Graoucoop

Le supermarché coopératif de Metz, un cas d'étude

Mastère 2 RH · Marketing-communication RH & Prospective RH · octobre 2026

Cinq groupes de travail

1	**Philosophie du projet**	Filiation, raison d'être, histoire, isomorphisme
2	**Gouvernance**	SCIC, instances, membres, salariés, enjeux juridiques
3	**Finances**	Résultats, hausse de marge, bilan, point mort, trésorerie 2026
4	**Offre produits et services**	Fonctionnement, gamme, marge unique, laboratoire social
5	**Communication**	Identité, cibles, supports, audiences, diagnostic, parcours membre

Le cas en six chiffres (septembre 2026)

1 335

coopérateur·ices inscrit·es

+29 souscriptions en septembre 2026

51 %

ont fait leurs courses dans le mois

soit environ 680 acheteurs actifs

148 €

panier mensuel par acheteur

+14 € par rapport à août

1,17 M€

de ventes en 2025-26

+53 % sur un an

−26 k€

de résultat en 2025-26

après −97 k€ ; +5,5 k€ au 2nd semestre

4,4 ETP

tous payés au SMIC + 10 %

égalité salariale absolue

1

Philosophie du projet

D'où vient le modèle, ce qu'il veut, ce qu'il risque de devenir

De New York au Sablon : une filiation directe

1844 — Rochdale

Coopérative de consommation : le client est associé et touche une ristourne

1973 — Park Slope Food Coop

New York : ~16 000 membres, 2 h 45 de travail par mois

2016 — La Louve

Paris : importe et adapte le modèle au droit français

2017 — La Cagette

Montpellier : cofondée par le futur fondateur de Graoucoop

2024 — Graoucoop

Metz : ouverture du supermarché après 3 ans d'épicerie-test

Le nom vient du Graoully, le dragon légendaire de Metz, d'où le logo en forme de dragon. Une soixantaine de projets comparables existent en France.

Une raison d'être : l'alimentation comme bien commun

« Rendre plus accessible une nourriture de qualité, et encourager chacun·e à se réapproprier l'acte d'achat dans une démarche d'éducation populaire. »

Finalité d'intérêt collectif, préambule des statuts

Lucrativité limitée
100 % des excédents en réserves impartageables, aucun dividende

Une personne, une voix
Le pouvoir ne dépend pas du capital apporté

Accessible à tous·tes
Un référencement « inclusif », du bio au premier prix

Un projet politique assumé
Éducation populaire, Sécurité sociale de l'alimentation, marche pour le climat

Graoucoop

L'accès réservé : un dispositif, trois usages

Dallas Buyers Club

Contourner une interdiction

- Adhésion = paiement déguisé
- Aucune gouvernance
- Contrepartie : argent
- Risque : fraude à la loi

Costco

Générer de la marge

- Cotisations = source de profit
- Gouvernance actionnariale
- Contrepartie : argent
- Risque juridique : aucun

Graoucoop

Fonder une propriété collective

- Adhésion = part de capital et voix
- Une personne, une voix
- Contrepartie : argent, travail, vote
- Risque : requalification du travail

Graoucoop

Six ans, du groupement d'achat au supermarché

Mars 2020
Lettre d'appel à une vingtaine d'associations

Avril 2021
Épicerie-test de 50 à 80 m²

Mars 2023
SCIC SAS : ~150 associés, 350 k€ levés

Mars 2024
Ouverture du supermarché (615 m²)

Août 2025
1 000e coopérateur·ice

Oct. 2025
Marge unique relevée de 23 % à 28 %

Mars 2026
2e anniversaire, ~1 226 membres

Sept. 2026
AG : renouvellement de la présidence

La « météo » de l'AG 2026 : année 1 nuageuse, année 2 orageuse, année 3 en éclaircies, année 4 espérée ensoleillée.

Graoucoop

Qu'est-ce que l'isomorphisme ?

Qu'est-ce que l'isomorphisme ?

Isomorphisme (iso, même ; morphê, forme) : les organisations d'un même champ convergent, non parce que c'est plus efficace, mais parce qu'elles subissent les mêmes pressions et cherchent la même légitimité (DiMaggio et Powell, 1983).

Coercitif

On vous l'impose : lois, financeurs

Forme SAS, dépôt des comptes, exigences des prêteurs, révision coopérative

Mimétique

On copie ceux qui réussissent

Manuel des membres de Park Slope repris via La Louve et La Cagette : 3 h, marge unique, cercles

Normatif

Les pros importent leurs normes

Salariés issus de la distribution, accompagnement de l'UR Scop, outils partagés sur le forum du réseau

Une coopérative alternative peut-elle se banaliser ?

