

# Re cyclerie

sportive

**Dossier de production**  
**Communication interne**

Gaspard LANGRAND - Benoit BOURGEOIS - Eve FARKAS

# SOMMAIRE

1. Introduction
2. Présentation du Marché et de ses chiffres clefs
3. La démarche
4. Analyse de l'existant
5. Recherche et analyse des données
6. Les préconisations
  - Stratégie visée et expérience utilisateur
  - Les cibles
  - Les objectifs
  - Nos propositions
  - Priorisation des actions
7. Mesures et ouverture
  - Moyens financiers et moyens humains
  - KPI
8. Annexes

## INTRODUCTION

La Recyclerie sportive est un réseau d'associations de recycleries spécialisées dans le domaine du sport. Chaque antenne a pour but de collecter, de trier et de revendre des articles sportifs à bas prix. L'association propose également un service de co-réparation de vélos et skis. Tout ceci, inscrit dans une économie circulaire.

Afin de repenser la communication de l'antenne grenobloise, nous avons réfléchi sur des manières d'adapter la communication interne à leurs besoins. Plus précisément, ajuster la communication entre employés et adapter les messages renvoyés par les locaux ; que ce soit la façade de la boutique ou son intérieur.

## LE MARCHÉ

Le secteur de la seconde main dans le sport connaît une forte croissance, portée par des tendances de consommation durables et économiques.

### Chiffres clés

- Marché de la seconde main en France: 7 milliards d'euros en 2021 (+12 % en un an) (Source : [Origami Marketplace](#)).
- 73 % des Français ont acheté d'occasion en 2023 (Source : [Big Média](#)).

### Focus articles de sport

- 104 000 tonnes d'équipements de sports jetées par an en France (Source : [ADEME](#)).
- Forte demande, motivée par une prise de conscience écologie et une recherche d'économies (Source : [Trocdelaude.fr](#)).

### Acteurs majeurs

- Decathlon Seconde Vie : Reprise, revente d'articles vérifiés et remis en état.
- Barooders : Plateforme spécialisée, large gamme et transactions sécurisées.
- Initiatives locales : ex. La Boîte à Ski (Grenoble).

### Conclusion

Soutenu par des enseignes et recycleries locales, le marché de la seconde main dans le sport conjugue enjeux écologiques et solutions économiques.

## LA DÉMARCHÉ

La démarche engagée par la Recyclerie Sportive vise à enrichir simultanément l'expérience des clients et la communication interne entre les employés, tout en restant fidèle aux valeurs écologiques et solidaires de la structure.

Pour les clients, l'objectif est de proposer une expérience fluide et agréable grâce à une boutique organisée, une signalétique claire, des prix facilement identifiables et une meilleure visibilité des services.

Du côté des employés, la priorité est d'améliorer la communication et de créer un environnement de travail harmonieux en utilisant un outil numérique collaboratif, à la fois simple et efficace.

Cette approche globale, basée sur une analyse des besoins spécifiques des clients et des employés, repose sur des solutions pratiques, économiques et durables. Elle permet d'assurer une communication cohérente et une expérience enrichie pour tous.

## L'EXISTANT

La Recyclerie Sportive combine écologie et solidarité pour rendre le sport accessible à tous. Située stratégiquement, elle attire une clientèle diversifiée, sensible à la consommation responsable. Ses ateliers (réparation vélo, entretien ski, couture) prolongent la durée de vie des équipements sportifs. Avec une adhésion annuelle à 5 euros, elle offre des articles et services accessibles à tous, quel que soit l'âge ou le budget, grâce à des prix attractifs et sans compromis sur la qualité. Soutenue par un réseau national et des clubs partenaires, elle amplifie son impact écologique et social tout en promouvant une consommation durable à l'échelle locale et nationale.

Cependant, la Recyclerie Sportive présente certaines difficultés qui pourraient limiter l'expérience client. La devanture du magasin manque de clarté, en effet, le principe d'adhésion et de dons n'est pas explicité. L'état des articles proposés n'est pas précisé, ce qui pourrait induire une certaine confusion. Les pancartes informatives contiennent trop d'informations et ne sont pas visibles. L'atelier de réparation de vélos se retrouve dissimulé à l'arrière de la boutique et les autres services de réparation ne sont pas assez communiqués. Aussi, la signalétique des rayons n'est pas toujours lisible. Les éléments de la vitrine ne sont pas mis en avant. Pour finir, la communication entre les employés repose trop sur le bouche-à-oreille, ce qui entraîne une certaine désorganisation et des risques de malentendus ou d'erreurs.

## LES DONNÉES

Pour mieux comprendre les besoins des clients de la Recyclerie Sportive, nous avons mené des entretiens courts à la sortie du magasin. Ces échanges ont porté sur leur expérience : facilité de trouver les produits, orientation, ambiance et suggestions d'amélioration.

Les entretiens ont duré cinq minutes chacun, et six personnes, choisies aléatoirement, ont répondu à nos questions. Le questionnaire et ses réponses sont disponibles en annexes!

Les clients apprécient l'accueil, la diversité des produits, les prix attractifs et l'emplacement pratique de la caisse près de l'entrée. Cependant, plusieurs points de friction limitent l'expérience client : la signalétique des rayons et l'organisation des produits sont jugées insuffisantes, rendant l'orientation difficile. De plus, le manque d'informations techniques sur les articles et la cabine d'essayage peu visible et peu agréable sont des éléments à améliorer. Enfin, la visibilité générale de la boutique est perçue comme un point faible, nécessitant une meilleure mise en avant.

## PRÉCONISATION

### Stratégie visée

Objectif : Améliorer la visibilité, la communication (interne et externe) et l'expérience client, tout en gagnant du temps pour les employés.

Approche : Solutions simples et concrètes, physiques et digitales, pour fluidifier la communication, renforcer l'engagement client et valoriser l'identité écologique.

Expérience visée : Boutique bien organisée avec une signalétique claire, des espaces intégrés (atelier de réparation), des produits mis en avant et un environnement accueillant. Les clients comprennent rapidement le concept, les services et trouvent facilement ce qu'ils cherchent.

## **Cibles [détaillées en annexe<sup>2</sup>]**

**Cœur de cible :** Jeunes adultes (19-25 ans)

Étudiants ou jeunes actifs à revenus limités, recherchant des équipements abordables et écoresponsables.

**Cible principale :**

- Clients (18-39 ans) : Pratiquants de sport, sensibles aux prix et à l'impact écologique, intéressés par le matériel d'occasion.
- Employés : Responsables des opérations, gestion des stocks, et accueil des clients, avec besoin d'une communication interne efficace.

**Cibles secondaires :**

- Familles (36-46 ans) : Parents cherchant à réduire les dépenses sportives familiales.
- Clubs de sport : Associations cherchant du matériel à moindre coût ou à se débarrasser de matériel encombrant.

## **Objectifs**

- Amélioration de la visibilité de la boutique et de l'attractivité extérieure
- Communication claire sur le système d'adhésion et de dons
- Transparence sur l'état et les prix des articles
- Optimisation des pancartes informatives
- Intégration de l'espace réparation vélo
- Amélioration de l'organisation des rayons
- Dynamisation de l'espace avec des produits mis en avant
- Valorisation des services spécifiques (réparation ski/snow/couture)
- Amélioration de la communication interne entre les employés

## **Propositions**

### **Communication entre employés [annexe 16]**

Pour une communication fluide, WhatsApp facilite les échanges rapides avec des groupes thématiques pour structurer les discussions. Google Calendar centralise la planification avec une organisation claire et des notifications automatiques. Slack, en complément, offre une solution avancée avec canaux dédiés et intégrations pratiques.

