

Un projet porté par **TUBÀ**

Avec Enedis, Veolia, GRDF, La Métropole de Lyon

ENEDIS
L'ÉLECTRICITÉ EN RESEAU

GRDF
GAZ RESEAU
DISTRIBUTION FRANCE

VEOLIA GRANDLYON
la métropole

NOS MARCHANDS DISENT

TUBÀ

Synthèse de
L'exploration des besoins commerçants sur la thématique
du développement durable (réalisée en juillet-septembre 2020)
L'étude des représentations du quartier de la Part-Dieu et
des commerces de proximité (réalisée en août 2020)

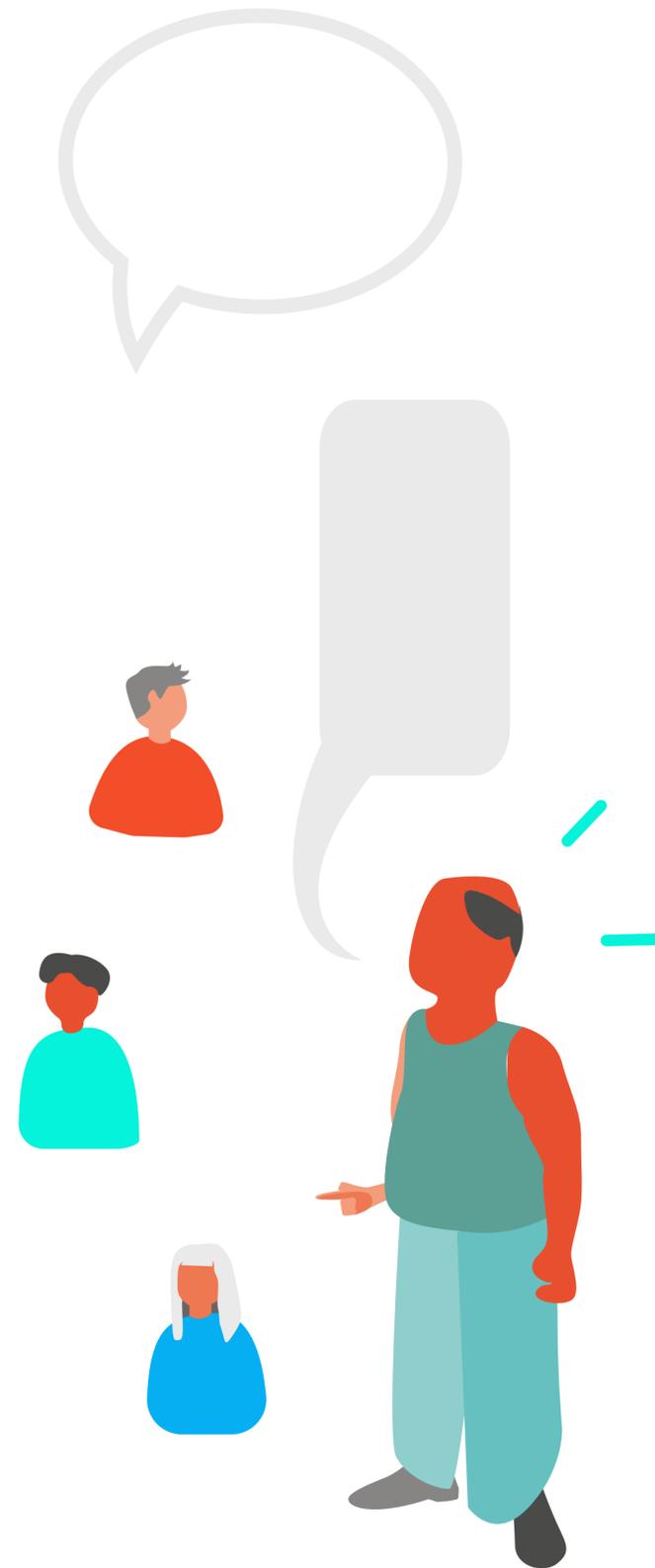


L'objectif du projet

Accompagner les commerçants à devenir **ambassadeurs** de pratiques respectueuses de l'environnement et de la société ...

