

Un projet porté par **TUBÀ**  
Avec Enedis, Veolia, GRDF, La Métropole de Lyon

**ENEDIS**  
L'ELECTRICITE EN RESEAU

**GRDF**  
GAZ RESEAU  
DISTRIBUTION FRANCE

**VEOLIA**

**GRANDLYON**  
la métropole

# NOS MARCHANDS DISENT



**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

Alimentation (générale,  
sucreries, viandes etc.)

2

Avec ... 17  
commerçants  
de proximité

4

Équipement de la personne  
(vêtements, accessoires)

9

Horeca (hotellerie,  
restauration, cafés)

Installés à la  
Part-Dieu depuis :

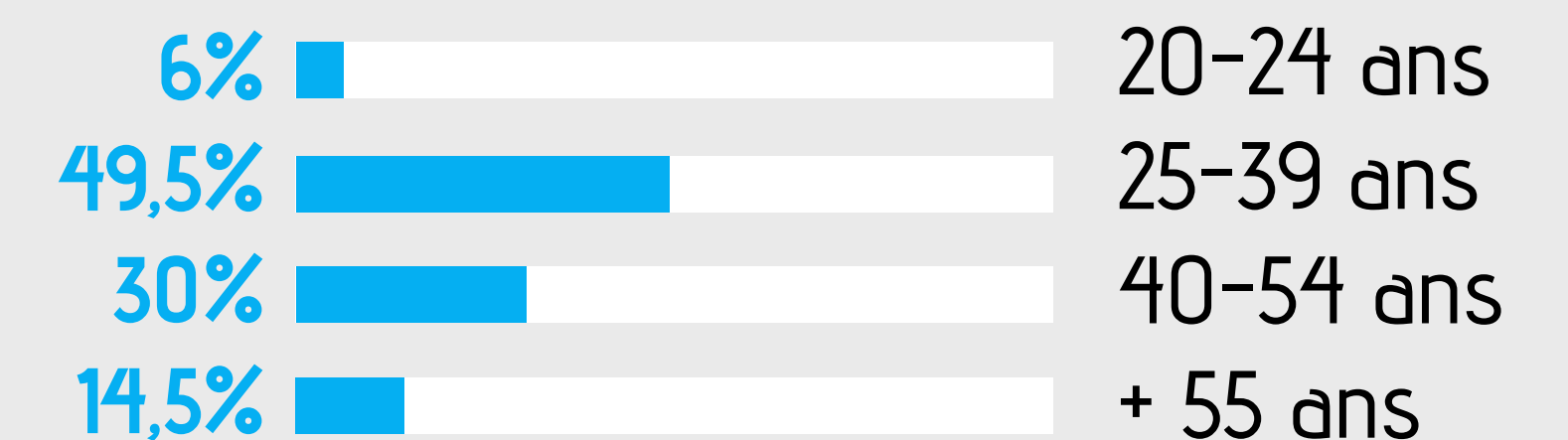
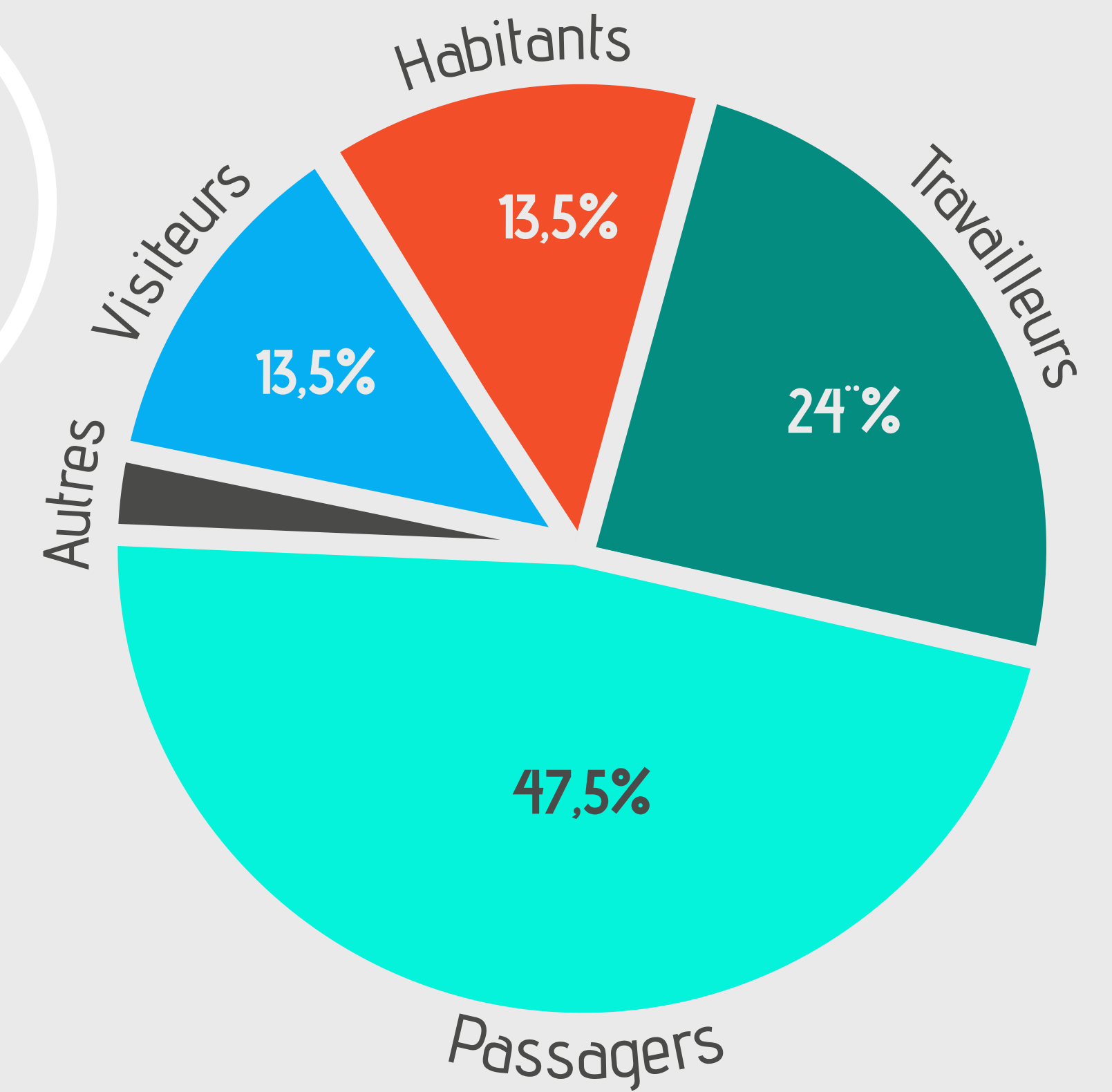
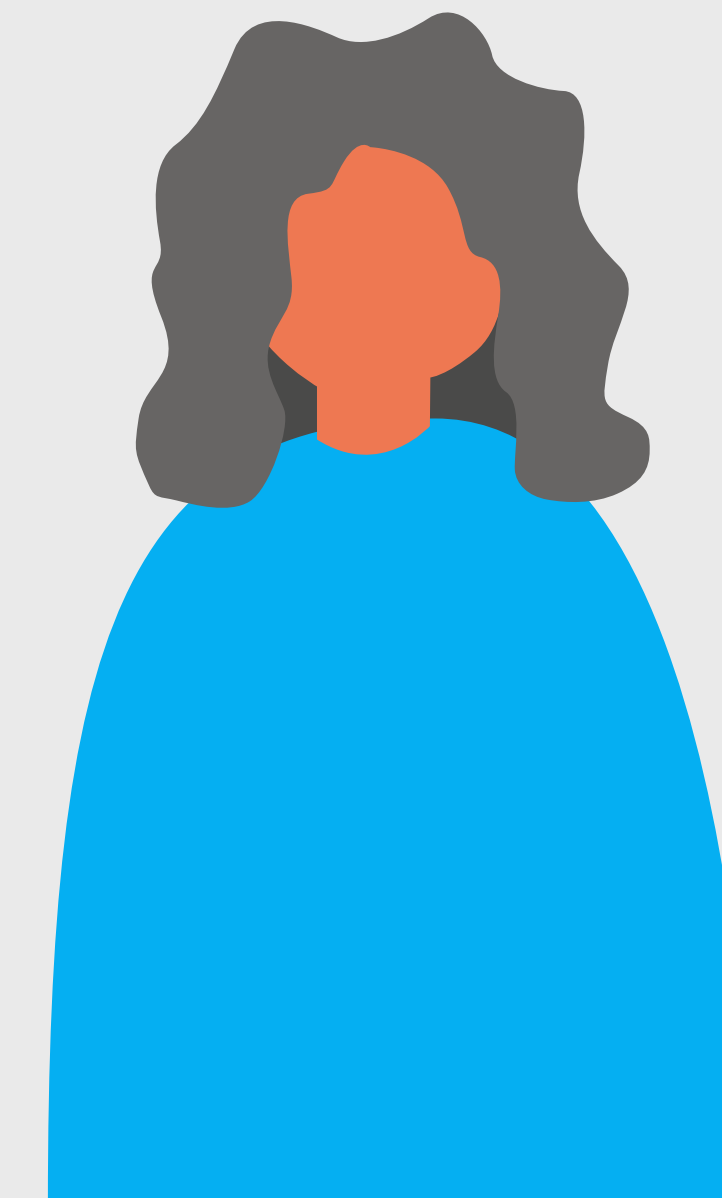