### **Optimisation de la Devanture du Magasin**

Les mots-clés "Donnez", "Adhérez", "Recyclez" clarifient l'engagement du magasin et incitent à l'action. Les slogans "Boutique solidaire" et "Sport durable" renforcent l'identité éthique, tandis que le logo et la charte graphique soignée attirent l'attention et améliorent l'expérience client. [Détails en annexe<sup>3</sup>]

### **Mise en avant des Ateliers de Réparation Vélo et Ski**

L'information visuelle claire sur les services de réparation sur la vitrine attire les clients intéressés. L'exposition d'outils et d'équipements spécialisés renforce l'expertise de la boutique, tandis que les mots-clés comme "Réparez", "Apprenez", "Soutenez" suscitent l'intérêt et encouragent l'interaction. [Détails en annexe<sup>4</sup>]

### **Modification de l'agencement**

La vitrine mettra en avant des articles phares selon les saisons pour attirer l'attention depuis la rue et refléter la diversité des produits. La disposition actuelle des rayons est majoritairement conservée, mais des articles clés seront mis en avant, comme des mannequins devant certains rayons. Le coin enfants, bien positionné, sera mieux délimité avec un tapis pour le rendre visible et accueillir les familles. [détails en annexe 16]

### **Porte-affiche sur pied en bois**

Le porte-affiche près de l'entrée offre une communication claire sur le fonctionnement de la recyclerie, évitant les malentendus. Il capte l'attention des clients dès leur arrivée, sans encombrer l'espace, optimisant ainsi la circulation. [Détails en [annexe<sup>5</sup>](#)]

### **Étiquettes produits (pour articles non standards)**

Les étiquettes adhésives imprimées assurent une meilleure lisibilité et clarté des informations (prix, taille, état, marque), réduisant les questions des clients. Elles garantissent transparence et professionnalisme, simplifiant le processus d'achat et l'efficacité du personnel. [Détails en [annexe<sup>6</sup>](#)]

### **Optimisation des affiches informatives**

Réduire le texte et utiliser des visuels permet d'améliorer la lisibilité et de capter rapidement l'attention des clients. Cela simplifie la compréhension, réduit la charge cognitive et rend l'information plus accessible et mémorable. [Détails en [annexe<sup>7</sup>](#)]

### **Calendrier des ateliers sous plexiglass à la caisse**

Le calendrier, placé stratégiquement sous la caisse, maximise l'exposition en attirant l'attention de tous les clients. Avec un code couleur pour une lecture rapide et une protection en plexiglass, il reste propre et durable, assurant une visibilité claire. [Détails en [annexe<sup>8</sup>](#)]

### **Atelier de réparation vélo et ski**

Un panneau suspendu à l'entrée attire l'attention sur l'atelier de réparation, clarifiant son rôle tout en étant visible même dans un espace encombré. L'affiche explicative incite les clients à explorer l'atelier, et des photos encadrées ajoutent une touche chaleureuse et conviviale. [Détails en [annexe<sup>4</sup>](#)]

### **Affichage combiné des prix et disciplines sur un socle unique**

L'utilisation d'un socle unique pour afficher le prix et la discipline des articles optimise l'espace tout en garantissant une lisibilité claire. Cela permet un gain de place et une visibilité instantanée, facilitant la prise de décision des clients et renforçant l'image professionnelle du magasin. [Détails en [annexe<sup>9</sup>](#)]

### **Photos de sport décorant les murs**

Les photos de sport créent une ambiance dynamique et inspirante, rappelant l'essence de la boutique. L'utilisation de photos libres de droit permet de maintenir des coûts réduits tout en ajoutant une touche esthétique et accueillante. [Détails en [annexe<sup>10</sup>](#)]

### **Panneaux suspendus en bois pour indiquer les rayons**

Les panneaux suspendus améliorent la visibilité et l'orientation, facilitant la localisation des rayons, même dans un environnement dense. [Détails en [annexe<sup>10</sup>](#)]

### **Caisses en bois pour le rangement des articles**

Les caisses en bois renforcent l'image éco-responsable de la recyclerie et créent une ambiance chaleureuse et professionnelle. Étiquetées clairement, elles facilitent la localisation des produits et améliorent l'organisation, optimisant ainsi l'expérience client. [Détails en [annexe<sup>11</sup>](#)]

## Oriflamme

Plus haute que le chevalet, l'oriflamme offre une visibilité optimale et attire l'attention de loin. Elle renforce l'identité visuelle avec la nouvelle charte graphique et sert de repère pour faciliter l'orientation des visiteurs. [

## Priorisation

### Très important

- Optimisation de la devanture et vitrines : Attire les passants, impact direct sur l'attractivité du magasin.
- Porte-affiche à l'entrée : Informe clairement sur le fonctionnement du magasin et l'adhésion nécessaire.

### Important

- Affichage combiné prix et disciplines : Optimise l'espace et facilite la prise de décision d'achat.
- Communication interne : Assure gestion fluide et cohérence dans l'expérience client.
- Ateliers de réparation vélo et ski : Informe rapidement sur les services, incite à l'action.

### Moyenne

- Étiquettes produits : Améliore la lisibilité, impact indirect sur l'achat.
- Calendrier des ateliers à la caisse : Pratique, mais moins direct que d'autres actions.
- Caisse en bois : Pratique et esthétique, mais impact indirect.

### Peu important

- Oriflamme : Visible mais coût élevé et impact limité.

[Détails en [annexe<sup>12</sup>](#)]

# MESURES

## Budget total maximum :

**497,75 €**

Ce budget inclut l'achat d'équipements essentiels tels que des luminaires, caisses en bois, affichages, et signalétiques, avec des options pour réduire les coûts grâce à des matériaux récupérés ou gratuits.

## Moyens humains :

Toute l'équipe, composée d'employés, bénévoles et alternants, peut participer aux différentes étapes. Les tâches incluent la récupération des fournitures, l'installation des équipements, la pose des affichages et la décoration des espaces. Chacun contribue selon ses compétences pour optimiser le temps et l'efficacité.

[Détails en [annexe<sup>13</sup>](#)]

## Indicateurs de performance

Pour mesurer l'impact, des indicateurs clés [[annexe<sup>14</sup>](#)] comme le taux d'adhésion, l'utilisation de l'espace réparation, les nouveaux achats, les dons et réparations ont été définis. Faute de budget, le suivi des entrées et du temps moyen passé sera estimé par les employés. Un tableur sera utilisé pour un suivi efficace des KPIs.

## Ouverture :

Court terme : Agir rapidement pour atteindre les objectifs immédiats et poser des bases solides.

Long terme : Anticiper les évolutions pour inscrire ces actions dans une vision durable.

[détails [annexe<sup>15</sup>](#)]

# ANNEXES

Annexes<sup>1</sup> :

## **Modèle questionnaire :**

Informations générales (leur dire qu'ils ne sont pas obligés de répondre :

- Âge
- Statut (étudiant, retraité, actif...)
- Lieux de vie

### **1. Votre expérience générale**

Sur une échelle de 1 à 4, où 1 est "Pas du tout satisfait" et 4 est "Très satisfait", comment évalueriez-vous :

- Avez-vous trouvé ce que vous êtes venus chercher ?
- L'avez-vous trouvé facilement ? (si non, quel a été votre problème)
- L'accueil en boutique ?
- La clarté des informations sur les produits ?
  - Si pas assez clair : Qu'est ce qui aurait pu être plus clair
- L'organisation et l'agencement de la boutique (caisse, étagères, zones spécifiques) ? Des changements suggérés ?
- Y a-t-il des zones ou des produits qui vous semblent moins accessibles ou peu visibles ?
- La qualité des produits correspond-elle à celle à laquelle vous vous attendiez ?
- Si vous deviez décrire l'ambiance de la boutique en 3 mots, lesquels utiliseriez-vous ?
- Le coin d'essayage vous semble-t-il pratique et agréable ? Si non, que suggèreriez-vous ?
- Comment évalueriez-vous la signalétique dans le magasin (affiches, indications sur les rayons, etc.) ? Y a-t-il des choses à améliorer ?

### **2. Vos attentes et suggestions**

- Quels aspects de la boutique vous ont particulièrement plu ?
- Quels sont les points qui, selon vous, mériteraient une amélioration ?
- Y a-t-il des produits ou services que vous aimeriez voir proposés à l'avenir ?

### **3. Informations générales (Facultatif)**

- Comment avez-vous connu la Recyclerie Sportive ?
- Selon vous, est-elle assez visible ?

### **4. Autres commentaires**

Si vous souhaitez ajouter un commentaire ou partager une expérience spécifique, cet espace est à votre disposition.

## Entretien 1 =

- Âge : 20
- Statut : Étudiant
- Lieu de vie : SMH

### 1. Votre expérience générale

Sur une échelle de 1 à 4, où 1 est "Pas du tout satisfait" et 4 est "Très satisfait", comment évalueriez-vous :

- Avez-vous trouvé ce que vous êtes venu chercher ? Oui
- L'avez-vous trouvé facilement ? 3
- L'accueil en boutique ? 4
- La clarté des informations sur les produits ? 2
- Si pas assez clair : Qu'est-ce qui aurait pu être plus clair ?
- L'organisation et l'agencement de la boutique (caisse, étagères, zones spécifiques) ? 2
- Des changements suggérés ? Non
- Y a-t-il des zones ou des produits qui vous semblent moins accessibles ou peu visibles ? Oui, ne sais pas lesquels par contre
- La qualité des produits correspond-elle à celle à laquelle vous vous attendiez ? 3
- Si vous deviez décrire l'ambiance de la boutique en 3 mots, lesquels utiliseriez-vous ? Lumineux, ...
- Le coin d'essayage vous semble-t-il pratique et agréable ? Pas très agréable vu le manque de chauffage
- Comment évalueriez-vous la signalétique dans le magasin (affiches, indications sur les rayons, etc.) ?
- Y a-t-il des choses à améliorer ? On ne repère pas les rayons de loin. Ce serait bien de mieux les indiquer

### 2. Vos attentes et suggestions

- Quels aspects de la boutique vous ont particulièrement plu ? On trouve de tout
- Quels sont les points qui, selon vous, mériteraient une amélioration ? L'indication des rayons
- Y a-t-il des produits ou services que vous aimeriez voir proposés à l'avenir ? Pas d'idées

### 3. Informations générales (Facultatif)

- Comment avez-vous connu la Recyclerie Sportive ? En passant en tram devant
- Selon vous, est-elle assez visible ? Oui

### 4. Autres commentaires

- Si vous souhaitez ajouter un commentaire ou partager une expérience spécifique, cet espace est à votre disposition.

