

AMÉNAGEMENT DES BOUTIQUES

COMMENT PARTAGER LA SINGULARITÉ D'EMMAÛS ?

47 participant-es en visioconférence issu-es de 9 pays d'Europe

Emmaüs est un magasin de deuxième main mais cela va bien au-delà ! Comment faire comprendre aux client-es et au grand public qu'ils-elles sont dans une boutique Emmaüs, et en quoi cela est différent d'autres boutiques de deuxième main ? Telles étaient les questions au cœur des discussions de ce riche échange.

- **L'aménagement des boutiques est un sujet très vaste.** Pour cette première rencontre sur le sujet, nous proposons un temps d'échanges sur la question de la sensibilisation à nos valeurs et combats dans nos boutiques ou comment transmettre ce que signifie acheter à Emmaüs. Dans cette période où la deuxième main est devenue incontournable, nous ne faisons plus seulement face aux géants de la *fast fashion*. Nous sommes également en concurrence avec des entreprises commerciales de deuxième main ! Pourquoi les client-es devraient choisir Emmaüs ? Comment se démarquer, susciter un intérêt pour Emmaüs et attirer de nouveaux-elles client-es ?
- **Cet échange a donc été l'occasion de partager nos expériences et bonnes pratiques** pour transmettre l'esprit de notre mouvement dans nos espaces de vente. Bien que la réunion se soit déroulée en visioconférence, nous avons pu visiter en vidéo le groupe Emmaüs d'Åland, en Finlande, et discuter ensemble des actions mises en place par le groupe.
- **Nous avons également profité de l'expérience de deux salarié-es d'organisations nationale :** Amandine, Responsable de mission animation et développement des points de vente à Emmaüs France, et Mark, Responsable de l'accompagnement des espaces de vente à Emmaüs Royaume-Uni. Ils-elles sont venu-es partager avec nous leur savoir-faire en la matière ! S'en est suivi un temps d'échange pour discuter ensemble des succès et difficultés rencontrés dans les différents groupes participants, s'entraider et s'émerveiller.



Le nouvel espace de vente pluriactivité plus écologique et plus ouvert d'Emmaüs Mundo (France).



CE QU'ON A RETENU DES ÉCHANGES

- Afficher nos valeurs et nos actions en boutique à hauteur de vue.
- Être transparent sur l'utilisation de l'argent perçu grâce à la vente des dons et sur le recyclage pour garantir un lien de confiance.
- Faire des affiches avec des témoignages de ce que représente Emmaüs pour les compagnes et compagnons ou personnes accueillies comme le fait Emmaüs Royaume-Uni.
- Proposer une devanture accueillante et engagée (par exemple, messages dans les vitrines, Street art...).
- Garantir un accès à toutes et tous à nos espaces de vente pour pouvoir accueillir tout le monde (par exemple, aux personnes en situation de handicap, aux poussettes...).
- Avoir une boutique attrayante et attractive (lumière, propreté, sections thématiques, bien présenter les objets, réassortir régulièrement...).
- Proposer des actions tendances ou d'actualité en lien avec nos combats dans nos espaces de vente (par exemple, stand de jardinerie urbaine ou émission de radio en soutien à l'Ukraine à Åland).
- Créer des espaces de rencontre, d'échanges et de convivialité (espaces d'interpellation, café, restaurant...).
- Organiser des événements pour parler de nos actions politiques, des ventes spéciales pour soutenir une action particulière en communiquant dessus, des ventes en boutiques éphémères « hors les murs »...
- Organiser des ateliers participatifs gratuits en cohérence avec nos engagements (par exemple, atelier de couture upcycling, repair café...).
- Préserver le rôle social d'Emmaüs, un environnement agréable qui donne envie de passer du temps à Emmaüs, de discuter.
- Préserver le sentiment de se sentir utile en consommant différemment à Emmaüs.
- Utiliser les moyens de communication locaux et numériques pour toucher d'autres publics.
- Réfléchir à faire évoluer la pratique des tickets pour payer avant de retirer les objets, notamment en France.
- Mettre en place des actions pour remercier les clients de venir à Emmaüs et les fidéliser (par exemple, réductions ponctuelles, ventes spéciales...).