



FICHE REX



Juin 2023

BROCANTE AUX MATÉRIAUX ITINÉRANTE

26 t

de matériaux
réemployés

+30

acteurs
engagés

+16 K€

de vente
de matériaux

La démarche EIT

Nom

EITAZAR

Portage

ValOrizon

Dates-clés



Détection :
2021
Mise en
œuvre :
2023

Territoire

Lot-et-
Garonne



Contact

Marie Pantier
[mpantier@
valorizon.com](mailto:mpantier@valorizon.com)

La synergie mise en œuvre

Qualification



Substitution



Mutualisation

Intérêt environnemental



Réduction des coûts



Mobilisation d'acteurs économiques



Facilité de mise en œuvre



Reproductibilité



Présentation de la synergie

La Brocante aux matériaux est une opération sur deux jours qui permet la vente de matériaux du bâtiment normalement destinés à un stockage long ou en passe d'être éliminés (surplus de chantiers, produits déclassés, fins de séries, etc.). L'événement est itinérant puisque les entreprises préparent dans leurs locaux des stands éphémères (chapiteau, réserve, atelier, etc.). Le jour de l'événement, ils accueillent le grand public pour proposer en vente directe les matériaux.



L'identification et la caractérisation du besoin

Lors des phases de diagnostic individuel en entreprise réalisées en début de démarche EIT (2020-2021), deux entreprises d'un pôle d'activité ont fait part de leur souhait de trouver un nouveau débouché pour leurs matériaux, souvent encore neufs, issus de leurs fins de chantier.

En parallèle, des besoins similaires ont été remontés par des entreprises membres du Cluster Économie Circulaire.

L'objectif a alors été de trouver un format d'événement permettant à un grand nombre d'entreprises de participer malgré leur éloignement géographique. Le département ne bénéficie pas d'un acteur engagé dans une activité type « matériauthèque ». Ainsi, la solution d'une brocante aux matériaux itinérante, où les entreprises restent autonomes dans l'accueil et la vente de leurs matériaux, a été retenue. Cette solution expérimentée dans le Haut Doubs permet d'offrir un cadre tout en évitant le transport des matériaux.



La mise en œuvre de la synergie

1 Structuration et positionnement de l'événement : 6 mois avant l'événement

Une équipe projet a été dédiée afin de fixer les règles de l'événement : recherche et rôle des partenaires, zone géographique couverte par l'événement, date et ressources dédiées à la communication de l'événement, rédaction d'une charte. Une agence de communication a créé une charte graphique associée.

2 Mobilisation des partenaires « prescripteurs » : 5 mois avant l'événement

Les partenaires se sont engagés à identifier et relayer l'événement auprès de professionnels susceptibles de participer. Une communication individuelle par appels téléphoniques a été nécessaire en plus d'un relai mailing. Les développeurs économiques des territoires ont été des ambassadeurs nécessaires pour la réussite de l'événement ainsi que les syndicats métiers (CAPEB notamment).

3 Mobilisation des professionnels : 4 mois avant l'événement

Une campagne de communication a été lancée avec une vidéo « témoignage » (issue du partenariat avec la CCI), la création d'une page internet dédiée à l'événement avec un lien d'inscription à l'événement pour les pros. Les inscrits ont ensuite été accompagnés par un coordinateur qui centralise les documents finalisant l'engagement : signature de la charte, envoi de l'inventaire des matériaux, de photos et d'une présentation de l'entreprise. Ces ressources ont permis de faire une communication individualisée sur les réseaux sociaux (portrait d'entreprises).

4 Diffusion au grand public : 1 mois avant l'événement

La page internet est mise à jour avec les points de vente des entreprises, leurs horaires d'ouverture, les types de matériaux mis en vente... L'ensemble des partenaires et des entreprises a reçu un kit de communication afin de communiquer les points de ventes (portrait entreprises, affiches, panneau de devanture...). Les radios locales, les réseaux sociaux, les élus des territoires et la presse ont relayé l'information auprès du grand public en faisant comprendre l'aspect « itinérant » de la Brocante. 2 jours avant l'événement, ValOrizon a organisé un temps convivial avec l'ensemble des entreprises participantes. L'objectif était de faire se rencontrer les entreprises et les partenaires tout en garantissant une couverture presse à quelques jours de l'événement.

5 Déroulement de l'événement

Pendant les deux jours de Brocante, les entreprises ont accueilli des visiteurs dans les entreprises sur les zones dédiées, ont géré la circulation, le stationnement, le conseil client, la facturation, l'enlèvement marchandise, etc. ValOrizon avait mandaté un vidéaste pour capter des images de l'événement et des témoignages des entreprises engagées, ceci afin d'encourager la participation des entreprises lors de prochaines éditions.