## Entretien 2 =

- Âge : 72
- Statut : Retraitée
- Lieu de vie : Grenoble

### 1. Votre expérience générale

Sur une échelle de 1 à 4, où 1 est "Pas du tout satisfait" et 4 est "Très satisfait", comment évalueriez-vous :

- Avez-vous trouvé ce que vous êtes venue chercher ? Oui
- L'avez-vous trouvé facilement ? Difficilement. Rayon mal indiqué
- L'accueil en boutique ? 4
- La clarté des informations sur les produits ?
- Si pas assez clair : Qu'est-ce qui aurait pu être plus clair ?
- L'organisation et l'agencement de la boutique (caisse, étagères, zones spécifiques) ?
- Des changements suggérés ?
- Y a-t-il des zones ou des produits qui vous semblent moins accessibles ou peu visibles ? Ne sais pas
- La qualité des produits correspond-elle à celle à laquelle vous vous attendiez ? Oui, de toute façon on a le choix
- Si vous deviez décrire l'ambiance de la boutique en 3 mots, lesquels utiliseriez-vous ? Peu claire
- Le coin d'essayage vous semble-t-il pratique et agréable ? Ne s'y est pas rendu et ne savait pas qu'il y en avait un
- Comment évalueriez-vous la signalétique dans le magasin (affiches, indications sur les rayons, etc.) ?
- Y a-t-il des choses à améliorer ? Indication des rayons cachées, donc les rendre visibles

### 2. Vos attentes et suggestions

- Quels aspects de la boutique vous ont particulièrement plu ? Les bas prix
- Quels sont les points qui, selon vous, mériteraient une amélioration ? La navigation dans le magasin (on fouille pour trouver)
- Y a-t-il des produits ou services que vous aimeriez voir proposés à l'avenir ? Du conseil

### 3. Informations générales (Facultatif)

- Comment avez-vous connu la Recyclerie Sportive ? On m'en a parlé
- Selon vous, est-elle assez visible ? Je ne l'avais pas vue avant

### 4. Autres commentaires

- Si vous souhaitez ajouter un commentaire ou partager une expérience spécifique, cet espace est à votre disposition.

## Entretien 3 =

- Âge : 37
- Statut : Actif
- Lieu de vie : Grenoble

### 1. Votre expérience générale

Sur une échelle de 1 à 4, où 1 est "Pas du tout satisfait" et 4 est "Très satisfait", comment évalueriez-vous :

- Avez-vous trouvé ce que vous êtes venu chercher ? Pas vraiment je faisais un tour
- L'avez-vous trouvé facilement ? (si non, quel a été votre problème)
- L'accueil en boutique ? 4
- La clarté des informations sur les produits ? J'étais un peu perdu et ne comprenais pas vraiment la répartition des produits
- Si pas assez clair : Qu'est-ce qui aurait pu être plus clair ?
- L'organisation et l'agencement de la boutique (caisse, étagères, zones spécifiques) ?
- Des changements suggérés ? Non, pas d'idées. Juste mieux guider les produits
- Y a-t-il des zones ou des produits qui vous semblent moins accessibles ou peu visibles ? En rentrant, on ne sait pas trop où aller
- La qualité des produits correspond-elle à celle à laquelle vous vous attendiez ? NSP
- Si vous deviez décrire l'ambiance de la boutique en 3 mots, lesquels utiliseriez-vous ? Bazar, lumineux, accueil chaleureux
- Le coin d'essayage vous semble-t-il pratique et agréable ? On n'a pas envie de rentrer dedans surtout avec le froid
- Comment évalueriez-vous la signalétique dans le magasin (affiches, indications sur les rayons, etc.) ?
- Y a-t-il des choses à améliorer ? Bah pas fléché

### 2. Vos attentes et suggestions

- Quels aspects de la boutique vous ont particulièrement plu ? L'accueil
- Quels sont les points qui, selon vous, mériteraient une amélioration ? L'affichage
- Y a-t-il des produits ou services que vous aimeriez voir proposés à l'avenir ? NSP

### 3. Informations générales (Facultatif)

- Comment avez-vous connu la Recyclerie Sportive ? En passant devant
- Selon vous, est-elle assez visible ? Suffisamment

### 4. Autres commentaires

- Si vous souhaitez ajouter un commentaire ou partager une expérience spécifique, cet espace est à votre disposition.

## Entretien 4 =

- Âge : 43
- Statut : Chômage
- Lieu de vie : Grenoble

### 1. Votre expérience générale

Sur une échelle de 1 à 4, où 1 est "Pas du tout satisfait" et 4 est "Très satisfait", comment évalueriez-vous :

- Avez-vous trouvé ce que vous êtes venu chercher ? Oui
- L'avez-vous trouvé facilement ? (si non, quel a été votre problème) Oui
- L'accueil en boutique ? 3
- La clarté des informations sur les produits ? 2, quand on ne connaît pas grand-chose techniquement, c'est compliqué
- Si pas assez clair : Qu'est-ce qui aurait pu être plus clair ?
- L'organisation et l'agencement de la boutique (caisse, étagères, zones spécifiques) ? Je m'y suis habitué mais c'était dur au début
- Des changements suggérés ? Flécher les rayons
- Y a-t-il des zones ou des produits qui vous semblent moins accessibles ou peu visibles ? Non
- La qualité des produits correspond-elle à celle à laquelle vous vous attendiez ? Oui
- Si vous deviez décrire l'ambiance de la boutique en 3 mots, lesquels utiliseriez-vous ? Pas d'idées
- Le coin d'essayage vous semble-t-il pratique et agréable ? Pratique mais pas agréable
- Comment évalueriez-vous la signalétique dans le magasin (affiches, indications sur les rayons, etc.) ?
- Y a-t-il des choses à améliorer ? Mauvaise signalisation, on est vite perdu

### 2. Vos attentes et suggestions

- Quels aspects de la boutique vous ont particulièrement plu ? La diversité des produits
- Quels sont les points qui, selon vous, mériteraient une amélioration ? L'orga
- Y a-t-il des produits ou services que vous aimeriez voir proposés à l'avenir ? Du conseil

### 3. Informations générales (Facultatif)

- Comment avez-vous connu la Recyclerie Sportive ? Un copain en a parlé
- Selon vous, est-elle assez visible ? Non, on ne comprend pas que c'est un magasin

### 4. Autres commentaires

- Si vous souhaitez ajouter un commentaire ou partager une expérience spécifique, cet espace est à votre disposition.

## Entretien 5 =

- Âge : 12
- Statut : Collégien
- Lieu de vie : Grenoble

### 1. Votre expérience générale

Sur une échelle de 1 à 4, où 1 est "Pas du tout satisfait" et 4 est "Très satisfait", comment évalueriez-vous :

- Avez-vous trouvé ce que vous êtes venu chercher ? Je ne cherchais rien en particulier
- L'avez-vous trouvé facilement ?
- L'accueil en boutique ? 4
- La clarté des informations sur les produits ? 3
- Si pas assez clair : Qu'est-ce qui aurait pu être plus clair ?
- L'organisation et l'agencement de la boutique (caisse, étagères, zones spécifiques) ?  
Des changements suggérés ? NSP
- Y a-t-il des zones ou des produits qui vous semblent moins accessibles ou peu visibles ? Oui mais ne sais pas dire lesquels
- La qualité des produits correspond-elle à celle à laquelle vous vous attendiez ? Oui
- Si vous deviez décrire l'ambiance de la boutique en 3 mots, lesquels utiliseriez-vous ?  
NSP
- Le coin d'essayage vous semble-t-il pratique et agréable ? NSP ne l'a pas vu
- Comment évalueriez-vous la signalétique dans le magasin (affiches, indications sur les rayons, etc.) ?
- Y a-t-il des choses à améliorer ? N'a pas fait attention car allait pas à un endroit précis

### 2. Vos attentes et suggestions

- Quels aspects de la boutique vous ont particulièrement plu ? La diversité des produits
- Quels sont les points qui, selon vous, mériteraient une amélioration ? L'histoire d'adhésion
- Y a-t-il des produits ou services que vous aimeriez voir proposés à l'avenir ? NSP

### 3. Informations générales (Facultatif)

- Comment avez-vous connu la Recyclerie Sportive ? Sa mère lui en a parlé
- Selon vous, est-elle assez visible ? NSP

### 4. Autres commentaires

- Si vous souhaitez ajouter un commentaire ou partager une expérience spécifique, cet espace est à votre disposition.