Signaux observés en 2025-2026

- Marge relevée de 5 points pour assurer la viabilité
- Pilotage par indicateurs : chiffres du mois, objectifs annuels
- Ouverture le dimanche, portes ouvertes au grand public
- Un usager sur quatre fait son service en binôme
- 7 sièges vacants au conseil coopératif en 2026

Nuances

- **Pas une fatalité :** La Louve « retravaille » ce qu'elle emprunte ; découplage entre forme affichée et pratique (Meyer et Rowan, 1977)
- **Isomorphisme concurrentiel :** le marché élimine les moins efficaces (Hannan et Freeman) ; ici, la pression du point mort
- **Contrepoids :** le « laboratoire social » et l'engagement politique réaffirment la singularité du projet

Graoucoop

Parallèle avec Citiz

Mécanisme	Vers le marché (location de voitures)	Vers le service public (transport)
Coercitif	Exigences des financeurs : passage de l'association à la SCIC « pour inspirer confiance » ; titres participatifs de la Caisse des Dépôts et de France Active	Délégations de service public, marchés publics, opérateurs SPL et SEM ; collectivités au capital et au conseil ; places en voirie accordées par les villes
Mimétique	Yea! copié des grands acteurs du sans-station ; tarification à l'heure et au kilomètre, abonnements, pénalités ; marque nationale de type enseigne	Intégration dans les pass de transport, les gares, l'univers des réseaux de bus et de tramway
Normatif	Directeur commercial, acheteur et développeurs recrutés dès 2017 ; offre de gestion de flottes d'entreprise	Gestionnaires de parkings et transporteurs (CTS, LPA, Urbis Park) parmi les associés et administrateurs



Mathilde Heckel · 2e
Coordinatrice générale à Graoucoop
4 mois • Modifié •

+ Suivre ···

Graoucoop recrute. L'offre est ci-dessous, mais je vais te raconter ce qu'elle ne dit pas, avec ma propre subjectivité, car on ne peut pas tout exprimer dans une offre.

Être salarié·e dans un supermarché coopératif comme Graoucoop, c'est exigeant et ça ne l'est pas (encore) pour un salaire mirobolant (on ne va pas se mentir !). Alors pourquoi on y vient et on y reste ? Qu'est-ce qu'on y trouve comme conditions de travail ?

🟠 Une équipe de collègues soudé·es et solidaires : chacun·e avec ses points fort célébrés par les autres, chacun·e avec ses points faibles consolidés par les autres. Oui, tu feras un jour une grosse bourde qui fera que les coops auront un rayon fruits et légumes soviétique la semaine prochaine. Mais on l'a déjà faite aussi : on te dira que ça va aller et on t'aidera à ne pas la refaire.

🟠 Une organisation "horizontale" : ça veut dire qu'on n'a pas d'ordre direct d'un manager au quotidien et qu'on a une certaine liberté pour s'organiser. Ça veut aussi dire que pour que ça marche, il faut beaucoup (beaucoup (beaucoup)) communiquer.

🟠 Plusieurs centaines de coopérateur·ices, qui croient en un projet. Assez pour venir y faire du bénévolat tous les mois et brasser des fruits et légumes, et découper des étiquettes, et rendre la monnaie, et trier des consignes et des factures. Autant de nouveaux visages, discussions, personnalités, métiers qu'on aurait sans doute pas croisés sinon.

🟠 Une structure coopérative : les salarié·es participent à la gouvernance. C'est un grand mot pour dire qu'on nous demande notre avis, qu'on nous écoute quand on le donne et qu'on peut être élu·e au Conseil Coopératif pour participer aux votes sur les décisions.

🟠 Pas d'ennui et de la polyvalence : on est des fois à un bureau, des fois en train de porter des cagettes, des fois en télétravail. Ça peut être enthousiasmant pour certain·es candidat·es, plus difficile pour d'autres.

Si tout ça te rend un minimum curieux·se mais que tu n'es pas sûr·e : postule ! C'est toujours mieux d'en parler en vrai que de se faire des idées.

Coordinateur·ice Générale·e spécialité compta/finance (CDI)
Supermarché Coopératif Graoucoop
Metz (Sur site)

Voir l'offre d'emploi

2

Gouvernance

La SCIC, ses instances, ses membres, ses salariés

Une SCIC à cinq collèges, une voix pondérée

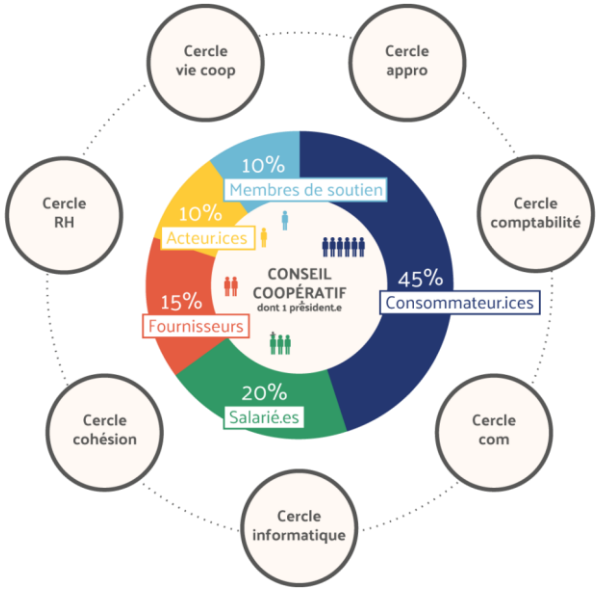


Schéma : graoucoop.fr

Collège	Membres	Poids	1 voix =	Sièges CC
Salarié·es	4	20 %	5 %	3
Usager·es	1 291	45 %	0,03 %	6
Fournisseur·ses	6	15 %	2,5 %	2
Acteur·ices ESS	12	10 %	0,83 %	1
Soutien	3	10 %	3,33 %	1

Une voix de salarié pèse environ 140 voix d'usager.
Effectifs au 15/09/2026. Statut SCIC SAS : part de 10 €, réserves impartageables, aucun dividende.

