

LE DÉFI

éco ACTIONS

LA GRANDE DISTRIBUTION INNOVE EN BRETAGNE



ILS L'ONT FAIT

LE «TIPI» : CRÉATION D'UN TIERS-LIEU D'ÉCHANGE ET DE PARTAGE À L'INTÉRIEUR DU MAGASIN

NOM DU MAGASIN

BIOCOOP La Gambille

BILAN EN CHIFFRES

Depuis décembre 2017,
66 animations sur 3 mois,
300 personnes ont participé aux
animations « Tipi »,
36 publications Facebook et
20 265 personnes atteintes.

DATE DE LANCEMENT

Ouverture en novembre 2017

POURQUOI AGIR

Le « Tipi des possibles » a été imaginé par la Biocoop La Gambille pour répondre aux évolutions des comportements et des attentes des consommateurs qui remettent en question le concept de magasin « classique ».

La particularité de ce « Tipi » est d'abriter un espace non-commercial au cœur du magasin pour proposer une expérience client différente. Lieu d'information, d'expérimentation, d'échange et de partage, il balaye les grandes problématiques liées à la consommation, l'alimentation, la mobilité, l'écologie ou encore la solidarité.

Animé par des collaborateurs de la Biocoop en partenariat avec des acteurs locaux, le lieu est le théâtre d'ateliers, de rencontres, de jeux, de démonstration DIY (do-it-yourself), d'expositions à destination des clients qui ajoutent leur grain de sel.

L'objectif visé : contribuer au changement pas à pas des modes de vie

Opération portée par



DIRECTION RÉGIONALE
BRETAGNE



PRÉSENTATION & RÉSULTATS

Sur les 30 m² de sa zone non-commerciale, le Tipi a déjà ouvert sa tente à 66 animations (conférences, ateliers pratiques, expositions...) ouvertes aux clients. Elles portaient sur diverses thématiques liées à la transition telles que la biodiversité, la parentalité, le zéro-déchets, le vélo électrique, le jardinage, l'alimentation...

Les premiers retours s'avèrent positifs pour toutes les parties prenantes de l'aventure.

- Les clients pointent la qualité et l'accessibilité des informations et soulignent leur nouvelle perception des vendeurs envisagés comme référents dans d'autres domaines que strictement commerciaux.
- Les acteurs locaux apprécient la mise en réseau qui s'opère entre leurs différentes associations et se félicitent d'une plus grande visibilité de leurs actions auprès du public.
- Les collaborateurs trouvent plus de sens et de reconnaissance dans leur travail. L'initiative favorise la prise de conscience sur les problématiques environnementales et a des vertus d'auto-formation du groupe.



FOCUS

► Caractère innovant & pionnier de l'action

Le Tipi révolutionne le concept traditionnel de magasin en s'affranchissant d'une réalité purement commerciale. Émetteur d'une nouvelle vision de la société, il est aussi un déclencheur d'initiatives locales : un tiers-lieu ouvert à la parole citoyenne autour du développement durable.

► Niveau de progrès environnemental



Le Tipi des possibles s'est appliqué à lui-même les principes de l'écoconception. Il est construit intégralement avec du bois d'origine locale. Dans le même esprit, le toit du magasin accueille des ruches et des plantations ont été implantées à proximité du site pour favoriser les pollinisateurs. La Biocoop La Gambille s'est également équipée d'un parc à vélo et d'une borne de recharge pour voiture électrique destinés à favoriser la mobilité durable. Dans un objectif de réduction des déchets, un compost partagé a été instauré. À noter que ces initiatives sont menées en commun avec le magasin Biocoop de Tregueux.

Quantifier l'impact sur le changement comportemental des clients et l'adoption de pratiques éco responsables est un exercice difficile mais les premiers signes sont encourageants. Les clients se sont approprié l'espace et commencent à animer des ateliers issus de leurs propres expériences.

► Méthode d'évaluation de l'impact environnemental

L'équipe de la Biocoop La Gambille a imaginé plusieurs méthodes d'évaluation de l'impact de la fréquentation du Tipi par ses clients.

La première consiste à associer les animations du Tipi avec une application numérique qui donnera place aux avis des participants sur le contenu des événements. Une relance sera effectuée dans un deuxième temps pour interroger les personnes concernées sur l'évolution de leurs pratiques.

La seconde propose de créer des challenges entre clients et collaborateurs sur différents thèmes : famille à énergie positive, famille zéro déchets, famille mobilité douce, famille consommation responsable... La réussite du défi sera évaluée au regard de la quantification avant/après des bénéfices environnementaux et économiques réalisés.

► Actions de mobilisation pour les salariés

Les salariés ont participé activement à la genèse du projet Tipi d'abord collectivement dans le cadre d'un forum ouvert aux collaborateurs des 4 Biocoops costarmoricaines puis individuellement, pour ceux qui le souhaitent. Un groupe d'animation a été constitué avec un représentant pour chaque magasin.

Aujourd'hui ils sont toujours très impliqués dans la vie de ce tiers-lieu qu'ils animent par des interventions sur les vins naturels, la biodiversité, les ateliers Do-it-yourself ou détox... Preuve de son engagement, la Biocoop La Gambille a créé un poste dédié pour accompagner ses collaborateurs dans l'exercice de leurs nouvelles missions.



► Gains économiques réalisés

Les gains économiques réalisés proviennent de la vente de produits en magasin associés aux thèmes de certaines animations. Par exemple, un atelier sur la parentalité contribuera à la vente de livres écrits sur le sujet. De même des ateliers sur les vins naturels ou le jardinage auront une incidence favorable sur la vente de bouteilles, de terreau ou de graines. Idem pour les produits utilisés dans les ateliers cuisine...

Les animations permettent aussi d'attirer une nouvelle clientèle, qui n'a pas forcément ses habitudes en Biocoops. La notoriété du magasin en sort renforcée!

► Pérennisation de l'action



Pérenniser cette action impose de respecter certaines conditions. Il faut savoir préserver un lieu dédié, lisible et visible, dans le magasin mais aussi mettre les moyens humains et financiers nécessaires à la vie du lieu. Cela passe par la création d'un poste dédié et l'attribution d'un budget annuel de fonctionnement. L'investissement en temps est aussi important pour constituer le réseau des intervenants (une centaine d'acteurs contactés à ce jour). La mise à disposition d'heures sur le temps de travail des collaborateurs ou sur la base du volontariat s'avère déterminante.



FACTEURS DE REPRODUCTIBILITÉ



La reproductibilité du modèle TIPI implique en interne un engagement fort de la direction du magasin qui doit s'assurer de la mise à disposition d'un collaborateur et d'un budget suffisant (communication, animations, montages de projet...).

Il suppose aussi un « écosystème » favorable avec un minimum d'espace disponible à l'intérieur du magasin et des « ressources locales » existantes (acteurs, associations, producteurs locaux...).

Pour développer le concept au sein du réseau, un premier bilan sera conduit après une à deux années d'existence du Tipi des possibles.

POUR EN SAVOIR +

Agenda mensuel des animations du «Tipi» : lagambille.biocoop.net

Un groupe Tipi dédié : www.facebook.com/groups/272601236606068

Biocoop La Gambille sur les réseaux sociaux :

www.facebook.com/lagambille.biocoop

twitter.com/Biocoop



CONTACTS

BIOCOOP LA GAMBILLE

Marion Bouchevreau
Responsable communication
La Gambille St-Brieuc
02 96 75 12 85

Claire LEGRAND
Chargée de l'animation
La Gambille Trégueux
02 96 33 48 41