Pourquoi ?

... afin de **sensibiliser** à moyen/long terme leurs clients et ainsi, réduire les impacts environnementaux et sociétaux des consommations à l'échelle d'un quartier.



Développement Durable ?

Préservation de l'environnement

Développement économique

Justice sociale

17 entretiens &

Entretien de la personne
(santé, beauté)

2

Avec ... **17**
commerçants
de proximité

Alimentation (générale,
sucreries, viandes etc.)

2

Horeca (hotellerie,
restauration, cafés)

9

Équipement de la personne
(vêtements, accessoires)

4

Installés à la
Part-Dieu depuis :

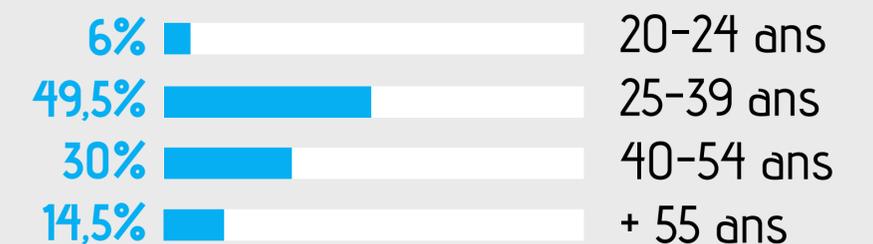
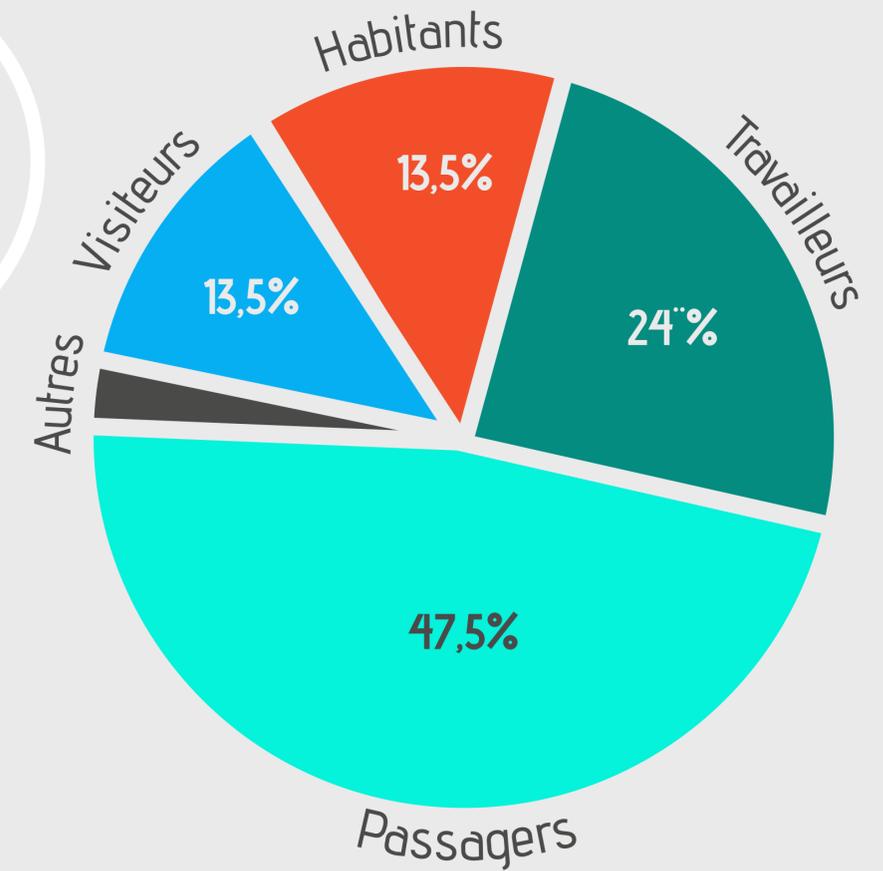
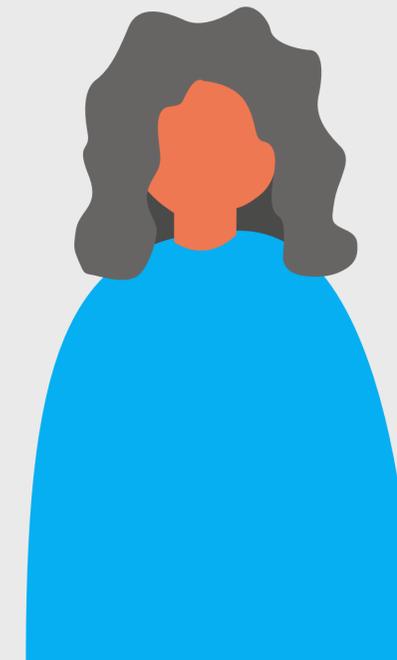