Instances et grandes décisions 2025-2026

Président·e
élu·e pour 3 ans, à bulletin secret

Conseil coopératif
13 membres, 5 à 6 réunions par an

Assemblée générale
annuelle, agoras trimestrielles

Cercles
8 cercles ouverts à tous les collèges

Décisions du conseil coopératif

Juil. 2025	Hausse de la marge, soumise à l'AG
Oct. 2025	Nouveau manuel des membres, objectifs annuels
Fév. 2026	Horaires d'été, campagne de re-souscription, changement de présidence
Avr. 2026	Refacturation de la logistique, moratoire « IAG »
Sept. 2026	AG : présidence et 7 sièges vacants au CC

La démocratie en pratique

41 %

de participation à l'AG 2024

223 associés présents ou représentés sur 539

× 140

le poids d'une voix salariée

face à une voix d'usager (pondération 2026)

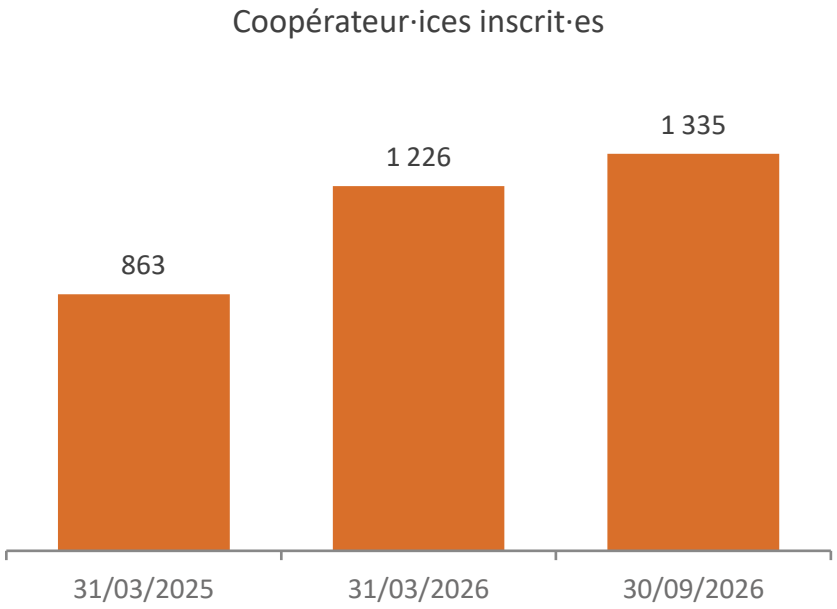
7

sièges vacants au CC en 2026

4 usagers, 2 fournisseurs, 1 salarié

Exemple : l'ouverture le dimanche, une décision RH, a été adoptée de justesse en 2024 (43,5 % contre 41,5 %). Les salariés étaient partagés et les usagers divisés. Une démocratie réelle, mais qui repose sur un noyau restreint de membres engagés.

Plus d'inscrits, pas plus d'acheteurs

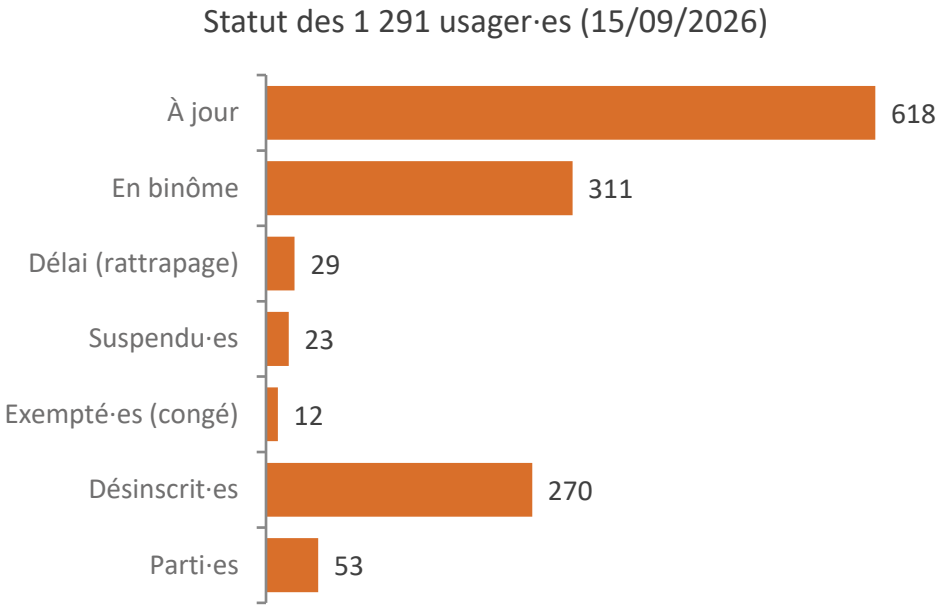


51 %
des inscrits ont acheté en septembre
≈ 680 acheteurs ; courbe plate (620 à 720) depuis janvier

148 €
de panier mensuel par acheteur
les actifs achètent beaucoup

25 %
des usagers désinscrits ou partis
323 sur 1 291 : l'« érosion naturelle »

Un usager sur quatre en binôme, un sur quatre parti



Lecture

- Le binôme, assouplissement voté en 2024, est devenu une norme d'usage
- 83 membres « à jour » sont dispensés de service pour raison de santé
- L'attrition fait de la fidélisation un enjeu de marketing RH
- Les statuts traduisent le contrôle du service sans sanction d'employeur

Qui fait tourner le magasin, et à quelles conditions ?

Égalité salariale absolue

Tous au SMIC + 10 % (1 570 € net par mois), fondateur compris. Le salaire médian reste un objectif « lointain ».

