et finalement va décider qu'il a plus besoin de ce linge donc le fabriquant va se retrouver avec beaucoup de linge sur les bras dont il ne sait que faire.

Donc là, il va déstocker. Et le troisième axe qu'on souhaite développer, c'est l'upcycling. Parce que justement, moi, quand j'avais visité des blanchisseries, j'avais vu du linge qui était en bon état, qui était qualitatif mais sur lequel il y avait un petit trou ou une petite tache. Et moi je suis persuadée, plutôt que ce soit transformé en chiffon, je suis persuadée qu'on peut vraiment le revaloriser d'une meilleure manière que ça.

Donc c'est vraiment les trois axes sur lesquels on travaille. On a vraiment du coup pour idée de vraiment favoriser le réemploi. Mais ce qu'on veut aussi faire, c'est avoir vraiment une démarche inclusive et sociale et solidaire. Et c'est pour ça qu'on travaille avec des ESAT sur la partie notamment tri et blanchisserie. Et moi je souhaite vraiment qu'on puisse développer en fait ces différents partenariats, peut-être aussi par la suite avec des ateliers de réinsertion sur la partie couture peut-être.

Donc, je souhaite qu'on puisse développer ça à l'avenir.

## PAUSE MUSICALE

La première collecte, c'est toujours un petit peu grisant. On se dit bon bah voilà j'ai trouvé mon lot. Je suis tombée sur un hôtel qui avait du linge qui était inutilisé et donc ça s'est fait comme ça, de manière assez simple. Ils m'ont dit ben oui, nous en aimerait bien s'en débarrasser, on aimerait bien qu'il serve à quelque chose.

Derrière je vais aussi trouver comment le transporter.

Par la suite le linge a été trié. Donc une bonne partie, en fait, moi je l'ai fait moi-même au début parce que c'était important que je puisse me rendre compte des problèmes qu'on pouvait rencontrer sur le linge. Il était quand même très qualitatif, donc il n'y a pas grand-chose qui a été mis de côté. Et après il a été lavé et par un ESAT justement et reconditionné.

Voilà un petit peu l'histoire du premier linge. Et ensuite il y a toute la partie site internet. Donc moi j'ai fait mon site toute seule, je me suis fait aider quelques heures par un freelance, mais j'ai fait mon site toute seule. C'est vrai que je ne connaissais rien du tout au départ sur la création de site internet. J'ai mis en fait tout en ligne.

Il faut mettre les photos, il faut mettre les descriptions de produits... Et ça c'est que la première partie. Parce que par la suite, faut aussi travailler sur le référencement et ça c'est quelque chose sur lequel je suis en train de retravailler aujourd'hui. Parce que derrière, avoir un site avec des beaux produits, c'est sympa.

Mais après, il faut être connu. Les gens sur Google, ils ne vous trouvent pas. Donc c'est soit se faire connaître autrement, mais quand même la partie Google et internet est quand même une grosse partie. Le gros flux il vient de là quand même, donc il faut réussir à être bien référencé. C'est intéressant de dire que sur le site justement, moi ce que je voulais faire au début, c'était parler beaucoup de l'impact. Parce que c'est quand même ce qui me motive au début et c'est quand même la raison pour laquelle j'ai créé la société.

Donc c'est ce que j'ai fait au début et c'est ce qu'on continue à faire. Néanmoins, c'est quand même important aussi de parler de la qualité et du prix, parce que c'est quand même ça qui fait venir les clients et qui les fait acheter. Des produits qualitatifs qui ne sont pas que de la seconde main, mais aussi des produits qualitatifs à un prix intéressant :

C'est ça qui intéresse quand même le plus les gens qui viennent sur notre site. Après moi j'ai envie aussi que ce soit un site qui parle plus d'impact de manière générale, donc on ne l'a pas encore fait, mais on aimerait bien que sur des articles de blog, on aimerait bien aussi référencer des gens qui nous ressemblent. On aimerait bien parler d'impact, d'impact du textile de manière plus globale, d'écologie, de bons modèles à suivre, de bonnes entreprises qui font de la seconde main...

Enfin voilà, on aimerait bien être plus large que juste dire voilà, on a des articles de qualité et de seconde main. On aimerait bien parler plus d'impact aussi. Après, il y a des questions à se poser quand on achète un drap. Donc en fait ça dépend déjà de « est ce que je suis un particulier ou est-ce que je suis un B2B, un gîte, une chambre d'hôtes qui veut du linge professionnel ? »

Parce que la différence est quand même importante. Le linge professionnel, il est fait souvent pour passer en blanchisserie industrielle, du coup il est quand même... pas malmené, mais il subit quand même pas mal de lavage à des hautes températures, donc ce n'est quand même pas tout à fait la même qualité. Donc il faut déjà savoir si on veut du linge professionnel ou du linge pour particulier.