1 enquête

(en partenariat avec Modes de Villes)

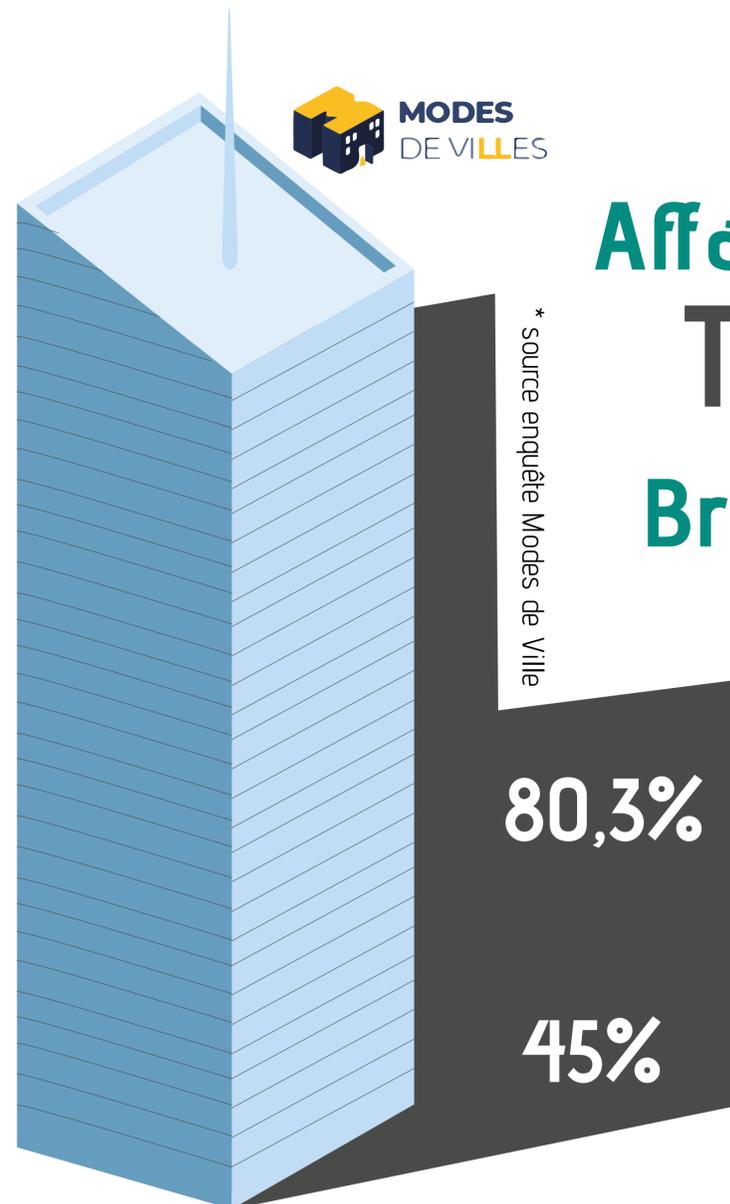
200
répondants

Des profils de
répondants
variés



Quartier Part-Dieu

Un quartier à l'imaginaire bien ancré

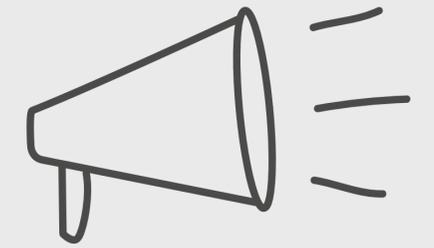


Commerce Béton
Affaires Dense Bureau
Travail Pratique
Bruyant Minéral

des enquêtés pratiquent le quartier Part-Dieu comme un **quartier de consommation** et non de vie.*

des enquêtés considèrent **ne pas être au fait des évolutions** du quartier Part-Dieu (travaux etc).*