# 1 enquête

(en partenariat avec Modes de Villes)

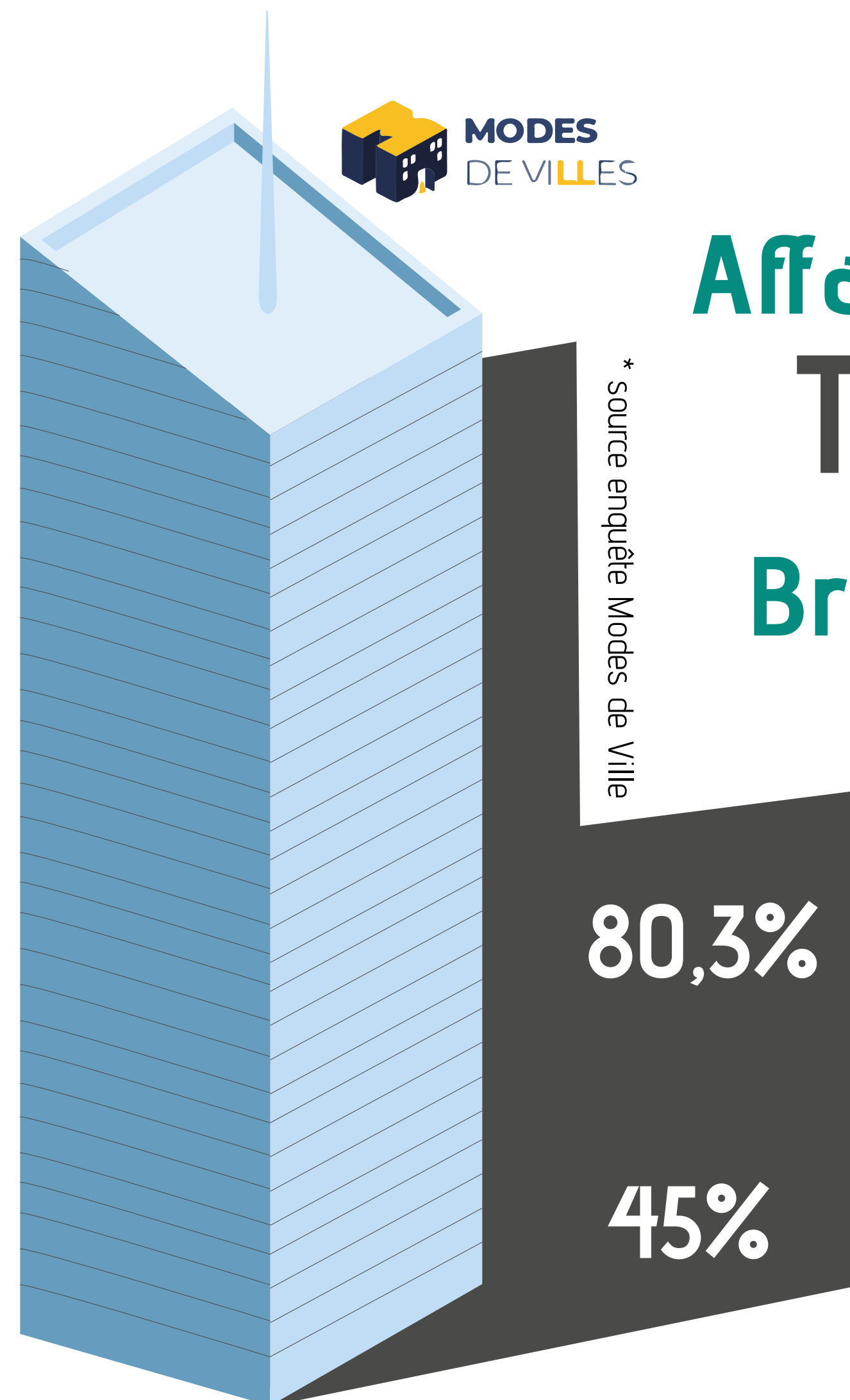
200  
répondants

Des profils de  
répondants  
variés



# Quartier Part-Dieu

Un quartier à l'imaginaire bien ancré

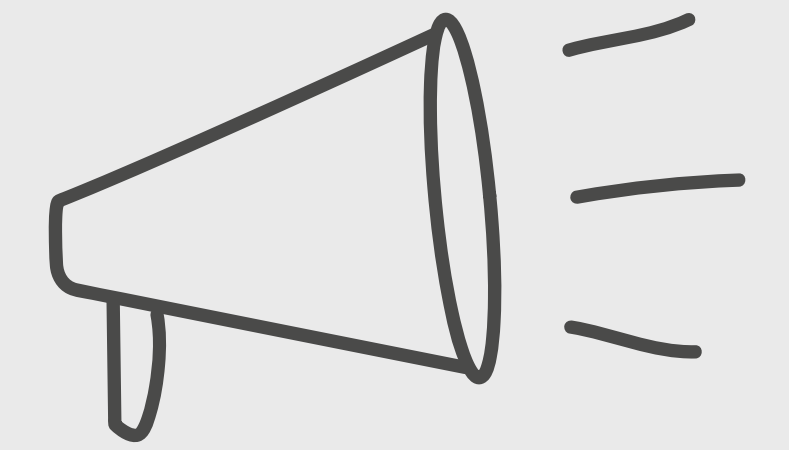


Commerce Béton  
Affaires Dense Bureau  
Travail Pratique  
Bruyant Minéral

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



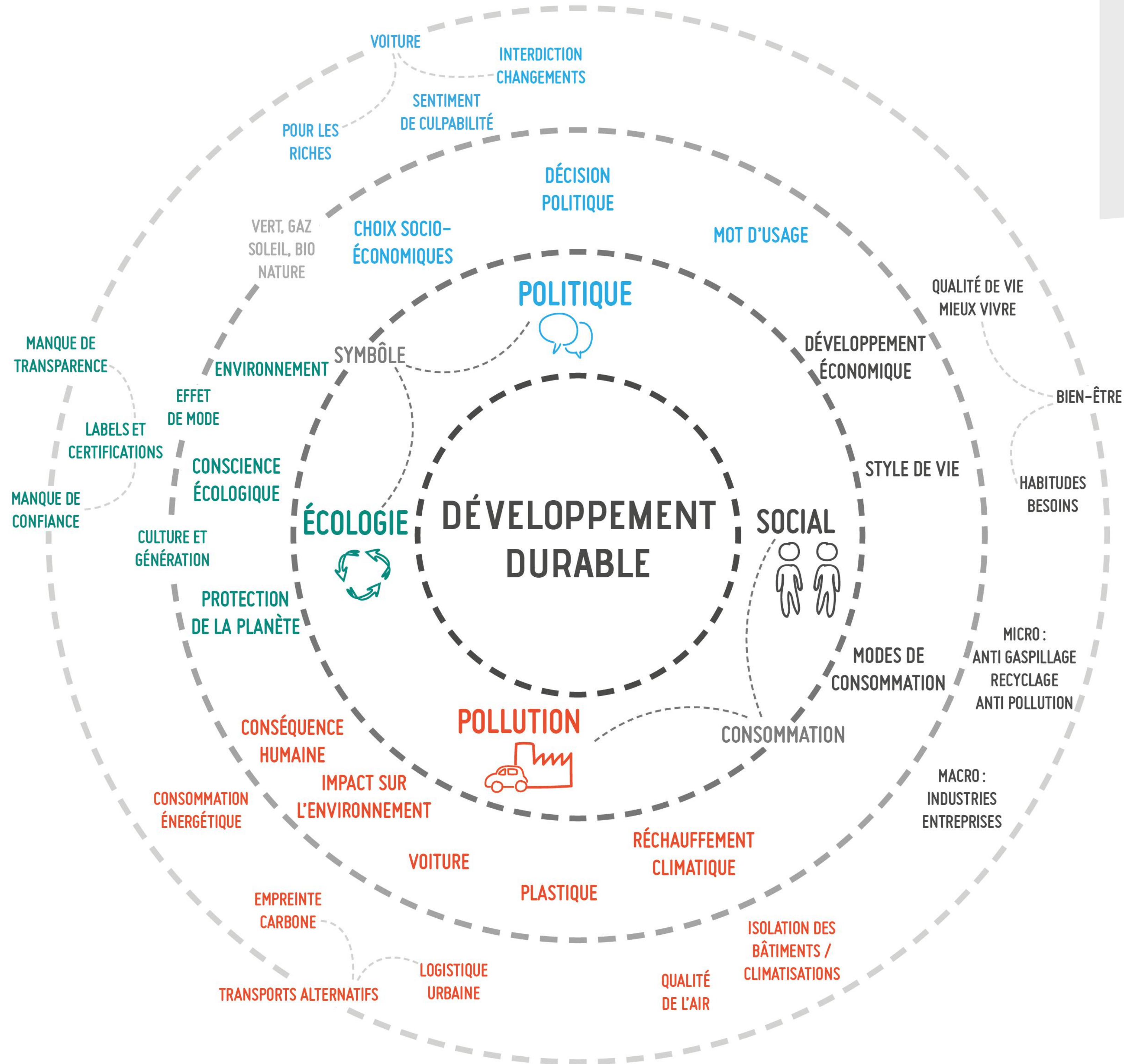
« Avec les travaux, on a l'impression qu'on nous empêche de travailler, c'est une catastrophe ... on en a marre. »