## Entretien 6 =

- Âge : 27
- Statut : Actif
- Lieu de vie : Seyssinet

### 1. Votre expérience générale

Sur une échelle de 1 à 4, où 1 est "Pas du tout satisfait" et 4 est "Très satisfait", comment évalueriez-vous :

- Avez-vous trouvé ce que vous êtes venu chercher ? Oui
- L'avez-vous trouvé facilement ? 4
- L'accueil en boutique ? 4
- La clarté des informations sur les produits ? 3
- Si pas assez clair : Qu'est-ce qui aurait pu être plus clair ?
- L'organisation et l'agencement de la boutique (caisse, étagères, zones spécifiques) ? Des changements suggérés ? Non
- Y a-t-il des zones ou des produits qui vous semblent moins accessibles ou peu visibles ? Oui, se souvient avoir eu du mal à trouver les chaussures d'escalade
- La qualité des produits correspond-elle à celle à laquelle vous vous attendiez ? 3, sait que c'est du recyclé
- Si vous deviez décrire l'ambiance de la boutique en 3 mots, lesquels utiliseriez-vous ? Sport, Naturelle et agréable
- Le coin d'essayage vous semble-t-il pratique et agréable ? NSP
- Comment évalueriez-vous la signalétique dans le magasin (affiches, indications sur les rayons, etc.) ? 1, un peu absente
- Y a-t-il des choses à améliorer ? Il faudrait des indications plus visibles

### 2. Vos attentes et suggestions

- Quels aspects de la boutique vous ont particulièrement plu ? Les prix
- Quels sont les points qui, selon vous, mériteraient une amélioration ? L'indication des rayons
- Y a-t-il des produits ou services que vous aimeriez voir proposés à l'avenir ? Non

### 3. Informations générales (Facultatif)

- Comment avez-vous connu la Recyclerie Sportive ? En cherchant un vélo
- Selon vous, est-elle assez visible ? Non, pas assez fléchée

### 4. Autres commentaires

- Si vous souhaitez ajouter un commentaire ou partager une expérience spécifique, cet espace est à votre disposition.

# Bilan

## 1. Votre expérience générale

- Avez-vous trouvé ce que vous étiez venus chercher ?

La majorité des répondants ont trouvé ce qu'ils cherchaient, mais certains étaient simplement en repérage ou ne savaient pas quoi chercher.

- L'avez-vous trouvé facilement (l'article cherché)?

Les réponses varient :

- Certains ont trouvé facilement (note 4).
- D'autres ont eu des difficultés à cause d'un manque d'indications claires sur les rayons.

- L'accueil en boutique ?

En général, très bien noté (note 4). L'accueil est perçu comme chaleureux et agréable.

- La clarté des informations sur les produits ?

Les difficultés signalées pour comprendre la répartition des produits ou l'usage technique de certains articles. Suggestions : davantage d'informations techniques.

- L'organisation et l'agencement de la boutique ?

Notes moyennes (2 à 3), avec des remarques sur un agencement peu intuitif. Suggestions fréquentes : améliorer la signalétique des rayons.

- Y a-t-il des zones ou produits moins accessibles ou peu visibles ?

Oui, des rayons ou produits spécifiques comme les chaussures d'escalade sont difficiles à trouver.

- La qualité des produits correspond-elle à vos attentes ?

Majoritairement jugée satisfaisante (note 3). Les clients comprennent qu'il s'agit de produits recyclés.

- Ambiance de la boutique en 3 mots ?

Réponses variées : lumineux, chaleureux, bazar, sport, naturel.

- Le coin d'essayage ?

Perçu comme peu agréable à cause du manque de chauffage. Certains ne l'avaient même pas remarqué.

- La signalétique dans le magasin ?

Jugée insuffisante : les rayons ne sont pas bien fléchés ni visibles de loin. Suggestions : améliorer la signalétique pour guider les clients.

## 2. Vos attentes et suggestions

- Aspects positifs de la boutique :

La diversité des produits et les prix attractifs.

- Points à améliorer :

La signalétique des rayons et l'organisation générale de la boutique.

- Produits ou services souhaités à l'avenir :

Des conseils personnalisés et plus d'informations techniques. Certains n'ont pas d'idées précises.

### 3. Informations générales (Facultatif)

- Comment avez-vous connu la Recyclerie Sportive ?

Plusieurs réponses : en passant devant (tram, rue) ou via des recommandations de proches.

- Est-elle assez visible ?

Avis partagés :

- Certains trouvent la boutique bien visible.
- D'autres estiment qu'il n'est pas évident de comprendre qu'il s'agit d'un magasin.

### 4. Autres commentaires

Les clients apprécient globalement l'expérience mais souhaitent une meilleure navigation en boutique, notamment grâce à une signalétique plus claire et à des informations sur les produits. Le coin d'essayage, bien que pratique, pourrait être rendu plus accueillant.

Les +

- Accueil chaleureux
- Diversité des produits
- Prix attractifs
- L'emplacement de la caisse

Les -

- Mauvaise signalétique des rayons
- Mauvaise organisation des produits
- Manque d'informations techniques
- Cabine d'essayage peu visible et peu agréable
- Boutique peu visible

## Annexe<sup>2</sup> :

### Jeunes adultes (19-25 ans)

- Profils : Étudiants, jeunes actifs, à revenus limités, souvent sensibles à des alternatives écologiques pour pratiquer des sports à moindre coût.
- Motivations : Pratiquer un sport tout en soutenant une démarche durable. Les jeunes adultes sont une cible clé pour les initiatives de consommation responsable.
- Justification : Une étude menée par l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) montre que les jeunes adultes, en particulier ceux âgés de 18 à 29 ans, sont parmi les plus engagés dans des pratiques de consommation responsable, incluant l'achat d'articles de seconde main. En 2020, 62 % des jeunes adultes privilégient les achats responsables, notamment pour les produits écologiques, notamment les équipements sportifs d'occasion
- Source : ADEME - La consommation responsable chez les jeunes adultes

## Clients (18-39 ans)

- Profils socio-économiques : CSP moyenne à faible (employés, ouvriers, étudiants, retraités précaires).
- Motivations : Recherche d'équipements sportifs accessibles financièrement et d'articles d'occasion, tout en privilégiant les démarches écologiques.
- Justification : Selon une étude menée par Kantar TNS en 2021, les personnes âgées de 18 à 39 ans, incluant les étudiants et les jeunes actifs, privilégient les achats d'occasion, en particulier pour les équipements sportifs. 60 % de ce groupe est particulièrement attiré par les produits écologiques et responsables, en raison de leurs contraintes budgétaires et de leur volonté de consommer de manière plus durable. Ils se tournent vers des solutions d'achat à moindre coût tout en soutenant des pratiques responsables (source : Kantar TNS, "Les tendances de consommation écoresponsable en France").
- Source : Kantar TNS - Les tendances de consommation écoresponsable en France

## Employés

- Rôle : Salariés, alternants et bénévoles responsables des opérations, gestion des stocks et accueil. Une communication claire et efficace est nécessaire pour faciliter leur travail et améliorer l'organisation.
- Motivations : Accéder à des outils et des méthodes qui fluidifient leur coordination et renforcent leur efficacité.
- Justification : Une étude menée par l'INSEE et le Ministère du Travail en 2019 a révélé que les employés, en particulier ceux des secteurs à faibles revenus, cherchent activement des solutions pour améliorer leur efficacité et leur productivité, tout en facilitant leur quotidien professionnel. Les solutions pratiques et organisées, qui permettent une gestion optimisée du temps, sont essentielles pour ce groupe, notamment pour les tâches administratives et la coordination des équipes (source : INSEE, "Les profils des salariés et leur consommation responsable").
- Source : INSEE - Les profils des salariés et leur consommation responsable

## Familles (36-46 ans)

- Profils : Parents, souvent avec des enfants en bas âge ou adolescents, cherchant des solutions économiques pour équiper toute la famille en matériel sportif.
- Motivations : Réduire les dépenses liées aux loisirs familiaux tout en adoptant des pratiques de consommation responsable.
- Justification : Selon une enquête menée par la Fédération Française des Usagers de la Bicyclette (FFUB) en 2020, 70 % des familles avec enfants se tournent vers des produits d'occasion pour leurs achats de loisirs et de sports. Elles privilégient des solutions durables pour réduire leurs dépenses tout en offrant des équipements de qualité à leurs enfants. Ce groupe est particulièrement motivé par les prix abordables et les pratiques responsables, notamment pour leurs activités sportives familiales (source : FFUB, "Consommation responsable des familles avec enfants").
- Source : [FFUB - Consommation responsable des familles avec enfants](#)

## Clubs de sport

- Motivations : Les associations sportives recherchent du matériel de sport abordable ou souhaitent se débarrasser de matériel encombrant. Ces clubs privilégient des solutions permettant de rendre le sport accessible à tous.
- Justification : Un rapport de l'Observatoire du Sport de la Ville de Paris, publié en 2021, indique que les clubs de sport, en particulier ceux des quartiers populaires et les associations à but non lucratif, sont de plus en plus intéressés par des équipements accessibles à prix réduits. De plus, ils cherchent à gérer plus efficacement leurs stocks en se débarrassant de matériel inutilisé ou encombrant, tout en soutenant des initiatives de consommation responsable. Ces clubs sont sensibles aux offres permettant de rendre le sport accessible à tous, tout en maintenant des coûts bas pour leurs membres (source : Observatoire du Sport de la Ville de Paris, "Les besoins des clubs de sport dans les quartiers populaires").
- Source : Observatoire du Sport de la Ville de Paris - Les besoins des clubs de sport

## Annexes<sup>3</sup> :

### Optimisation de la Devanture du Magasin

Mots-clés sur la vitrine : "Donnez", "Adhères", "Recyclez"

Avantages :

- Clarté immédiate : Ces mots-clés sont simples, percutants et expliquent instantanément les actions possibles pour les clients.
- Incitation à l'action : Ils encouragent les passants à s'engager, soit en entrant dans la boutique, soit en participant à des actions solidaires.
- Visibilité renforcée : Placés sur la vitrine, ces mots sont visibles de l'extérieur, attirant l'attention rapidement.