6 Bilan de l'opération : 1 mois après l'événement

ValOrizon a donné rendez-vous aux entreprises et partenaires afin de communiquer le bilan de l'événement après avoir centralisé les enquêtes remplies par les entreprises avec des indicateurs clefs (nombres de visiteurs, ventes, temps dédiés à l'organisation, remarques générales d'amélioration, volonté de réengagement). Les entreprises ont ainsi exprimé leur volonté de reconduire l'opération à raison de 2 fois par an.

À savoir

Le coordinateur est nécessaire pour :

- poser le cadre de l'événement et assurer une vision commune à tous les partenaires. Ainsi, lors de l'inscription, les entreprises s'engagent autour d'une charte qui définit les engagements de chacun (notamment en termes de matériaux mis en vente, politique de prix, conditions d'accueil du public...);
- faciliter les préparatifs, assurer la qualité et la sécurité, et entretenir la dynamique collective;
- centraliser les informations utiles aux visiteurs (horaires, adresses, listes des matériaux, etc.).

Lors de la 1^{ère} édition, **le temps d'accompagnement** des entreprises a été important ainsi que le temps dédié à la communication grand public afin de veiller à ce que l'itinérance de la Brocante soit comprise.

Le budget dédié pour le lancement de l'opération a été de 5 400 € : page internet, vidéos de promotion, événements conviviaux pour le lancement et le bilan, charte graphique et panneaux de devanture. Ce budget ne comprend pas l'ingénierie dédiée à la coordination de l'événement, équivalent à un ETP sur 4 mois.



Les bénéfices de la synergie

Coopérer

L'opération permet de créer un réseau d'acteurs engagés autour d'un objectif commun et réunissant des structures publiques, privées et du monde de l'économie sociale et solidaire. À la suite de la 1^{ère} édition, ce réseau a permis de relever les points forts et axes d'amélioration pour l'organisation de prochaines éditions. La seconde édition a ainsi été co-financée avec 2 agglomérations du département et la CAPEB Lot-et-Garonne.

Inciter au changement de comportement

La Brocante aux matériaux est une opération qui permet de communiquer sur le geste de réemploi qui doit être davantage valorisé – avant même le recyclage.

Faciliter la création de nouvelles solutions pour les matériaux

L'opération doit apporter des données et un premier réseau de professionnels pour qu'un futur projet de matériauuthèque se développe sur le Département. Ces éléments sont essentiels pour qu'un porteur de projet s'empare de l'idée.

Donner de la visibilité aux artisans locaux

Les entreprises engagées apprécient la mise en lumière de leur activité et de leurs salariés à travers cette opération. C'est une occasion pour elles de valoriser leur engagement RSE tout en faisant de ce moment un temps de team building pour leur équipe.



Les acteurs de la synergie

ValOrizon, en tant que porteur de la démarche, a géré la coordination de l'opération et l'engagement de divers acteurs, agissant comme promoteur.

L'opération a ainsi mobilisé une trentaine de partenaires d'horizons divers :

- financeurs (ADEME, Région),
- chambres consulaires et syndicats métiers (CAPEB, FFB, CMA, CCI),
- associations d'entreprises (Cluster Économie Circulaire, Gascogne Environnement),
- 11 EPCI du territoire (avec une mobilisation forte des territoires engagés dans une démarche EIT – VGA et CA d'Agen)
- ainsi que les 21 entreprises engagées sur la 1^{ère} édition.

Témoignages



« Miner est une entreprise spécialisée dans le revêtement de sols, carrelages, faïence. Chaque mois, on se rend compte qu'on récupère beaucoup de matériaux de nos retours de chantier. Notre entrepôt se remplit d'années en années. On essaie de les replacer mais tous les chantiers sont différents donc on n'y arrive pas toujours. C'est intéressant pour nous de vendre ces stocks. C'est aussi pour nous l'occasion de nous faire connaître d'autant plus que l'équipe qui gère les stocks de l'entrepôt a apprécié le contact avec le grand public. J'espère que l'on pourra reproduire ça deux fois par an car ça va dans le sens de l'écologie, de la RSE et du réemploi. »

Julien Miner, directeur



« Agexbois est une entreprise de menuiserie bois.

Nous avons été séduits pas l'idée de cette Brocante car nous avons des petits stocks dont on ne sait pas quoi faire, qui restent dans nos entrepôts. Cette proposition de Brocante nous a permis de les vendre et de faire plaisir à des clients qui font travaux et qui sont contents de trouver des matériaux issus du réemploi et de très bonnes qualités »

Martine Chatelain, gérante