NOS
MARCHANDS
DISENT



« Avec les travaux, on a l'impression qu'on nous empêche de travailler, c'est une catastrophe ... on en a marre. »

« On appelle ça un quartier de 35 heures. »

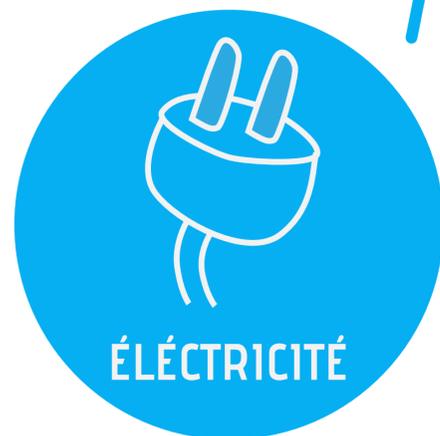
« Il y a trop de béton et pas d'espaces verts »

« Plus ils feront la ville piétonne, moins il y aura de monde dans les magasins. »

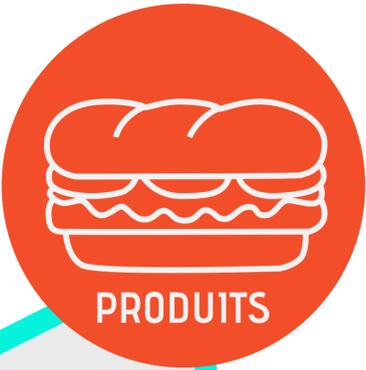
Pratiques mises en place par certains commerçants