4,4 ETP, salariés et associés

3,8 ETP en CDI et 0,6 en alternance. Le CDI impose de devenir associé après un an (art. 13 des statuts).

Une masse salariale contenue

111 k€ en 2025-26 (+7 %). Des salaires proches du SMIC expliquent des charges sociales très basses.

Piloter le travail bénévole

Coordinateurs, cercle RH et binômes : il faut tenir des créneaux avec des bénévoles qui tournent.

Bénévolat ou travail dissimulé ?

Indices de requalification

- Horaires et créneaux imposés
- Consignes, procédures, encadrement par des salariés
- Sanction en cas de service non fait (suspension)
- Contrepartie économique (prix réduits)

La parade du réseau

- Le service est un acte d'adhésion au projet coopératif
- Suspendre l'accès est une règle collective, pas une sanction d'employeur
- À La Louve, le service relève de l'association, pas du magasin
- Les prix bas découlent de la marge, ils ne rémunèrent pas le travail



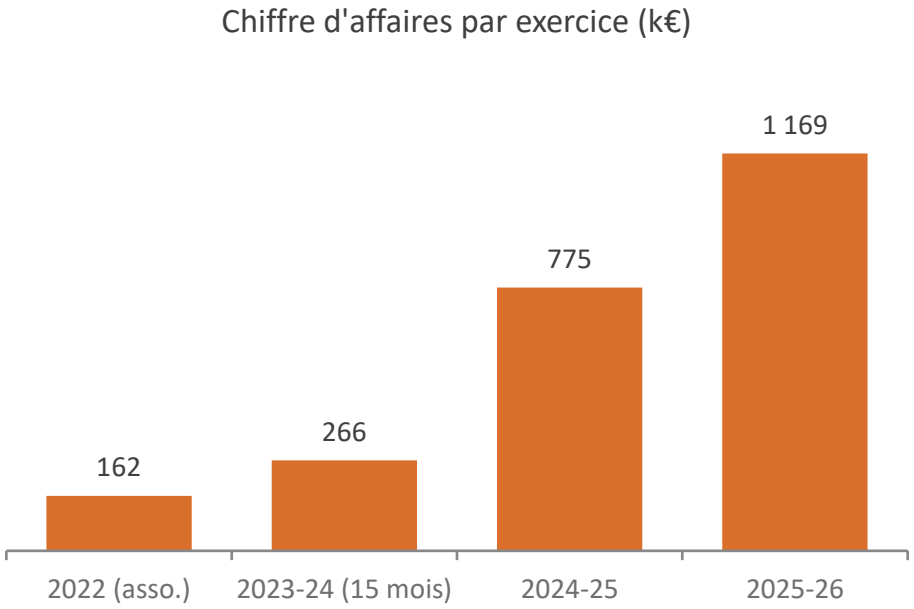
Jurisprudence : la qualification dépend des conditions de fait, pas de la volonté des parties (Cass. soc. 1996 ; Île de la Tentation 2009 ; Take Eat Easy 2018). En Belgique, aucun cadre légal ne permet le bénévolat en coopérative (Febecoop, ULB).

3

Finances

Du déficit au redressement, sous contrainte de trésorerie

De −97 k€ à −26 k€ : le redressement s'amorce



−26 k€
résultat 2025-26
après −97 k€ en 2024-25

207 k€
de marge brute (+76 %)
pour 1 169 k€ de ventes (+53 %)

9 k€
de subventions (−66 %)
charges externes −8 %, personnel +7 %

Graoucoop

La hausse de marge a changé la donne

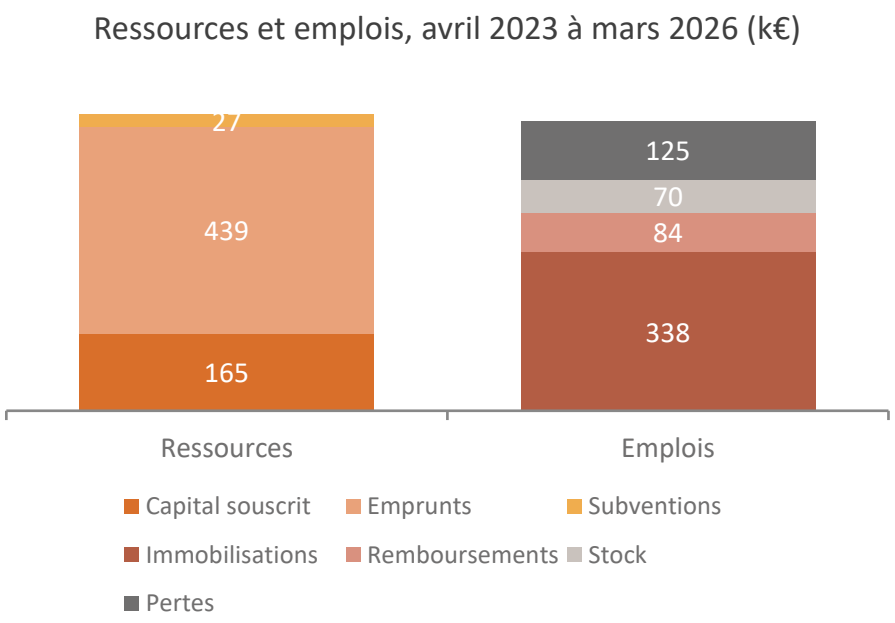
	Avril – sept. 2025	Oct. 2025 – mars 2026	Écart
Ventes	540 k€	629 k€	+16 %
Marge sur achats	17,9 %	24,7 %	+6,8 pts
Marge commerciale	82 k€	125 k€	+52 %
Loyer et charges	32 k€	33 k€	=
Autres charges externes	16 k€	20 k€	+23 %
Salaires et charges	50 k€	57 k€	+12 %
Intérêts et amortissements	22 k€	22 k€	=
Résultat du semestre	−31 k€	+5,5 k€	+36,6 k€

+5,5 k€

de résultat sur le second semestre, le premier bénéficiaire.