Slogans : "Boutique solidaire" et "Sport durable"

Avantages :

- Clarté du positionnement : Ces slogans expliquent directement ce que le magasin représente. "Boutique solidaire" renforce l'engagement social, tandis que "Sport durable" met en avant l'aspect éco-responsable.

Mise en avant du logo et charte graphique

Avantages :

- Renforcement de la notoriété : Un logo visible attire l'attention et permet aux passants de reconnaître la boutique de loin.
- Professionnalisme : L'utilisation de la charte graphique (couleurs, typographies, éléments visuels) renforce l'identité de la marque, créant une image professionnelle et attrayante.
- Identité forte : Une devanture soignée et cohérente devient un point de repère et renforce la crédibilité du magasin.
- Préparation des visiteurs : Une signalisation claire aide à comprendre le concept du magasin dès la vitrine, ce qui réduit les incertitudes et améliore l'expérience client.



## Annexes<sup>4</sup> :

### Mise en avant de l'atelier de réparation Vélo et Ski

Panneau suspendu visible depuis l'entrée

Objectif : Attirer l'attention et clarifier immédiatement la nature de l'espace.

Avantages :

- Indication claire de l'atelier « Atelier de co-réparation - Ouvert au public ».
- Perception de l'atelier comme une extension naturelle du magasin, pas comme une arrière-boutique.
- Position en hauteur pour visibilité même dans un environnement encombré.

Affiche explicative près de l'entrée

Objectif : Informer rapidement les passants et clients hésitants.

Avantages :

- Réduit la barrière psychologique à entrer dans l'atelier.
- Clarifie les services proposés et incite à explorer cette partie de la boutique.

Ajouter des photos encadrées pour une ambiance chaleureuse

Objectif : Créer un environnement accueillant et décoratif.

Avantages :

- Transforme l'atelier en un lieu convivial et communautaire, renforçant l'image chaleureuse du magasin.

Information visuelle claire sur les services proposés

Avantages :

- La vitrine peut fonctionner comme un panneau d'information pour informer les passants que des réparations de vélo et de ski sont possibles. Cela attire une clientèle cible intéressée par ces services.

Soutien à l'expertise et au professionnalisme des ateliers

Avantages :

- L'exposition d'outils et d'équipements de réparation renforce l'idée que la boutique est un lieu de services spécialisés et professionnels.
- Cela rassure les clients potentiels sur la qualité du service.

Utilisation de mots-clés pour éveiller l'intérêt

Avantages :

- Des mots comme "Réparez", "Apprenez", "Soutenez" captent l'attention et encouragent les passants à en savoir plus, créant une interaction spontanée avec la boutique.



**RÉPAREZ  
APPRENEZ  
SOUTENEZ**



**Re  
cyclerie**  
sportive

**Atelier de co-réparation**

**Annexe<sup>5</sup> :**

### **Porte-affiche sur pied en bois dans la boutique**

Communication claire du concept dès l'arrivée

Objectif : Expliquer le fonctionnement de la recyclerie de manière concise.

Avantages :

- Permet aux clients de comprendre rapidement les règles de la recyclerie avant même d'explorer la boutique.
- Évite les malentendus, notamment en clarifiant la nécessité d'adhérer pour acheter, optimisant ainsi la compréhension dès le début.

Positionnement stratégique près de l'entrée

Objectif : Attirer immédiatement l'attention des clients dès leur arrivée.

Avantages :

- L'emplacement en face de la porte permet de capter le regard des clients dès qu'ils entrent.

- Les informations sont affichées à un point de contact clé, là où les clients sont les plus réceptifs.

## Économie d'espace et optimisation de la circulation

Objectif : Utiliser un support compact sans encombrer l'espace.

Avantages :

- Le porte-affiche est conçu pour être peu encombrant, ce qui est essentiel dans une boutique à espace limité.
- Il ne gêne pas la circulation et reste fonctionnel sans empiéter sur l'espace disponible.

**BIENVENUE À LA  
RECYCLERIE SPORTIVE DE  
GRENOBLE !**

ADHÉREZ POUR ACHETER ET SOUTENIR LE SPORT LOCAL !

**ADHÉSION À 5€ / AN**

Accès à des **équipements sportifs** à prix **solidaires**.  
Participez à des **événements** exclusifs.  
Agissez pour un **monde durable**.

**Comment adhérer ?**  
Adressez vous directement à notre personnel.

**FAITES DES DONS !**

Déposez vos articles inutilisés dans notre **boîte à dons** à l'entrée ou à l'accueil.

**ATELIER CO-RÉPARATION 25€ / AN**

Vélo, trottinette, rollers.  
Couture.  
Entretien matériel de ski (l'hiver).

**Recyclerie sportive**

Cohérence graphique et respect de la charte visuelle :

- Palette de couleurs : L'orange attire l'attention sur des éléments-clés (Adhésion, Dons, Atelier), créant une hiérarchie visuelle.
- Typographie : Variations entre texte normal, gras et titres pour renforcer l'organisation de l'information.
- Structure : L'affiche est segmentée en blocs distincts, facilitant une lecture rapide.
- Logo : Ancrage de l'identité visuelle, garantissant la crédibilité de l'information.

Clarté et lisibilité :

- Titre principal : Direct et engageant, il situe immédiatement le lieu.
- Slogan : "Adhérez pour acheter et soutenir le sport local !" précise la mission de façon concise.

- Blocs d'information : Services hiérarchisés pour une compréhension rapide (adhésion, dons, ateliers).

Messages et pertinence des contenus :

- Adhésion à 5€/an : Avantages clairs, reliant bénéfices individuels à des valeurs collectives.
- Faites des dons ! : Invitation à participer à l'économie circulaire, avec une action facile via la boîte à dons.
- Atelier co-réparation : Activités variées (vélo, couture, ski) montrant la polyvalence de la Recyclerie.

Efficacité visuelle et structurelle :

- Espaces blancs : Aération pour améliorer la lisibilité et éviter la surcharge.
- Mots-clés en gras : Mise en valeur des éléments essentiels pour une compréhension rapide.

Adéquation au public cible :

- Public local et familial : Répond aux besoins des familles, jeunes, et sportifs amateurs.
- Appel à la participation active : Incitation à s'impliquer dans une démarche collective.

Annexe<sup>6</sup> :

### Étiquettes Produits (pour articles non standards)

Idée : Utiliser des étiquettes adhésives imprimées pour les articles à prix unique. Ces étiquettes indiqueront le prix, la taille, l'état et la marque du produit.

Avantages :

- Lisibilité améliorée : Les étiquettes imprimées sont plus lisibles que les écrits à la main, garantissant une présentation soignée et professionnelle.
- Clarté de l'information : Les clients peuvent facilement comprendre les caractéristiques du produit, simplifiant ainsi leur décision d'achat.
- Transparence : La mention de l'état des produits de seconde main rassure les clients sur la qualité.
- Réduction des demandes : Moins de questions sur le prix, la taille, et l'état du produit, ce qui améliore l'efficacité du personnel.
- Apparence professionnelle : Ces étiquettes confèrent une image plus professionnelle au magasin.

**Nom de l'article**

**15€**

**L**



Bon état

**Marque**



**Re  
cyclerie**  
sportive

Les étiquettes sont claires et hiérarchisées pour une lecture rapide : le nom, prix, taille, état et marque du produit sont les informations principales. Le code-barres permet l'identification en caisse et le logo représente l'enseigne. Les étoiles indiquent l'état du produit, s'assombrissant au fur et à mesure que l'état s'améliore, avec une description claire pour en assurer la compréhension.

## Annexe<sup>7</sup> :

### Optimisation des Affiches informatives

#### Réduction du texte et utilisation de visuels

Idée : Réduire le texte sur les affiches en utilisant des chiffres impactants, des mots-clés et des visuels pour rendre l'information plus claire et concise.

