



Contexte

L'enseigne Intermarché France a proposé un test à ce magasin dans le cadre des initiatives qu'elle souhaite porter pour soutenir la démarche globale RSE et répondre aux attentes des clients. D'autres axes sont travaillés en parallèle comme la mise en place de produits locaux et l'obtention du label Commerçant Responsable.

L'industrie du textile est la 2ème la plus polluante après celle du pétrole. En parallèle, on estime qu'une française achète en moyenne 30 kg de textile par an alors que 60 à 70% de ceux-ci restent dans nos placards !

Objectifs

- Proposer une offre de vêtements d'occasion à nos clients, les

INTERMARCHÉ PLEURTUIT

Activité : hypermarché

Responsable : Emmanuelle Thiébaud

Nombre de salariés : 121

5, avenue du Cap de Bonne Espérance
35730 Pleurtuit

The logo for Intermarché, featuring the word 'Intermarché' in a bold, sans-serif font. The 'Inter' part is black, and the 'marché' part is red with a black underline.

ACTION ENVIRONNEMENTALE

Vente de vêtements d'occasion chez Intermarché

sensibiliser mais aussi répondre à leurs attentes grandissantes quant à une consommation plus responsable et durable.

- Lutter contre le gaspillage des produits non alimentaires.

Démarche

Mise en place d'un partenariat avec Prêt à Changer qui s'occupe du rayon dans le point de vente : ils approvisionnent et changent les modèles toutes les 2 à 3 semaines selon les périodes. Objectif d'aller plus loin dans la démarche en proposant également la collecte des vêtements.

Actions réalisées

Recherche d'un partenaire pour le projet. Campagne de communication sur les réseaux sociaux pour faire découvrir la démarche aux clients.



INTERMARCHÉ PLEURTUIT - ACTION ENVIRONNEMENTALE

Vente de vêtements d'occasion chez Intermarché

Freins rencontrés

Pas de freins importants sur ce projet.

Facteurs clés du succès

Partenariat avec un acteur du secteur.

Contribution à la performance de l'entreprise

Dès la mise en place du rayon de seconde main, il y a eu un véritable engouement de la part des clients : 350 pièces vendues les 5 premières semaines de mise en place.

Les bénéfices sociaux, environnementaux et/ou de gouvernance

- Sensibiliser les équipes et les clients à l'impact de l'industrie textile.
- Contribuer à changer les habitudes de consommation en proposant une solution alternative.
- Offrir la possibilité d'accéder à des vêtements de qualité à des prix réduits (remise allant de 60 à 90% sur le prix d'origine).
- Contribuer à promouvoir une économie circulaire et ainsi réduire l'impact écologique des produits.