« 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. »

# Développement Durable ?



Pour les commerçants, le développement durable englobe 4 aspects : **social**, **écologie**, **politique** et **pollution**.



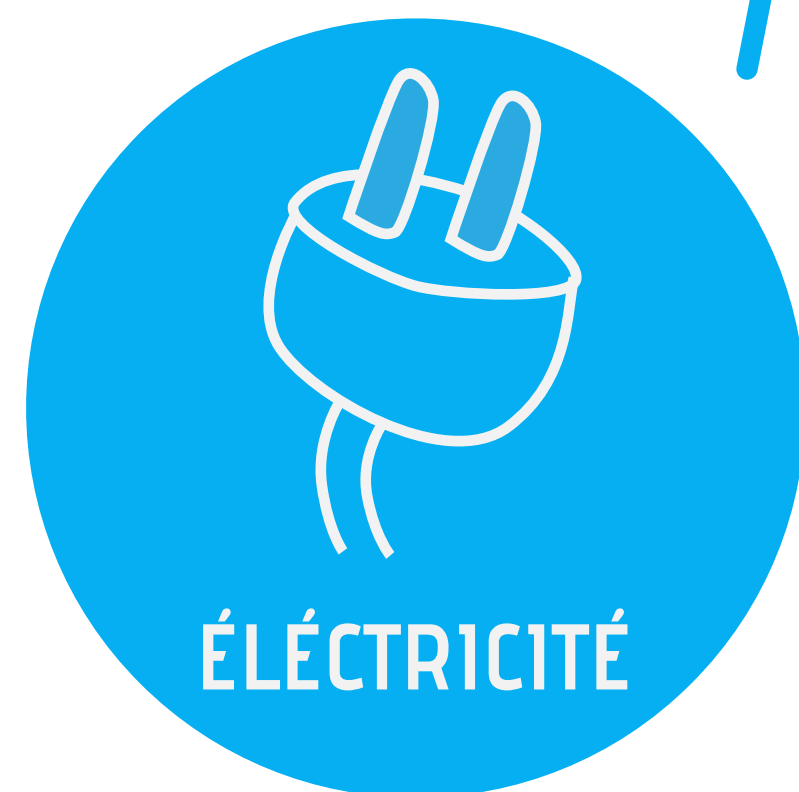
Les commerçants savent qu'adopter de bons gestes est nécessaire pour le futur de la planète, le **bien commun et individuel** mais la mise en place de ces derniers leur semble représenter un coût financier considérable.