#### Avantages :

- Lisibilité améliorée : Des messages courts et percutants permettent une lecture rapide et facile, attirant l'attention des clients immédiatement.
- Captation rapide de l'attention : L'utilisation de visuels et de chiffres rend le message plus attractif, incitant les clients à lire l'affiche et à retenir l'information essentielle.
- Réduction de la charge cognitive : Moins de texte permet aux clients de comprendre les messages sans effort, simplifiant leur expérience en magasin.
- Approche ludique et accessible : Les affiches simplifiées rendent la communication plus accessible et plaisante pour les clients.
- Communication claire et directe : Les visuels simplifient la compréhension et permettent de transmettre des informations de manière concise en un coup d'œil.



- Approche minimaliste avec peu de texte et des visuels parlants → capte l'attention et facilite la compréhension rapide, tout en renforçant l'impact visuel du message.
- Utilisation des couleurs de la charte graphique pour rester cohérent
- Chiffre clé bien mis en avant → placé au centre et dans une taille suffisamment grande pour devenir le point focal de l'affiche.
- En donnant des valeurs précises et concrètes, les messages sensibilisent efficacement le public
- Les éléments graphiques et textuels sont bien espacés, avec un alignement centré qui guide le regard de haut en bas.
- L'utilisation d'un espacement généreux évite la surcharge visuelle, améliorant ainsi la lisibilité et l'attractivité de l'affiche.
- Les textes sont simples et compréhensibles pour un large public, y compris des jeunes et des familles.
- Cette approche directe et visuellement attrayante garantit que le message atteint efficacement son audience.
- Les messages passés par les affiches incitent les clients à réfléchir à leur comportement sans les juger → La Recyclerie Sportive encourage un comportement responsable ; les messages s'alignent parfaitement avec cet objectif.

## Annexe<sup>8</sup> :

### Calendrier des Ateliers sous Plexiglass à la Caisse

Placement stratégique sous la caisse

Objectif : Attirer l'attention des clients au point de passage incontournable.

Avantages :

- Le calendrier est vu par tous les clients pendant qu'ils attendent, maximisant l'exposition.
- Permet aux clients de découvrir les ateliers et de poser des questions immédiatement après leur achat.
- Positionnement idéal pour encourager l'adhésion directe aux activités proposées.

Code couleur pour une identification facile des ateliers

Objectif : Simplifier la lecture et la compréhension rapide des activités proposées.

Avantages :

- Organisation visuelle intuitive permettant de repérer rapidement l'atelier d'intérêt sans lecture détaillée.

Affichage physique pour un public plus large

Objectif : Accéder à l'information facilement sans dépendre d'Internet.

Avantages :

- L'affichage physique garantit que l'information est accessible à tous sur place, augmentant ainsi la portée des activités proposées.

## Protection du calendrier avec plexiglass

Objectif : Assurer la durabilité et la propreté de l'affichage.

- Avantages :
- Le plexiglass protège le calendrier des dégradations (tâches, plis, déchirures), assurant une présentation soignée.
- Garantit une visibilité claire et nette tout au long du mois, même dans un
- environnement fréquenté.

FÉVRIER						
2025						
LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

ATELIER RÉPARATION CO-MOBILITÉ

ATELIER CO-RÉPARATION COUTURE

ATELIER EN CO-RÉPARATION SPORTS HIVER

- En attribuant des couleurs spécifiques à chaque type d'atelier (mobilité, couture, sports d'hiver), ce calendrier met en valeur la diversité des services proposés, renforçant l'image d'une structure active et multidisciplinaire.

Légende explicative :

- Le recours à une légende claire, associant chaque couleur et pictogramme à un type d'atelier, guide efficacement les usagers dans leur lecture. Cela limite le risque de confusion et améliore l'accessibilité.
- Espacement suffisant :
- Chaque case est aérée, ce qui évite une surcharge d'informations et rend le calendrier agréable à consulter. Les activités étant placées sur des jours spécifiques, cela invite à planifier à l'avance.

## Annexe<sup>9</sup> :

### Affichage Combiné des Prix et Disciplines sur un Socle Unique

Idée : Utiliser un socle fixe pour afficher à la fois le prix des articles et la discipline à laquelle ils appartiennent (ex : arts martiaux, randonnée, etc.).

Explication :

- Socle unique pour les deux affiches : Le socle, fixé directement sur les portants, accueille à la fois l'affiche du prix standard de chaque article et celle indiquant la discipline associée. Cette méthode optimise l'espace et la lisibilité tout en évitant d'encombrer le rayon.
- Avantages :
- Gain de place : Un seul socle regroupe deux informations essentielles, libérant de l'espace dans la boutique tout en maintenant une présentation claire.
- Visibilité instantanée des informations : Les clients voient immédiatement le prix et la catégorie de l'article en même temps, ce qui facilite leur prise de décision.
- Harmonisation : Cette présentation soignée permet de maintenir une signalisation cohérente et professionnelle, renforçant l'image du magasin.
- Accessibilité : Les informations sont facilement accessibles, ce qui réduit les retours au produit pendant le passage en caisse.



#### Lisibilité et Impact

- Typographie claire : Le texte "T-SHIRT À 5€" est écrit en grande taille, facilement repérable à distance. Cela permet aux clients d'identifier rapidement l'article et son prix.
- Contraste : Le contraste entre le texte et le fond garantit une visibilité optimale, même dans des zones à éclairage variable, attirant immédiatement l'attention.

#### Organisation de l'information

- Hiérarchisation claire : Le type d'article ("T-SHIRT") est mis en avant en grand, car c'est l'information principale. Le prix ("5€") est visible juste en dessous, dans une taille légèrement plus petite, permettant une lecture fluide.
- Simplicité : L'affiche se concentre uniquement sur l'essentiel : le nom de l'article et le prix, offrant une compréhension immédiate et évitant toute surcharge visuelle.

## Pertinence visuelle

- Image contextuelle : Une photo de t-shirt renforce l'identification rapide de l'article. Cela permet aux clients de reconnaître immédiatement le produit, même sans lire le texte, idéal pour les passants ou dans un environnement dynamique.

## Efficacité pour le positionnement en magasin

- Adaptabilité : Le design est modulable pour d'autres articles (par exemple, "PANTALON À 5€" ou "CASQUETTE À 5€"), garantissant une cohérence visuelle dans toute la boutique.
- Focus sur l'essentiel : Le format compact et pratique s'intègre parfaitement sur un socle à pince ou un portant, à hauteur des yeux, sans encombrer l'espace.

## Annexe<sup>10</sup> :

### Photos de sport décorant les murs

Objectif : Créer une ambiance dynamique et inspirante.

Avantages :

- Les photos, représentant des activités sportives liées aux produits, apportent une touche esthétique tout en rappelant l'essence de la boutique.
- Utilisation de photos libres de droit permet de réduire les coûts tout en créant une atmosphère attrayante et accueillante.

### Panneaux suspendus en bois pour indiquer les rayons

Visibilité et orientation améliorées

- Idée : Suspendre les panneaux à une hauteur stratégique pour attirer l'attention et faciliter l'orientation.
- Avantages :
  - Meilleure visibilité dans un environnement dense, attirant les clients même de loin.
  - Facilite la localisation des rayons et améliore l'expérience de navigation dans le magasin.

Renforcement de l'identité visuelle

- Idée : Intégrer la nouvelle charte graphique sur les panneaux suspendus.
- Avantages :
  - Crée une cohérence visuelle et renforce la reconnaissance de la marque.
  - Offre une image professionnelle et engageante, en harmonie avec le design de la recyclerie.



## Annexe<sup>11</sup> :

### Caisses en Bois pour le Rangement des Articles

Cohérence visuelle et amélioration de l'image de la boutique

Avantages :

- Les caisses en bois ajoutent une touche naturelle, créant une présentation soignée et professionnelle qui renforce l'image éco-responsable de la recyclerie.
- Ces caisses contribuent à un environnement agréable et attirent les clients grâce à leur esthétique chaleureuse.

Facilité de lecture et organisation claire

Avantages :

- Chaque caisse est étiquetée clairement, ce qui permet aux clients de trouver facilement les produits qu'ils cherchent.
- Les articles sont bien organisés, ce qui améliore la fluidité de la circulation dans la boutique et l'expérience client.



## Lisibilité et Impact

- **Typographie claire** : Les mots "GANTS DE SKI" sont écrits dans une police suffisamment grande pour être repérés à distance. Cela facilite l'identification rapide du contenu de la caisse par les clients.
- **Contraste** : Bon contrastes qui garantit une bonne visibilité du texte, même dans des environnements où l'éclairage peut varier.

## Organisation de l'information

- **Hiérarchisation claire** :
  - Le type d'article est mis en avant en grand, car c'est l'information principale que le client recherche.
  - Le prix est présenté de manière visible, mais dans une taille plus petite. Cela guide l'œil naturellement du type d'article au prix.
- **Simplicité** : L'affiche ne contient que les informations essentielles (nom de l'article et prix). Cela évite de surcharger la pancarte et permet une compréhension immédiate.