Mais avec un coefficient de 28 %, la marge réalisée plafonne à 24,7 % : la démarque (3,9 % sur l'année, objectif 3,5 %) en absorbe une partie.

Fonds propres négatifs, part sociale à 0 €



−12 k€

de capitaux propres
« notre grosse faiblesse », réserves épuisées

0 €

valeur de la part sociale
pertes cumulées (204 k€) > capital (165 k€)

60 k€

d'emprunts remboursés
pour 3 k€ de cash dégagé et 19 k€ de souscriptions

Point mort comptable, point mort de trésorerie

Point mort comptable

- Charges fixes ≈ 255 k€ ; autres produits ≈ 28 k€
- Marge à dégager ≈ 227 k€
- À 19,8 % de marge sur ventes (2nd semestre)

≈ 1,15 M€ de ventes

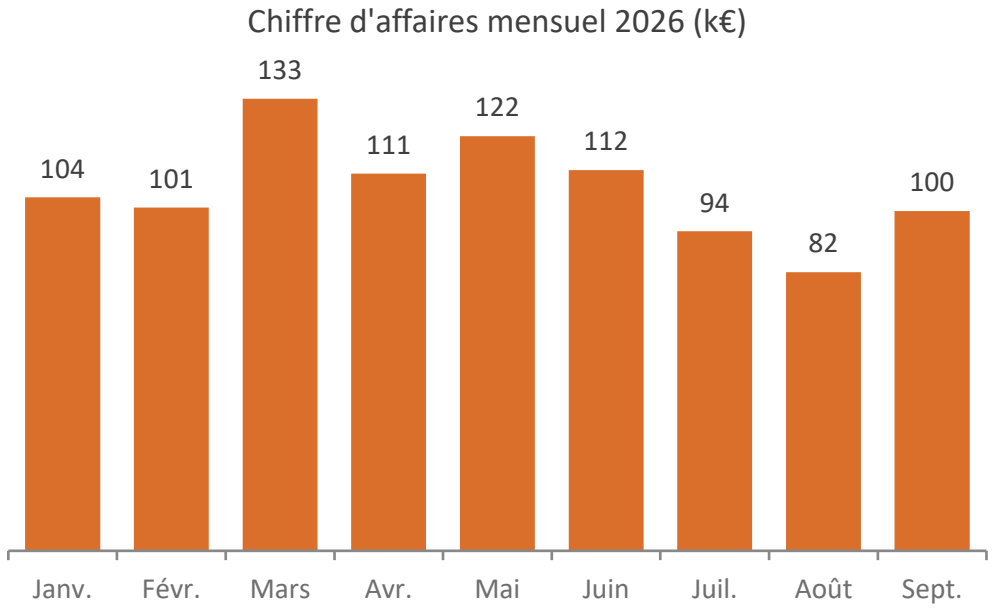
Point mort de trésorerie

- Sans les amortissements (non décaissés)
- Plus 60 k€ d'emprunts à rembourser par an
- Plus ~8 k€ de TVA par an (700 € par mois)

≈ 1,34 M€ (112 k€ par mois)

Réalisé janvier-septembre 2026 : ≈ 107 k€ par mois. Il faudrait environ 760 acheteurs actifs à 148 € par mois, contre ~680 aujourd'hui.

2026 : une croissance qui ralentit



À retenir

- Septembre : +7 % sur un an, contre +53 % sur l'exercice précédent
- Creux d'été : 94 k€ en juillet, 82 k€ en août
- Solde de trésorerie mensuel de −30 k€ (juillet) à +22 k€ (mars)
- Moyenne : ≈ 107 k€ par mois

4

Offre produits et services

Ce que le magasin vend, à quel prix, et ce qu'il offre en plus

Trois piliers : propriétaires, travailleurs, clients

Accès réservé

On ne fait ses courses qu'en étant associé : au moins une part de 10 €.

3 h toutes les 4 semaines

Caisse, rayons, réception, nettoyage : le travail des membres remplace une partie des salaires.

Marge unique de 28 %

Même coefficient sur tous les produits depuis octobre 2025 : la « ristourne immédiate ».

Exemple affiché par Graoucoop : une salade bio achetée 1,10 € au producteur local est revendue 1,41 €. Un supermarché classique tentera de l'acheter 1 € ou moins pour la revendre 1,69 €.