Le **facteur écologique** est également perçu par certains comme contraignant pour le **développement commercial**.

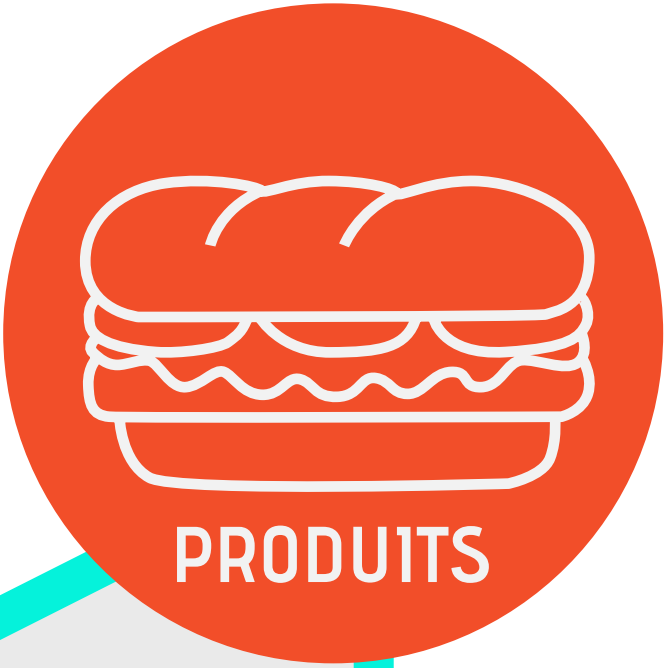
# Pratiques mises en place par certains commerçants