Un pas vers le développement durable

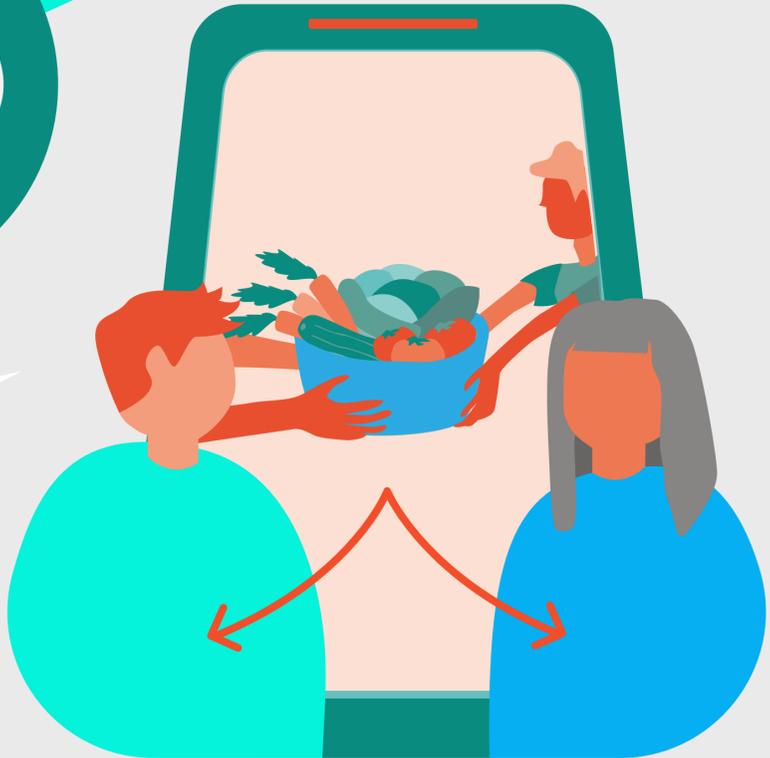
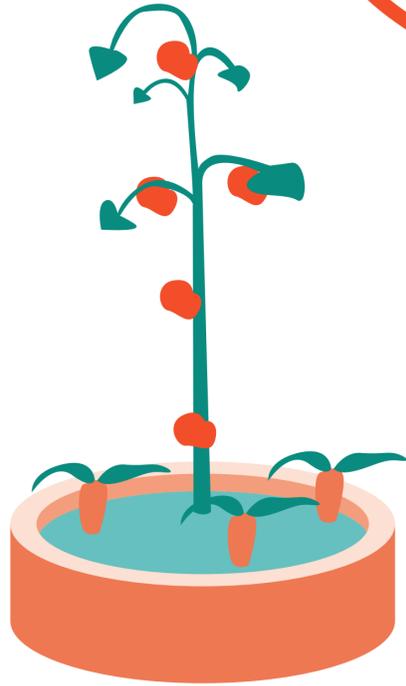
Remplacement de toutes les ampoules par
des ampoules LED dans l'objectif premier de
réduire les factures en électricité.



Mise à disposition des commerces comme
point relais pour la réception et la distribution
de paniers de légumes, colis etc.



Achat d'une part de produits issus de l'agriculture biologique dans le but de participer à une **logique responsable**.



Utilisation des applications : un commerce utilise l'application TooGoodToGo qui lutte contre le gaspillage alimentaire par motivation intrinsèque et par valeurs personnelles.



Utilisation d'**emballages biodégradables** tels que le carton et des couverts en bois.



Mise en place d'un système de **consigne** sous la forme de bocaux en verre.



3 d'entre eux ont développé un **service de livraison** via des applications telles que Deliveroo, Uber Eats et Just Eat.

Effets de la crise sanitaire sur les pratiques des commerçants



Les commerçants ont constaté une augmentation de l'usage d'**emballages plastiques** individuels et à usage unique et donc des **déchets générés**.

Utilisation des outils numériques



Vente et livraison
(Uber Est, Just Eat, Deliveroo)



Publicité sur les nouveautés et produits
(principalement via les réseaux sociaux)