## Annexe<sup>12</sup>

### Priorisation des Actions :

Très important =

- Optimisation de la devanture du magasin et des vitrines car ce sont les premières choses que les passants voient et sont donc cruciaux pour attirer de nouveaux clients + a un impact direct sur l'attractivité du magasin et l'intérêt des passants.
- Porte-affiche sur pied expliquant le concept de la recyclerie à l'entrée du magasin car il est crucial pour informer immédiatement les clients sur le fonctionnement du magasin, notamment sur l'adhésion nécessaire pour effectuer un achat.

Important =

- Affichage combiné des prix et des disciplines sur un seul socle car cela permet d'optimiser l'espace en magasin tout en offrant une présentation claire et cohérente des informations. Cela aide à simplifier la navigation dans la boutique, ce qui facilite la prise de décision pour les clients.
- Communication interne entre les employés car elle assure une gestion harmonieuse du magasin, une cohérence dans les messages délivrés aux clients, ainsi qu'une réactivité optimale face aux imprévus.
- Mise en avant des ateliers de réparation vélo et ski car il est important d'informer directement les clients présents dans la boutique sur les services spécifiques proposés. Cela permet d'expliquer rapidement les processus, comme la co-réparation ou les services d'entretien, et de dissiper toute hésitation quant à leur accessibilité.

Moyenne =

- Les étiquettes produits car elles améliorent la lisibilité, facilitent la compréhension des caractéristiques des articles et accélèrent le processus de décision d'achat. Bien qu'importantes pour une présentation professionnelle, leur impact est indirect par rapport à d'autres actions plus visibles ou engageantes.
- Calendrier des ateliers sous plexiglass à la caisse car il informe les clients de manière pratique, mais son impact est moins direct que d'autres actions plus visibles, comme la signalisation des services. Il complète efficacement la communication, mais reste secondaire.
- Caisse en bois car elles améliorent l'organisation et l'apparence de la boutique, mais leur impact reste indirect comparé à des éléments plus visibles comme la signalisation ou la mise en avant des ateliers. Elles apportent une touche esthétique et pratique, mais ne génèrent pas directement d'engagement client.

Peu important =

- Oriflamme car bien que visible de loin et renforçant l'identité visuelle, nécessite un investissement relativement élevé en comparaison à d'autres actions plus simples et efficaces. Son impact est limité aux passants, ce qui le place comme une priorité moindre par rapport à des actions plus directes et engageantes.

**Annexe<sup>13</sup> :**

**Moyens financiers =**

### **1. Lumières Vitrine (LED Spot sur rail)**

- Prix unitaire : 39,90 € (x2 pour chaque côté de la vitrine)
- Frais de port : 5,95 €
- Total : 85,75 €
- Lien : [1m LED Spot sur rail - 3 Luminaires - Dimmable - Rail Monophasé - Noir - PROMO: 11% 39,90 € + 5,95 € de frais de port Lampesonline.fr \(6\) Led](#)

### **2. Caisses en bois pour articles en vrac**

- Prix unitaire : 8,00 € (x10)
- Total : 80,00 €
- Lien : [Boite de Rangement en Bambou 30x14x20 cm CARREFOUR HOME : la boite de rangement à Prix Carrefour](#)

Alternative : Contacter des supermarchés ou cavistes pour récupérer gratuitement des caisses en bois.

### **3. Estrades pour vitrines (palettes bois)**

- Prix unitaire : 5,00 € (pour 10 palettes)
- Total : 5,00 €
- Lien : [https://www.leboncoin.fr/recherche?category=21&text=palette+bois&locations=Grenoble\\_45.18662669556528\\_5.7302161966\\_02413\\_6662\\_5000&kst=p&pi=38cc8a04-bd0c-48a4-ab73-18c71d5e99f0](https://www.leboncoin.fr/recherche?category=21&text=palette+bois&locations=Grenoble_45.18662669556528_5.7302161966_02413_6662_5000&kst=p&pi=38cc8a04-bd0c-48a4-ab73-18c71d5e99f0)

Alternative : Appeler des magasins de bricolage ou de grandes surfaces pour récupérer des palettes gratuites ou à bas prix.

#### 4. Affiches graphiques (impression interne)

- Coût estimé : Gratuit (si impression interne avec une imprimante de qualité)

Alternative : Faire appel à des imprimeries locales si l'impression interne n'est pas une option, ou utiliser des solutions en ligne avec des prix compétitifs.

#### 5. Étiquettes autocollantes pour prix

- Prix pour 100 étiquettes : 30,00 €
- Total : 30,00 €
- Lien : [LabelPrint24](#)

#### 6. Cadres photo

- Prix unitaire : 4,00 € (x10)
- Total : 40,00 €
- Lien : [Lot de cadres neufs - Décoration](#)

Alternative : Rechercher des cadres dans des déchetteries, où ils peuvent être gratuits.

#### 7. Porte-affiche sur pied bois

- Prix unitaire : 50,00 €
- Total : 50,00 €
- Lien : [Présentoir sur pied BAMBOU A4 réglable | SPRINTIS](#)

#### 8. Autocollants personnalisés pour vitrines

- Lettrage adhésif pour vitrine : 20,00 €
- Vinyle personnalisable (x4) : 10,00 € par autocollant
- Total : 60,00 €
- Lien : [Lettrage adhésif pour vitrine | MPA Pro](#) / [Vinyle à la forme pour vitrine | MPA Pro](#)

#### 9. Socles pour portants

- Prix pour 12 socles : 10,00 € (pour 4 socles)
- Total : 30,00 €
- Lien : [Porte-affiche en acrylique avec pince en plastique en gros pour création de bijoux - Fr.Pandahall.com](#)

#### 10. Oriflamme (drapeau publicitaire)

- Prix unitaire : 114,00 €
- Total : 114,00 €
- Lien : [Impression Drapeau Publicitaire | Drapeau Forme Plume](#)

#### 11. Panneaux en bois pour rayons

- Prix unitaire : 12,00 € (x3)
- Total : 36,00 €
- Lien : [Tablette pin lamellé collé rustique - 200x30cm | Bricorama](#)

#### 12. Peinture pour noms des rayons (ou écrire au pyrograveur )

- Prix estimé : 10,00 €
- Total : 10,00 €
- Lien : [Magasin de bricolage local](#) ou autres magasins de bricolage.

## 12. Cadre plexiglass

- Prix estimé : 7,00 €
- Total : 7,00 €
- Lien : [cadre](#)

Total des dépenses prévisionnelles maximales :  
**= 497,75 €**

### Moyens humains =

#### 1. Achat et récupération des fournitures

- Nombre de personnes nécessaires : 1-2
- Compétences/Requis : Organisation, déplacement
- Temps estimé : 6 jours
- (Le processus d'achat comprend plusieurs étapes : identification du besoin, recherche de fournisseurs, négociation, commande et réception des biens.)

#### 2. Assemblage et installation

- Nombre de personnes nécessaires : 2-3
- Compétences/Requis : Maniement des outils, bricolage
- Temps estimé : 4-5 jours
- (Le temps dépend de la complexité du mobilier. Par exemple, l'assemblage de meubles IKEA varie selon le modèle.)

#### 3. Impression et pose des affichages

- Nombre de personnes nécessaires : 1-2
- Compétences/Requis : Création graphique, précision
- Temps estimé : 2 heures
- (La pose des affichages nécessite de la précision pour l'alignement et la visibilité.)

#### 4. Pose des autocollants sur vitrine

- Nombre de personnes nécessaires : 2
- Compétences/Requis : Précision, soin
- Temps estimé : 2 heures
- (Assurez-vous de bien positionner les autocollants pour éviter les imperfections.)

#### 5. Création et décoration des espaces

- Nombre de personnes nécessaires : 2
- Compétences/Requis : Créativité, sens esthétique
- Temps estimé : 1 journée
- (Cette tâche nécessite une journée complète pour bien agencer et créer une ambiance cohérente.)

#### 6. Mettre en place du calendrier des ateliers et le mettre à jour

- Nombre de personnes nécessaires : 1
- Compétences/Requis : Maniement des outils, soin
- Temps estimé : ½ journée pour la création initiale, 30 minutes par semaine pour les mises à jour.

## 7. Coordination et supervision

- Nombre de personnes nécessaires : 1
  - Compétences/Requis : Supervision générale
  - Temps estimé : Tout au long du projet
  - (La coordination nécessite une attention continue pour superviser l'avancement et résoudre les problèmes au fur et à mesure.)
- **Équipe optimale** : 4 à 5 personnes permettraient de répartir les tâches plus efficacement → les employés et les bénévoles. Il est aussi possible de s'appuyer sur les alternants.

### Profil des personnes nécessaires :

1. **Coordinateur/trice** : Responsable de l'organisation générale (planification, gestion des achats, supervision).
2. **Bricoleur/euse** : Installation des luminaires, estrades, et panneaux.
3. **Aide polyvalente** : Pose des affiches, rangement et mise en place des articles.