Un pas vers le développement durable

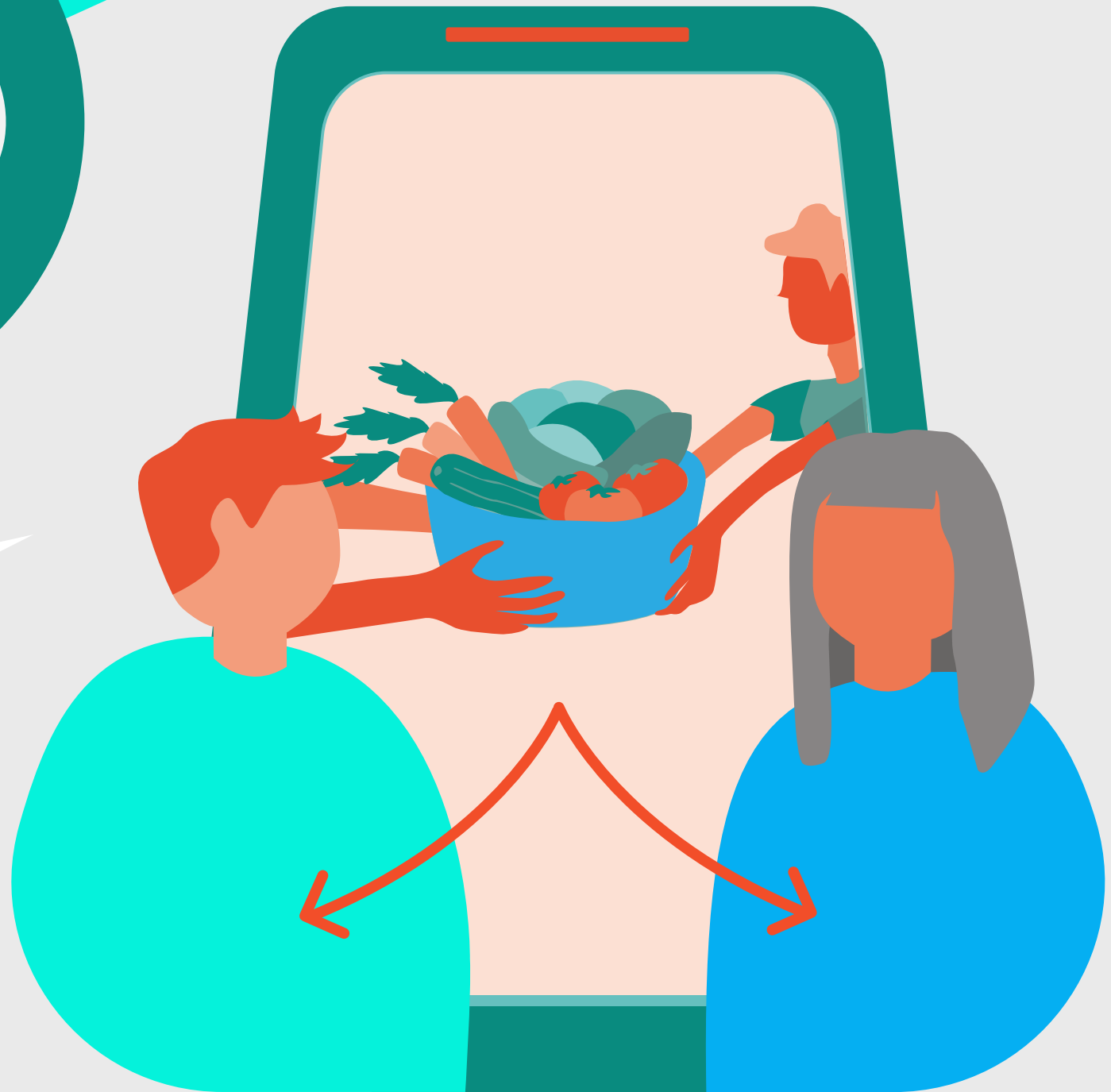
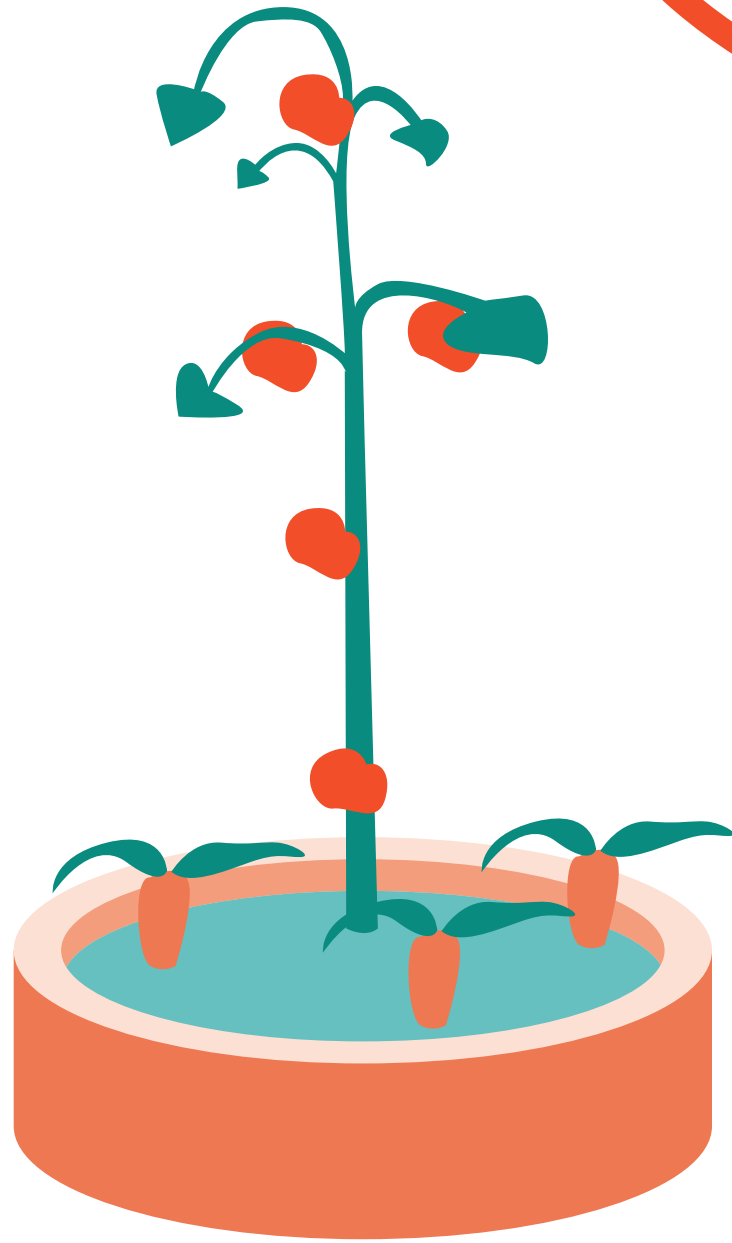
Remplacement de toutes les ampoules par  
des ampoules LED dans l'objectif premier de  
**réduire les factures** en électricité.