Une gamme « inclusive », choisie collectivement

La gamme

- Plus de 2 000 références, ~300 m² de vente (615 m² au total)
- Bio et local, épicerie bio à petit prix, premiers prix, produits éthiques
- Producteurs locaux associés : maraîchage, boulangerie, élevage, vin, arboriculture
- Ouvert du lundi après-midi au samedi

Comment les produits sont choisis

- Salariés et cercle Appro gèrent le référencement
- Les membres suggèrent via un cahier près des caisses, sans jugement
- Critères : goût, durabilité, circuits courts, commerce équitable, prix bas
- Satisfaire les besoins d'un voisinage hétérogène

Graoucoop

La marge unique : transparente, mais pas neutre

Pourquoi ce choix

- Transparence : chaque membre peut recalculer chaque prix
- Neutralité : la coopérative ne décide pas qui finance qui
- Loyauté : le prix payé au producteur est répercuté tel quel
- Simplicité : une règle applicable par des bénévoles

Ce que ça produit

- Le frais (forte démarque) est financé par le sec
- Plus cher que le discount sur les produits de base, moins cher sur le bio et le frais
- Écrémage : les courses de base se font ailleurs
- 23 % → 28 % : retour à l'équilibre, mais moins d'avantage prix

Au-delà du magasin : un « laboratoire social »

Zone de gratuité et récup

Objets et denrées échangés gratuitement

Collectes solidaires

Banque alimentaire, Foyer Mozart, collecte Clovis

Accueil de publics

Groupes, scolaires, personnes réfugiées

Paniers solidaires

Et projets de Sécurité sociale de l'alimentation

Vie coopérative

Troc de plantes, dégustations, anniversaires, agoras

Revenus annexes

Locations et produits divers : ~19 k€ en 2025-26

Graoucoop

Parallèle avec Citiz

	Graoucoop	Citiz
Activité	Supermarché coopératif	Autopartage de voitures
Qui est associé ?	100 % des clients (obligatoire, 10 € la part)	≈ 7 % des usagers (facultatif, 500 € la part)
Contribution du membre	Argent, travail (3 h toutes les 4 semaines) et vote	Argent, et vote s'il est sociétaire
Accès au service	Réservé aux membres	Ouvert à tous
Main-d'œuvre	4,4 ETP et des bénévoles	Salariés (24 dans le Grand Est)
Prix	Marge unique de 28 % sur le prix d'achat, « ristourne immédiate »	Prix de marché à l'heure et au kilomètre, abonnements, pénalités
Poids des pouvoirs publics	Faible (subventions)	Fort (capital, conseil, délégations, SPL et SEM)
Pression isomorphique dominante	Concurrentielle : atteindre le point mort	Institutionnelle : marché et service public
Santé financière	Fonds propres négatifs, part à 0 €	Bénéficiaire, fonds propres solides
Registre de communication	Militant, complice, communautaire	Commercial, B2B, institutionnel
Forme de démocratie	Démocratie des usagers, vivante mais fragile	Démocratie des parties prenantes, solide mais éloignée des usagers

5

Communication

Identité, cibles, supports, audiences, diagnostic

Une identité locale, militante et complice

Un nom et un emblème messins : le Graoully, dragon légendaire de Metz, stylisé en « G » orange.

Signatures

« Le magasin qui appartient à ses client·es »
« Supermarché coopératif à Metz et en Moselle »
« Pensez Graoucoop, le seul supermarché coopératif de Metz »

La transparence comme marque

Marge affichée, chiffres du mois, comptes rendus du CC

Un ton complice et drôle

« Rituel initiatique », « Pokémon légendaire », apéros, chants

Un positionnement militant

Écriture inclusive, marche pour le climat, ESS

Un univers chaleureux

Orange, vagues, photos de produits frais et d'événements

Sept cibles, trois objectifs

Cible	Qui ?	Objectif de communication
Prospects	Habitants de Metz-Sablon et de Moselle, étudiants, familles	Faire connaître, convaincre de souscrire
Acheteurs actifs	~680 coopérateurs qui font leurs courses	Fidéliser, faire acheter davantage sur place
Inscrits inactifs	~49 % des inscrits sans achat dans le mois	Réactiver ou comprendre le départ
Membres engagés	Cercles, conseil coopératif, coordinateurs	Mobiliser, renouveler les élus
Salariés	4,4 ETP au SMIC + 10 %	Donner du sens, fidéliser
Producteurs	Fournisseurs locaux, dont 6 associés	Valoriser, recruter de nouveaux fournisseurs
Financeurs, partenaires, médias	Prêteurs solidaires, ESS, collectivités, presse	Rassurer, refinancer, gagner en visibilité

Supports et audiences

Support	Cible principale	Contenus	Audience connue
Site graoucoop.fr	Prospects, partenaires	Fonctionnement, souscription, agenda	n.c.
Newsletter mensuelle	Coopérateurs	Chiffres du mois, CR du CC, agenda	≤ 1 335 inscrits
Facebook	Grand public local	Agenda mensuel, événements, vie du magasin	~2 050 abonnés*
Instagram @graoucoop	Public plus jeune	Visuels produits et événements	n.c.
LinkedIn	ESS, financeurs	Jalons, levée de fonds, recrutement	965 abonnés (Nov. 2026)
Réunions d'accueil, agoras	Prospects, membres	Présentation, souscription, convivialité	Agoras trimestrielles
Magasin et événements	Membres, voisinage	Affichage, cahier de suggestions, portes ouvertes	~680 acheteurs / mois
Presse et réseaux	Grand public, pairs	ICI, France 3, Moselle TV, forum du réseau	Pic à l'ouverture

** Audiences relevées en 2024-2025 et non actualisées ; site et Instagram non consultables automatiquement. n.c. : non communiqué.*

Diagnostic de la communication

Forces

- Transparence radicale : marge, chiffres, CR publiés
- Identité locale forte et mémorable (le Graoully)
- Communauté vivante : agoras, fêtes, laboratoire social
- Bonne couverture presse à l'ouverture