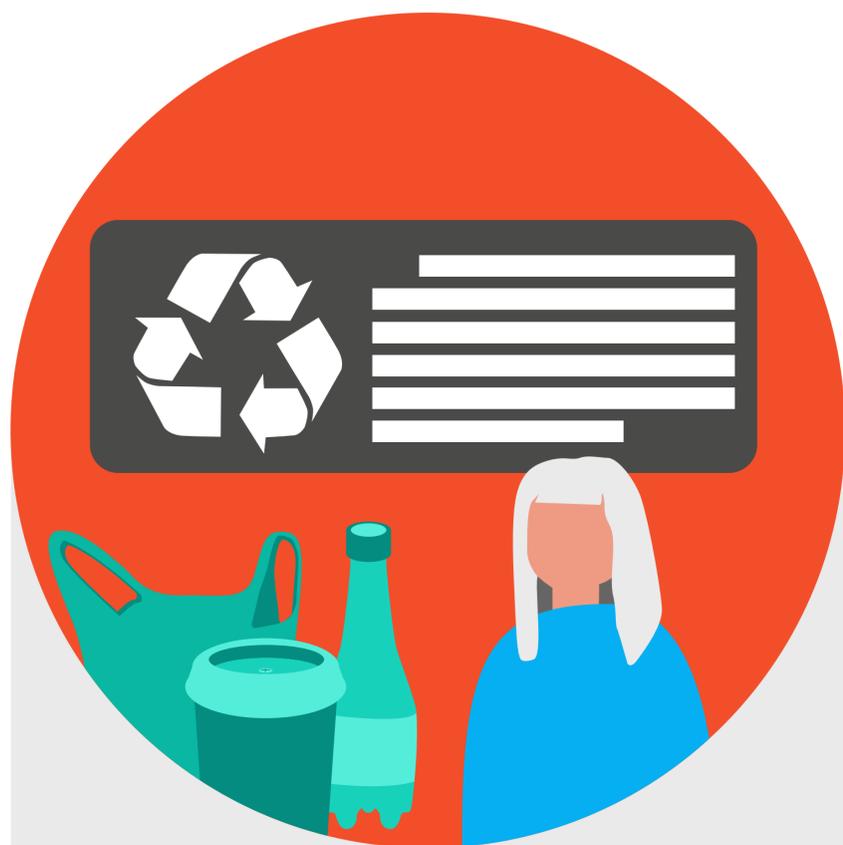
Amélioration de la visibilité du commerce et de ses activités (site internet, pages jaunes, etc.)



La clientèle mange moins sur place.

3 besoins ont été identifiés par les commerçants de proximité de la Part-Dieu

NOS
MARCHANDS
DISENT



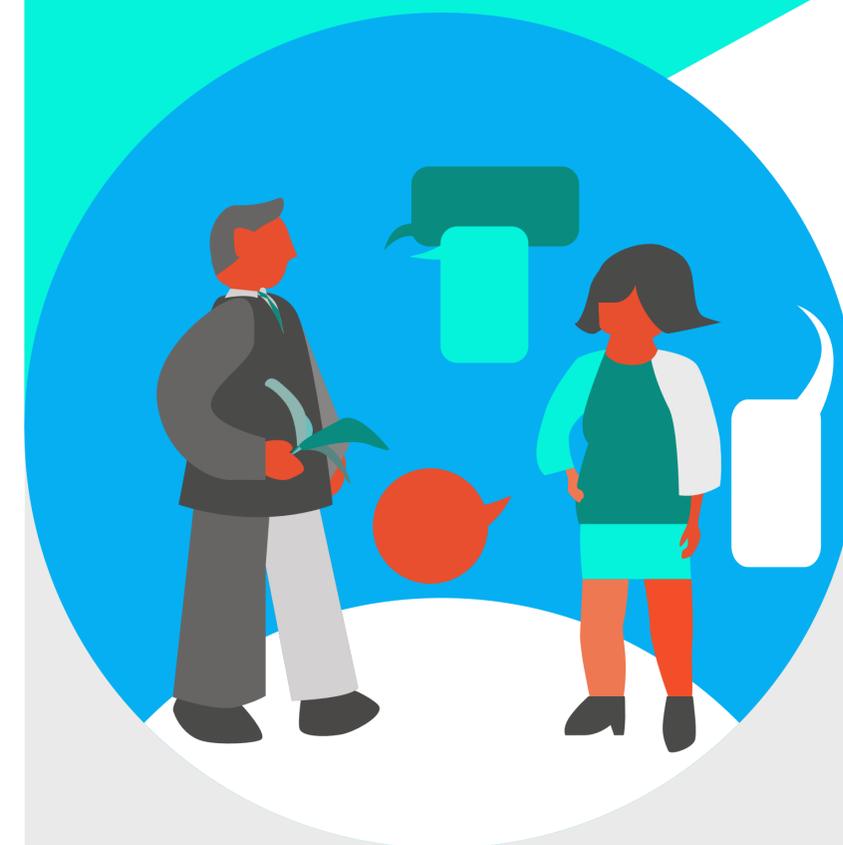
BESOIN 1 :