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**.



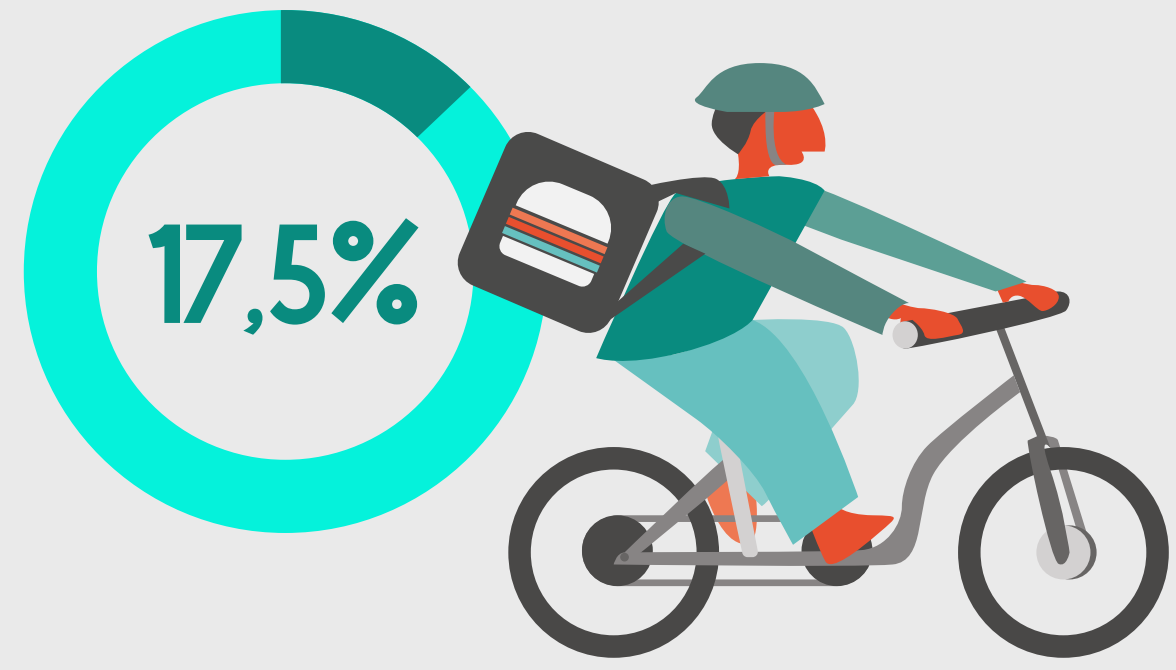
Utilisation des applications : un commerce utilise l'application TooGoodToGo qui lutte contre le gaspillage alimentaire par motivation intrinsèque et par valeurs personnelles.