Après, si on est particulier, on peut très bien prendre aussi du linge professionnel, ce n'est pas un problème. On peut regarder les matériaux qui composent le linge. Donc ça peut être de la percale de coton, ça peut être du coton polyester, pas mal de matériaux différents. J'en ai parlé tout à l'heure, on peut regarder le nombre de fils si on a l'information.

Donc chez nous on ne l'a pas forcément toujours et c'est un peu le problème qu'on a, c'est que nous, comme on a de la seconde main, on n'a pas toujours les informations, de fiches techniques. Si vous êtes un particulier, vous allez acheter du linge neuf, vous allez savoir la provenance, alors pas toujours mais on peut, vous allez connaître le type de textile qui compose le linge, éventuellement le grammage, le nombre de fils par centimètres, etc.

Nous, ce n'est pas toujours ce qu'on a. Mais après nous on en a aussi, quand on a des marques, des belles marques de linge qui sont reconnues, on le met aussi en avant pour montrer aux clients que le linge est vraiment qualitatif. Donc c'est un peu ce qu'on fait aujourd'hui et on essaye d'avoir au maximum toutes les informations qu'on peut avoir.

## **PAUSE MUSICALE**

Aujourd'hui, nous on est quand même essentiellement sur le linge de seconde main, donc issu de l'hôtellerie ou des blanchisseries. On a quand même plusieurs enjeux pour 2025, c'est de se faire connaître, que ce soit des blanchisseurs ou des hôtels ou des fabricants de linge qui veulent déstocker. Et ça, c'est la partie sourcing qui est importante pour nous et qui prend beaucoup de temps.

Il faut aussi qu'on arrive à se faire mieux connaître des clients et à être mieux référencé. Parce qu'aujourd'hui on est quand même une jeune entreprise, donc le marché du linge de manière générale est assez concurrentiel. Il faut qu'on arrive à référencer, justement j'en parlais, plus d'article neufs. Aujourd'hui on est essentiellement sur le linge de seconde main, ce qui fait que les gens vont venir aussi, c'est qu'il va y avoir et de la seconde main et du neuf, et surtout une offre variée et diversifiée avec des volumes intéressants.

Aujourd'hui, on a une quinzaine de références sur le site, donc ça fluctue. On a des volumes sur chaque référence qui sont plutôt intéressants. Mais c'est vrai qu'il faut qu'on arrive à avoir plus de références qu'aujourd'hui. On a un gros travail aussi sur l'upcycling parce que, comme je disais tout à l'heure, il y a quand même beaucoup de linge qui est de bonne qualité mais qui peut être un petit peu abîmé ou avec des petits défauts.

C'est tout l'enjeu en fait de trouver les articles qu'on va pouvoir créer et qui vont permettre de revaloriser au mieux ce linge et surtout sur des articles on va dire beaux, des belles pièces, des articles un peu iconiques sur lesquels les gens seront prêts à mettre un certain prix parce que l'upcycling par nature, en fait, je pense que tout le monde n'en est pas forcément conscient -

Mais ça coûte assez cher. Parce que ça veut dire transformé, donc c'est comme un produit neuf. Nous on fait ça en France, donc c'est du made in France, donc on n'a pas des coûts de main d'œuvre de l'autre bout du monde. Il faut que les gens aussi soient conscients que ce sont des articles qui coûtent à la base cher, donc qui vont forcément être vendus plus cher. On ne peut pas considérer ça comme de la seconde main.

Et puis le dernier point qui va un peu avec tout ça, c'est travailler aussi, retravailler sur notre modèle économique et faire en sorte qu'on puisse trouver justement le bon modèle économique au milieu de tous ces axes et qu'on puisse vraiment pérenniser l'entreprise. Après, moi, je suis vraiment convaincue qu'il y a plein de choses à faire sur la revalorisation du linge, donc je suis sûre qu'on peut trouver des bons modèles.

Et c'est vraiment ça qui me motive au quotidien. On a quand même la chance d'être sur un secteur en fait, qui est quand même en fort développement. La seconde main, c'est 7 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France. Donc c'est quand même énorme. C'est en croissance. Il y a trois Français sur quatre en 2021 qui ont acheté de seconde en seconde main.

Donc en 2024, je pense que c'est encore plus. Donc ça ce sont des points positifs. Néanmoins, il y a quand même toujours des difficultés, il y a des challenges pour nous à relever. C'est vrai que c'est quand même un secteur concurrentiel de manière générale, sans parler de la seconde main. Mais le secteur du linge, et en particulier du linge professionnel, est assez concurrentiel.

Il y a quand même beaucoup de concurrents. Sur la partie seconde main il y a aussi des plateformes qu'on connaît tous, type Leboncoin, Vinted, des choses comme ça. Après ce n'est pas forcément là que vont les professionnels pour acheter leur linge. Nous notre difficulté elle réside aussi dans le fait d'avoir et une offre étoffée, et en fait des volumes associés.