Obtenir de l'information pragmatique
sur des écogestes concrets : déchets,
recyclage, emballage ...
(ENVIRONNEMENTAL)



BESOIN 2 :

Améliorer la communication
(visibilité auprès des clients) et les
échanges (avec les collectivités)
(ÉCONOMIQUE)



BESOIN 3 :

Améliorer la relation sociale et
spatiale dans le quartier (échanges
avec les autres commerçants)
(SOCIAL)

Comment répondre à ces besoins ?

Lancement de **6 défis** thématiques à **6 ambassadeurs** commerçants

AVEC DES ACTIONS ...

Hackathon Digital Campus Lyon x TUBÀ pour imaginer un support à destination des commerçants de proximité pour les aider à s'orienter vers des outils / aides disponibles sur le territoire en situation de crise.



Création d'un site internet **Nos Marchands Disent** qui mette en valeur les commerçants de proximité du quartier engagés dans la démarche.



VIE DE QUARTIER

DÉFIS ENVISAGÉS

Être le porte-parole des commerçants auprès de la mairie (recueillir les besoins commerçants).

Être le médiateur des commerçants en lien avec les sans-abris, (initier le dialogue).



CRÉATION DE LIEN SOCIAL

DÉFIS ENVISAGÉS

Mettre en place de cafés et repas suspendus / de frigos solidaires.

Mettre en place d'une bibliothèque partagée, boîte à partage et/ou espace de collecte de vêtements.

Concrétiser un partenariat avec une association (Entourage, etc.).



VALORISATION DES COMMERÇANTS

DÉFIS ENVISAGÉS

Être le référent des commerçants pour le portage d'un événement fédérateur en fin d'année.

Être le « community manager » des commerçants pour assurer leur visibilité (gestion d'un réseau social dédié, etc.).

Les thématiques **SOCIALES ET SOCIÉTALES**

Les thématiques ENVIRONNEMENTALES

... DE COMMUNICATION



Tous les deux mois, un évènement autour d'une des thématiques sous la forme de rencontres entre les habitants, commerçants et des acteurs du territoire (porteurs d'initiatives locales).



Mise en place d'une gazette, numérique ou physique autour de la vie du quartier et de ses évolutions (chantiers etc).

DÉFIS ENVISAGÉS

Dématérialiser sa communication.

Valoriser ses bio-déchets (compost).

Travailler avec des fournisseurs de produits locaux.

Questionner la recyclabilité des déchets (éco-conception).



GESTION DES DÉCHETS,
RECYCLAGE

DÉFIS ENVISAGÉS

S'engager dans la mise en place d'une disco-soupe (récupération des invendus pour les cuisiner et les redistribuer).

Distribuer des sacs, sachets ou contenants réutilisables.

Mettre en place un service de redistribution des invendus.



ZÉRO
DÉCHET

DÉFIS ENVISAGÉS

Mettre en relation avec EspaceInfo Energie pour conseils personnalisés visant à réduire la consommation en maintenant un niveau de confort.

Évaluer son empreinte énergétique avec les outils disponibles (apps).

Réduire sa consommation énergétique en suivant cette dernière.



MAÎTRISE
DE LA CONSO
D'ÉNERGIE

NOS MARCHANDS DISENT

POUR PLUS D'INFORMATIONS SUR LE PROJET
<https://www.tuba-lyon.com/projet/nos-marchands-disent/>



CONTACTS

Manon PALIE - manon.palie@tuba-lyon.com
Veronica MURILLO - veronica.murillo@tuba-lyon.com