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

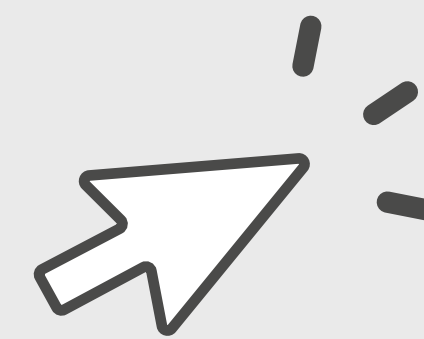


Les commerçants ont constaté une augmentation de l'usage d'**emballages plastiques** individuels et à usage unique et donc des **déchets générés**.

## 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

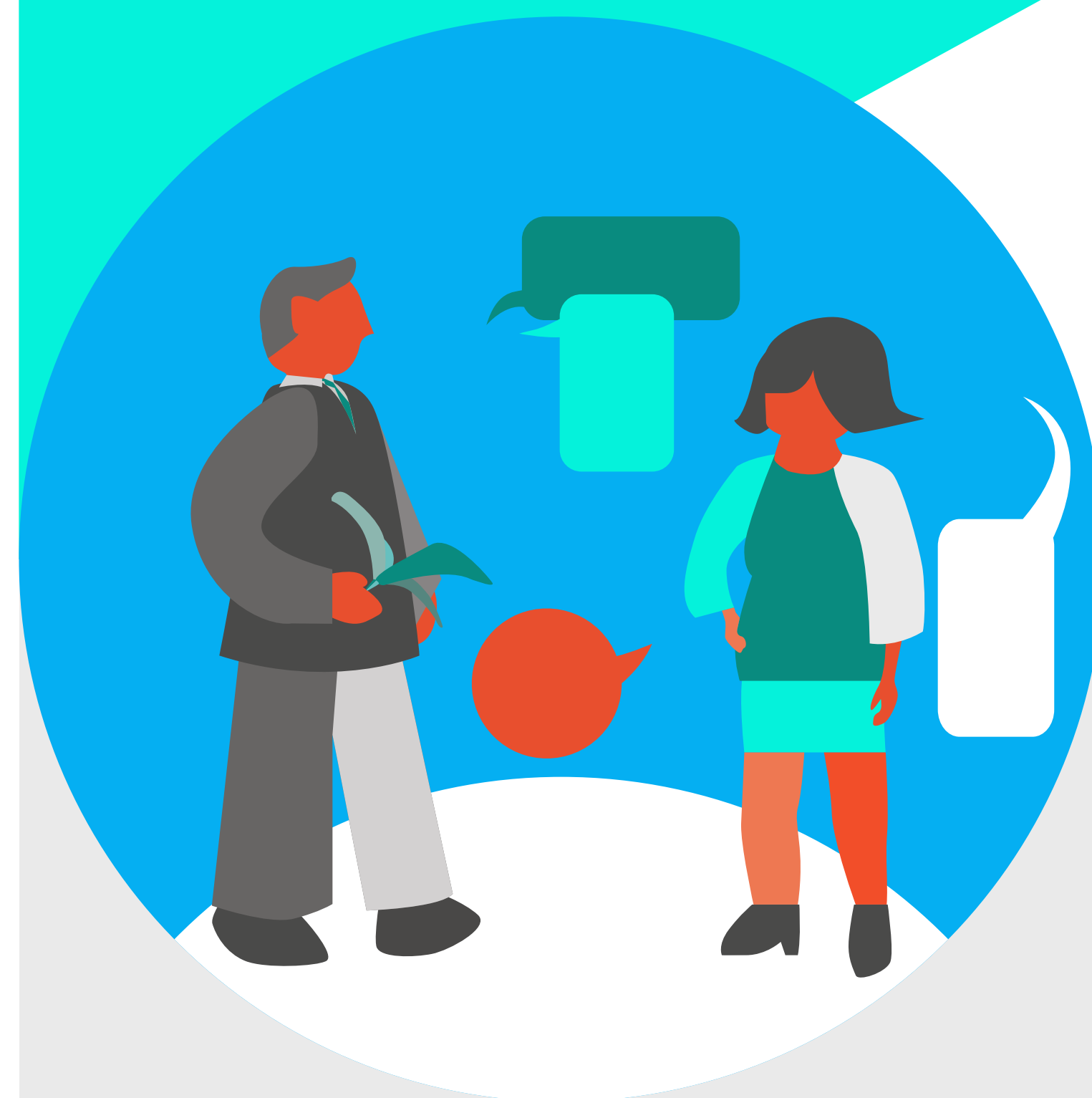
NOS  
MARCHANDS  
DISENT



**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).



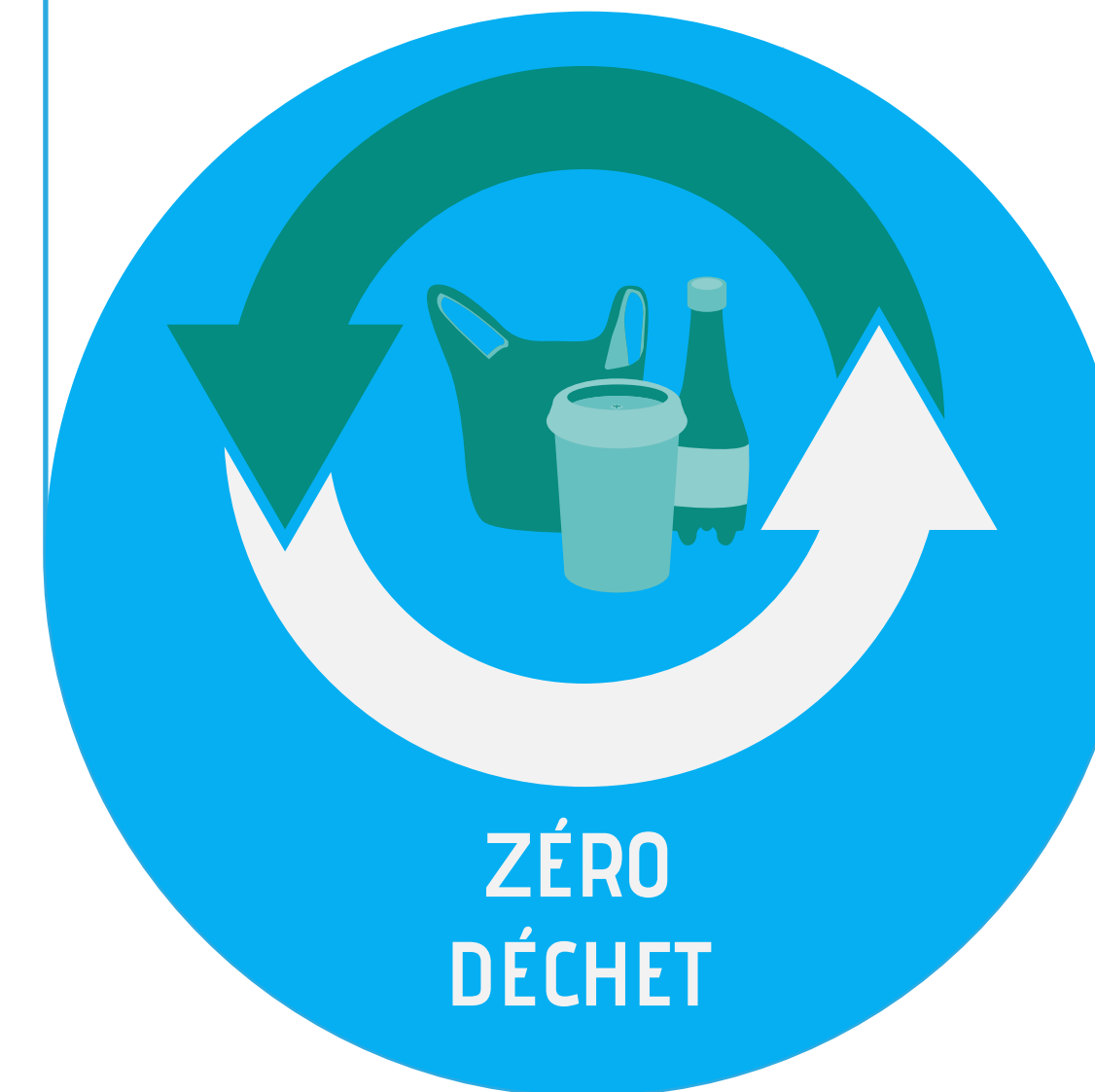
GESTION DES DÉCHETS,  
RECYCLAGE

### 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).

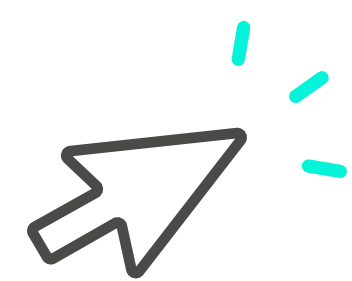
Réduire sa consommation énergétique  
en suivant cette dernière.



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](mailto:manon.palie@tuba-lyon.com)  
Veronica MURILLO - [veronica.murillo@tuba-lyon.com](mailto:veronica.murillo@tuba-lyon.com)

TUBĀ