Si j'avais une marque de neuf, j'irais voir mon fabricant et je lui dirais « je veux telle quantité de tel article » et on est bons. Alors que nous, en fait, on prend ce qu'on nous donne ou ce qu'on nous vend. Donc la difficulté est quand même importante sur ces sujets et ça ne convient pas toujours au client qui va venir sur notre site.

C'est pour ça que c'est important aussi de pouvoir compléter avec des articles neufs issus du déstockage. Et puis je pense qu'il y a aussi un vrai travail d'éducation à faire auprès du consommateur. Parce que le consommateur, souvent, il se dit seconde main, c'est forcément moins cher. Donc certes c'est moins cher et c'est l'objectif, mais il y a quand même un certain coût.

Déjà, il y a les coûts inhérents à une entreprise, qu'elle soit dans l'économie circulaire ou conventionnelle. Et puis après, sur du reconditionné ou de la seconde main, il y a les coûts liés à l'audit de qualité, au tri, nous à la blanchisserie par exemple. Et il y a encore plus de coûts sur l'upcycling puisque là on parle en effet de transformation.



Enfin, c'est sûr que quand on achète un produit qui va être fait à l'autre bout du monde, la partie vraiment matériaux et fabrication est assez peu coûteuse. Ce n'est pas ça qui coûte cher en fait dans un produit, quand le produit est fait à l'autre bout du monde. Nous, si on parle d'upcycling et qu'on fait en France, forcément ça a un certain coût.

Donc il y a un vrai travail d'éducation à faire auprès du consommateur.

## **PAUSE MUSICALE**

Moi, j'ai envie de parler d'un film que j'ai vu récemment qui s'appelle « Une année difficile », qui est un film d'Eric Toledano et Olivier Nakache. Et en fait, c'est l'histoire de deux hommes un peu paumés, surendettés, qui se retrouvent pris dans un mouvement de militant écologistes, un peu malgré eux. Et en parallèle de ça, ils ont une association qui les coache pour éviter de céder à la consommation facile on va dire.

Et ce coach, en l'occurrence, c'est un peu cocasse, parce que le coach, en l'occurrence, est lui-même addict aux Jeux. Et en fait, il leur dit une phrase, trois phrases même, pour que justement ils essayent de moins consommer. Il leur dit : « il faut que vous posiez les questions suivantes : est-ce que j'en ai besoin ?

Est-ce que j'en ai vraiment besoin ? Est-ce que j'en ai vraiment besoin maintenant ? » Et pour moi, ça m'a fait penser en fait à nous et à nos vies, et en fait aux questions vraiment qu'il faut se poser quand on achète quelque chose. Et moi c'est vrai que c'est la question que je me pose maintenant quand j'achète.

Ce n'était pas mon réflexe avant. Mais maintenant je me pose cette question. Je me dis « bon, est ce que j'en ai besoin ? Est-ce que je vais l'utiliser longtemps ? Et est-ce qu'il faut pour cet article là que j'achète de la seconde main ou du neuf ? » Donc je n'achète pas que de la seconde main, j'achète encore du neuf et je continue à me faire plaisir.

Mais sur le neuf, j'essaie quand même d'avoir un avis un peu plus éclairé et du coup de regarder la provenance, de regarder les matériaux, de regarder aussi l'entreprise et les valeurs qu'elle porte. Je pense que c'est assez facile de faire la seconde main. En plus, c'est de la seconde main qui n'est pas... souvent c'est la seconde main en très bon état ou du reconditionné.

Donc je pense que sur certains articles c'est facile. Je pense à tout ce qui est articles de puériculture, vêtements pour enfants, le mobilier aussi. Maintenant il y a plein de marketplace en fait qui proposent du reconditionné ou de la seconde main. L'électroménager sur du reconditionné il y a aussi des belles choses qui se font maintenant. Donc finalement, il ne faut pas se mettre la pression.

Mais je pense que petit à petit, en se disant « bah tiens, là en fait je vais essayer d'aller voir sur cette plateforme ou cette plateforme si je ne trouve pas ce qui me convient. » Je pense que petit à petit on peut y arriver. Et puis finalement quand on commence, certes c'est plus long parce qu'il faut quand même chercher c'est un peu plus long, mais je trouve



qu'il y a une certaine fierté aussi de se dire « bon bah en fait là j'ai réutilisé quelque chose qui existait déjà et on n'a pas reproduit quelque chose quoi. »

Donc c'est bien, c'est bien pour la planète et puis en général c'est quand même aussi moins cher, donc ce n'est pas plus mal.

Retrouvez tous les épisodes d'On The Way sur vos plateformes de podcast habituelles et sur le site [personal-finance.bnpparibas](https://personal-finance.bnpparibas). Les liens et références citées par nos invités sont à retrouver dans le texte d'introduction de chaque épisode. A très bientôt.