### Annexes<sup>14</sup> :

#### KPI : Taux d'entrée des passants

- Mesure le pourcentage de passants qui entrent dans le magasin sur une période donnée. Mesure si la vitrine et les actions extérieures attirent suffisamment les passants pour les convertir en visiteurs.

#### KPI : Taux d'adhésion

- Nombre d'adhésions réalisées sur une période donnée par rapport au nombre total de visiteurs sur cette même période.

Évalue l'engagement des visiteurs en termes d'adhésion, un indicateur clé de leur intérêt pour la Recyclerie Sportive.

- Pourcentage de personnes renouvelant leur adhésion

Permet de suivre la fidélité des adhérents et leur satisfaction globale vis-à-vis de l'offre.

- Suivi du nombre de nouvelles inscriptions d'adhésion sur 6 mois.

Donne une vue sur les tendances d'adhésion et permet d'identifier les périodes où les campagnes d'adhésion sont les plus efficaces.

- Compter le nombre d'adhésions par mois (voir s'il y a un cycle)

Aide à identifier les variations saisonnières ou les effets des événements spéciaux.

#### KPI : Nombre de dons

- Nombre de dons reçus sur une période donnée par rapport au nombre total de visiteurs. Indique le soutien des partenaires à la mission de la Recyclerie et leur implication dans le modèle économique.

#### KPI : Temps moyen passé dans le magasin

- Mesure du temps que les clients passent dans le magasin avant de faire un achat ou de partir.

Révèle si l'expérience en magasin est suffisamment engageante et si les visiteurs explorent les différentes offres.

### **KPI : Nombre de réparations réalisées**

- Suivi du nombre de réparations (vélos, skis, etc.) effectuées chaque mois.

Mesure la popularité des services de réparation, un pilier essentiel de la Recyclerie Sportive.

### **KPI : Taux d'utilisation de l'espace réparation**

- Nombre de clients qui utilisent l'espace de réparation par rapport au nombre total de visiteurs.

Évalue si cet espace est utilisé de manière optimale ou s'il nécessite des ajustements pour maximiser son potentiel.

### **KPI : Taux de réachat**

- Mesure du pourcentage de clients qui achètent à nouveau après leur première visite.

Indique le niveau de satisfaction des clients et leur volonté de revenir après une première expérience.

### **KPI : ROI des campagnes de communication (affichage...)**

- Mesure du retour sur investissement des campagnes marketing (affichage, réseaux sociaux, etc.) par rapport aux ventes générées.

Évalue l'efficacité des actions marketing en termes de génération de revenus et de retour sur investissement.

L'outil choisi pour la mesure de tous les KPIs sera un tableur, Excel ou Google Sheet en fonction du budget, avec un tableau distinct pour chaque KPI. L'usage d'un tableur est une solution simple, accessible et largement utilisée, ce qui en fait un choix pertinent pour une recyclerie sportive avec un budget limité. Son utilisation permet de centraliser toutes les données sans nécessiter d'investissements dans des outils technologiques coûteux. Le tableur offre une grande flexibilité pour personnaliser les tableaux en fonction des besoins spécifiques de la recyclerie, tout en permettant d'automatiser les calculs grâce à ses formules, ce qui réduit les erreurs humaines et facilite l'analyse des données.

## **Annexe<sup>15</sup> :**

### **Ouverture à court terme :**

Dans les semaines et mois à venir, il est essentiel de se concentrer sur des actions concrètes et mesurables pour atteindre les objectifs immédiats. Par exemple, renforcer la communication avec les parties prenantes ou lancer un projet pilote permettra de poser les bases solides nécessaires au développement futur. Ces premières initiatives doivent être agiles, capables de répondre rapidement aux retours et aux ajustements.

### **Ouverture à long terme :**

Sur le long terme, l'ambition est d'inscrire ces actions dans une vision plus large et durable. Cela implique de planifier une stratégie progressive, adaptée aux évolutions économiques, technologiques et sociales. Par exemple, en cultivant l'innovation continue et en anticipant les tendances à venir, on pourra garantir un impact pérenne et aligné avec des objectifs ambitieux, tels qu'une expansion internationale, une réduction des impacts environnementaux ou l'amélioration constante de la satisfaction des bénéficiaires.



## Slack

- Organisation par canaux thématiques pour séparer les discussions.
- Fils de discussion pour éviter les conversations confuses.

## 2. Partage de fichiers

### WhatsApp

- Envoi rapide de photos, vidéos et documents.
- Disponible sur toutes les plateformes.

### Slack

- Intégration avec Google Drive et autres outils pour un partage fluide.
- Stockage de fichiers avec recherche facile.

## 3. Notifications

### WhatsApp

- Notifications instantanées sur mobile.
- Paramètres de notification personnalisables.

### Slack

- Notifications par canal avec possibilité de désactivation individuelle.
- Mentions ciblées avec @.

## 4. Appels audio/vidéo

### WhatsApp

- Fonction gratuite pour tous les utilisateurs.
- Appels de groupe simples à organiser.

### Slack

- Appels audio/vidéo intégrés.
- Planification de réunions avec intégration d'agendas (en version payante).

## 5. Recherche d'informations

### WhatsApp

- Recherche basique dans les discussions par mots-clés.

### Slack

- Recherche puissante avec filtres (mots-clés, fichiers, dates).

## 6. Gestion des discussions

### WhatsApp

- Groupes simples à créer et gérer.
- Idéal pour des échanges informels ou non structurés.

### Slack

- Canaux et sous-canaux thématiques pour une organisation claire.
- Messages épinglés pour mettre en avant des informations importantes.

## 7. Coût

### WhatsApp

- Gratuit pour tous les utilisateurs.

## Slack

- Version gratuite suffisante pour commencer.
- Plans payants avec des fonctionnalités avancées (historique étendu, intégrations).

## 8. Adaptation mobile

### WhatsApp

- Très performant sur mobile, même sur appareils anciens.

### Slack

- Disponible sur mobile avec une interface intuitive.
- Fonctions similaires à la version desktop.

## Google Calendar

Passer d'un tableau blanc (celui à l'étage pour les réunions) à Google Calendar pour organiser les activités de la recyclerie.

Avantages :

### 1. Accessibilité et Collaboration :

- Multi-utilisateurs : Tous les membres de l'équipe peuvent accéder au calendrier en temps réel depuis n'importe quel appareil connecté (notamment leur téléphone, que tous les employés détiennent).
- Partage facile : Partage des calendriers spécifiques avec différents niveaux d'autorisation (lecture seule ou modification).
- Notifications : Rappels et notifications automatiques aident chacun à respecter les échéances.

### 2. Organisation et Clarté :

- Couleurs et catégories : Les événements peuvent être codés par couleur pour différencier les tâches, projets ou équipes.
- Planification à long terme : Il est plus facile de visualiser les mois à venir et d'anticiper les projets ou événements.

### 3. Gain de temps :

- Mise à jour instantanée : Les modifications apparaissent immédiatement pour tous les utilisateurs.
- Réductions des réunions d'organisation : Les plannings visibles et centralisés réduisent les malentendus ou la nécessité de valider constamment les horaires.

### 4. Intégrations :

- Outils tiers : Google Calendar s'intègre avec d'autres outils comme Gmail, Google Meet, Slack, Asana, ou Trello, ce qui améliore la productivité.
- Importation/exportation : Vous pouvez synchroniser Google Calendar avec d'autres calendriers ou systèmes utilisés par des partenaires externes.

## 5. Écologique et moderne :

- Digitalisation : Plus besoin d'effacer ou de réécrire sur un tableau. Vous contribuez à la transition numérique.
- Historique : Conservez une trace des événements passés, ce qui est impossible avec un tableau blanc.

Inconvénients :

### 1. Besoin de formation :

- Adaptation : Les employés habitués au tableau blanc peuvent avoir du mal à s'adapter à un outil numérique.
- Formation nécessaire : Il peut être nécessaire d'organiser une session pour apprendre à utiliser Google Calendar efficacement.

### 2. Dépendance à la technologie :

- Connexion internet : Une connexion stable est indispensable pour accéder ou modifier le calendrier.
- Pannes ou bugs : Bien que rares, les interruptions de service de Google peuvent survenir.

### 3. Gestion des droits et confidentialité :

- Risque d'erreurs : Si les droits d'accès sont mal configurés, des informations sensibles pourraient être modifiées ou accessibles à des personnes non autorisées.
- Sécurité : Il est crucial de veiller à la sécurité des comptes Google de l'entreprise (mots de passe forts, double authentification).

### 4. Perte de la simplicité physique :

- Absence visuelle : Contrairement à un tableau blanc visible dans un espace commun, tout le monde n'aura pas forcément le réflexe de consulter Google Calendar.
- Moins tangible : Certains préfèrent voir et interagir physiquement avec un planning.