Faiblesses

- Audiences numériques modestes, peu mesurées
- Contenus en ligne datés (page gouvernance de 2021)
- Promesse prix floue : « légèrement moins cher »
- Communication portée par des bénévoles

Opportunités

- Réactiver la moitié d'inscrits inactifs
- Étudiants, CSE, quartiers voisins
- Récit de redressement et de transparence
- Sécurité sociale de l'alimentation

Menaces

- Image « militante » qui peut exclure
- Hausse de marge qui affaiblit l'argument prix
- Croissance ralentie (+7 %)
- Concurrence du discount et du bio


sobriété
autonomie

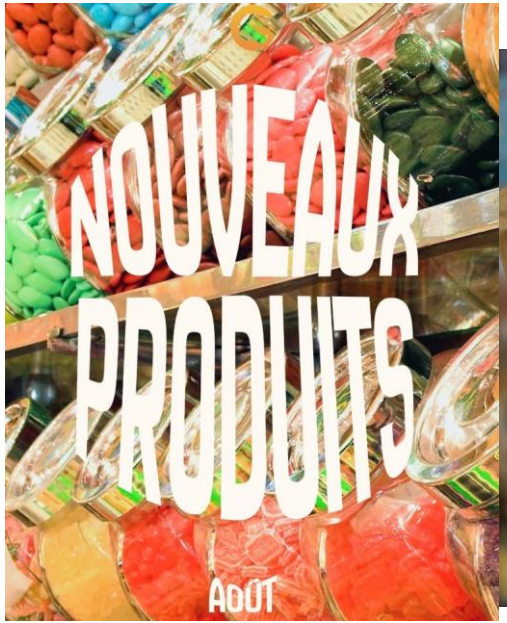

NOUVEAUX
PRODUITS
OCTOBRE


OSÉ BIO
PURÉE D'AMANDE
BLANCHE
100% AMANDE
SANS HUILE DE PALME


OSÉ BIO
MAYONNAISE
À LA MOUTARDE
DE DIJON


Huile
d'Olive
vierge extra
SPRAY
POUR UN
DOSAGE MAÎTRISÉ


OSÉ BIO
PURÉE DE
NOISETTE
100%
NOISETTE
350 g
SANS HUILE DE PALME


NOUVEAUX
PRODUITS
AOÛT


FAVRICHON
Duo
de chocolats
Muesli
croustillant
SANS GLUTEN

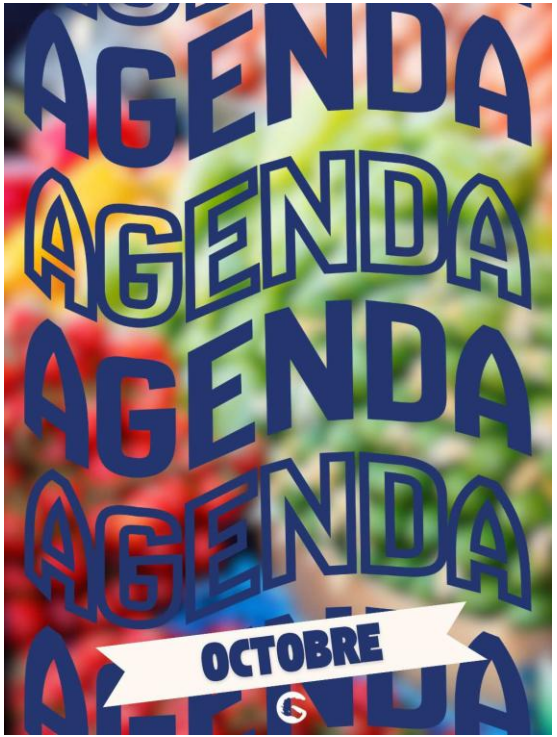

D'Angelo
VEGAN
ORGANIC
PASTA
Bolo-licious
Ravioli mit veganer Bolognese


Belle France
Le réflexe
Bio
Sablés amandes
saveur citron
200g


NEW CROP
PREMIUM QUALITY
DOUBLE PANDA
GLUTINOUS RICE
RIZ GLUANT


AGENDA
AGENDA
AGENDA
AGENDA
AGENDA
OCOTBRE


Graoucoop
AGENDA
d'ocotbre
1-8-
15-22
OCT.
OKTOBERTEST - BON POISON
Chaque jeudi, en tête de gondole, une nouvelle bière de chez Bon poison sera présentée
10
OCT.
RÉUNION CRÉATION REPAIR CAFÉ
De 11h à 12h, dans la salle COOP,
Discuter d'une éventuelle mise en place d'un atelier Repair Café
24
OCT.
AGORA - PARTAGE DES SAVOIRS
RDV au Quai de 10h à 18h avec auberge espagnole le midi
Ouvert à tous·tes, pour découvrir le savoir faire de nos coops
25
ATELIER BAC À PLANTES
RDV à Graoucoop pour les coops
motivés, de 9h30 à 12h30, pour un


AGENDA
AGENDA
AGENDA
AGENDA
AGENDA
OCTOBRE


Graoucoop
AGENDA
d'octobre
1-8-15-22 OCT.
OKTOBERTEST - BON POISON
Chaque jeudi, en tête de gondole, une nouvelle bière de chez Bon poison sera présentée
10 OCT.
RÉUNION CRÉATION REPAIR CAFÉ
De 11h à 12h, dans la salle COOP,
Discuter d'une éventuelle mise en place d'un atelier Repair Café
24 OCT.
AGORA - PARTAGE DES SAVOIRS
RDV au Quai de 10h à 18h avec auberge espagnole le midi
Ouvert à tous·tes, pour découvrir le savoir faire de nos coops
25 OCT.
ATELIER BAC À PLANTES
RDV à Graoucoop pour les coops motivés, de 9h30 à 12h30, pour un chantier bac à plantes

Graoucoop

ÊTRE PROPRIÉTAIRE D'UN SUPERMARCHÉ
C'EST SEXY.



