


ORGANIZACIÓN DE LAS TIENDAS

¿CÓMO COMPARTIR LA SINGULARIDAD DE EMAÚS?

47 participantes en videoconferencia procedentes de 9 países europeos

Emaús es una tienda de segunda mano, ¡pero ahí no queda la cosa! ¿Cómo podemos hacer entender a los clientes y al público en general que están en una tienda Emaús y en qué se diferencia de otras tiendas de segunda mano? Estas fueron las preguntas que centraron los debates de este fructífero intercambio.

- **La organización de las tiendas es un tema muy amplio.** Para este primer encuentro sobre el tema, propusimos un tiempo de debate sobre la cuestión de la concienciación sobre nuestros valores y luchas en nuestras tiendas o cómo transmitir lo que significa comprar en Emaús. En un momento en que la ropa de segunda mano se ha convertido en algo esencial, ya no solo nos enfrentamos a los gigantes de la moda rápida o fast fashion; también competimos con los comercios de segunda mano. ¿Por qué debería la clientela elegir Emaús? ¿Cómo podríamos diferenciarnos, despertar el interés por Emaús y atraer a nueva clientela?
- **Así, este intercambio fue una oportunidad para compartir nuestras experiencias y buenas prácticas** a la hora de transmitir el espíritu de nuestro movimiento en nuestros puntos de venta. Aunque la reunión se celebró por videoconferencia, pudimos hacer una visita virtual al grupo Emaús de Åland (Finlandia) y hablar de las acciones que lleva a cabo el grupo.
- **También tuvimos el placer de contar con dos empleados de organizaciones nacionales:** Amandine, responsable de misión, moderación y desarrollo de puntos de venta de Emaús Francia, y Mark, responsable de apoyo a los puntos de venta de Emaús Reino Unido, que tuvieron la amabilidad de venir a compartir su experiencia con nosotros. A continuación, pudimos hablar de los logros y de las dificultades encontrados en los distintos grupos participantes, ayudarnos mutuamente y ¡maravillarnos!



El nuevo espacio de venta multiactividad de Emaús Mundo, más verde y abierto (Francia).



LO QUE APRENDIMOS DE LOS INTERCAMBIOS

- Exponer nuestros valores y acciones en la tienda para que sean visibles.
- Ser transparentes sobre el uso del dinero recaudado con la venta de bienes y sobre el reciclaje para que la gente confíe en nosotros.
- Hacer carteles con testimonios de lo que significa Emaús para los compañeros/as o las personas acogidas, como hace Emaús Reino Unido.
- Proponer una fachada de las tiendas que sea acogedora y comprometida (por ejemplo, mensajes en los escaparates, arte callejero, etc.).
- Garantizar la accesibilidad a las zonas de venta para poder acoger a todo el mundo (por ejemplo, personas con discapacidad, carritos de bebé, etc.).
- Que las tiendas sean atractivas (luz, limpieza, secciones temáticas, buena presentación de los artículos, reposición regular, etc.).
- Proponer acciones de moda o de actualidad relacionadas con nuestras luchas en nuestros espacios de venta (por ejemplo, un puesto de jardinería urbana o un programa de radio en apoyo a Ucrania en Åland).
- Crear espacios donde la gente pueda reunirse, charlar y disfrutar de la compañía de los demás (zonas de debate, cafeterías, restaurantes, etc.).
- Organizar actos para hablar de nuestras acciones políticas, ventas especiales para apoyar acciones concretas hablando de ellas, ventas en tiendas temporales «extramuros», etc.
- Organizar talleres participativos gratuitos de acuerdo con nuestros compromisos (por ejemplo, talleres de costura upcycling, de reparación, etc.).
- Preservar la función social de Emaús, un entorno agradable que haga que la gente quiera pasar tiempo en Emaús y discutir.
- Preservar el sentimiento de ser útil consumiendo diferentemente en Emaús.
- Utilizar los medios de comunicación locales y digitales para llegar a otros públicos.
- Estudiar la posibilidad de cambiar la práctica de utilizar tickets para pagar antes de recoger los artículos (Francia).
- Poner en marcha acciones de agradecimiento y fidelización a la clientela que acude a Emaús (por ejemplo, descuentos puntuales, ventas especiales, etc.).