Graoucoop

Quand tu es coop chez Graoucoop, tu deviens également propriétaire du magasin.

et ça,
C'EST SEXY.

Graoucoop

Parce que tu soutiens/consommes des produits bio et de producteurs qui ont vraiment besoin de toi.

et ça,
C'EST SEXY.

Graoucoop

Tu as une vraie parole dans les décisions que prend le magasin.

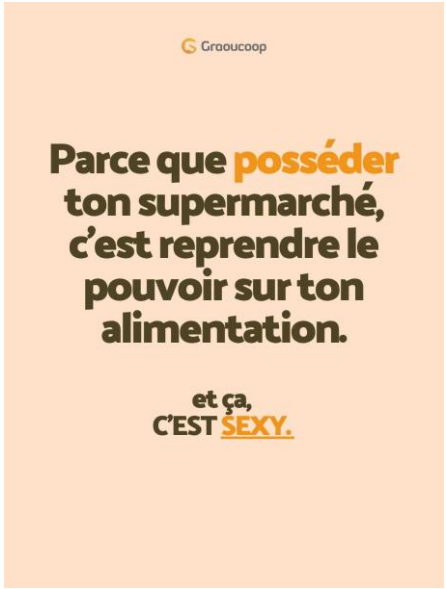
(ex: tu suggères tes produits préférés à inclure en rayon)

et ça,
C'EST SEXY.

Graoucoop


Graoucoop
Tu fais de tes courses un moment de partage, et non une corvée.
et ça, C'EST SEXY.
*Les coopérateur.rices consacrent 2h30 par mois (2 mois si binôme), en échange de produits vendus avec une marge fixe de 28%.


Graoucoop
Tu participes aussi à des évènements en rapport avec Graoucoop.
(l'organisation de l'anniversaire, animation de stands, ...)
et ça, C'EST SEXY.


Graoucoop
Parce que posséder ton supermarché, c'est reprendre le pouvoir sur ton alimentation.
et ça, C'EST SEXY.


Graoucoop
Parce que l'argent reste chez les producteurs, et pas je ne sais où??
nous on récupère que 28%*
et ça, C'EST SEXY.
Notre marge fixe de 28% est appliquée sur l'ensemble des produits disponibles en magasin (en plus de la TVA).


Graoucoop
Parce que tu achètes du bio pas cher.
et ça, C'EST SEXY.


Graoucoop
Parce que tu fais évoluer un projet collectif, aux belles valeurs et transparent avec toi.
et ça, C'EST SEXY.


Graoucoop
Parce que faire partie d'une coopérative,
C'EST SEXY quand il respecte les autres et la planète.

Graoucoop


Graoucoop
askip.
CES ALIMENTS SE CONGÈLENT


Graoucoop
Le vin
Verse-le dans un moule à glaçons (ou sinon la bouteille va exploser !)
Il se conserve jusqu'à 3 mois.


Graoucoop
Le beurre
Il se congèle directement dans son emballage.
Et se conserve jusqu'à 6 mois au congélateur :)


Graoucoop
Les bananes
Découpe-les en morceaux et garde- les dans un sac congélation
À VOS SMOOTHIES !!!!


Graoucoop
Noix et graines
Place les noix ou les graines dans un sac de congélation.
Il stop le processus de rancissement provoqué par leurs matières grasses

Le parcours membre, de la notoriété à l'engagement



Notoriété	Réunion d'accueil	Souscription	Service	Achat régulier	Engagement
n.c.	n.c.	+29 / mois	72 % à jour ou en binôme	51 % ; 148 €	AG 41 % ; 7 sièges vacants

Trois recommandations

1 Réactiver

Relancer automatiquement les inscrits sans achat depuis 2 mois ; enquêter sur les départs

2 Prouver le prix

Publier des comparatifs de paniers types (cf. exercice) plutôt qu'une promesse générale

3 Mesurer

Tableau de bord : audiences, ouvertures de la newsletter, conversion réunion → souscription

Pour aller plus loin

El Karmouni H.
Le travail du consommateur pour la mise en place d'une alternative : le cas de La Louve, thèse, Université Paris-Est, 2017

El Karmouni H., Prévot-Carpentier M.
« L'idéal coopératif dans une organisation contemporaine », RECMA, 2016

Thèse Paris 1, 2019
Contester et consentir : la mise au travail des membres d'un supermarché coopératif et participatif

Revue Régulation
« Les supermarchés coopératifs et participatifs, un modèle socio-productif émergeant ? »

VertigO, 2023
« La transition en tension : comment les supermarchés coopératifs mettent-ils en œuvre le changement social ? »

Dujarier M.-A.
Le travail du consommateur, La Découverte, 2008

DiMaggio P., Powell W.
« The Iron Cage Revisited », American Sociological Review, 1983

Dumont D., Moons A. (ULB)
La participation des coopérateurs bénévoles au fonctionnement des supermarchés coopératifs, Febecoop, 2021