

# Les grandes lignes du projet

*pour les adhérents de l'association Kissikol*

23.01.2023



# So far, so good

## Fondamentaux du projet

### Le CAP

- ▶ S'émanciper de la grande distribution
- ▶ Devenir consom'acteur
- ▶ Que manger « mieux » puisse être pratique et économique
- ▶ Remettre de la rencontre humaine dans nos interactions

### Le Modèle

Le modèle né sur la base de la Park Slope Food Coop de New York , importé en France par l'équipe de La Louve à Paris et qui a essaimé dans toute la France. Même si chaque projet comporte des différences il y a des principes fondamentaux qui se sont avérés incontournables :

- ▶ Une co-proprieté : chaque coopérateur se doit d'acheter au moins une part (la norme étant 10 parts à 10€)
- ▶ Une participation de tous : chaque coopérateur se doit de participer au fonctionnement du supermarché ( la norme étant 3h toutes les 4 semaines)
- ▶ Une personne = une voix ; peu importe le nombre de parts ou le statut du coopérateur
- ▶ Avoir des salariés qui assurent le suivi de la gestion quotidienne
- ▶ Avoir un lieu suffisamment grand pour proposer un stock de produits réellement complet a des prix réellement bas
- ▶ Ne pas être dans une gouvernance militante, favoriser le pragmatisme, être clair sur les prises de décision
- ▶ Passer par des centrales d'achats pour grouper les livraisons. Se faire livrer chaque produit par chaque producteur est ingérable d'un point de vue logistique en plus d'être une aberration sur le plan écologique

### Nos Valeurs

- ▶ **L'Ouverture** : mixité sociale et culturelle, refus du dogmatisme
- ▶ **La Durabilité** : viabilité du projet dans le temps, développement durable dans tout ses aspects.
- ▶ **La Gouvernance partagée** : co-construction d'une étique commune, autogestion
- ▶ **La Convivialité** : dialogue,échange, partage, rencontre

## Nos décisions socles

Conjuguer la création d'une alternative à la grande distribution viable, la fin du monde et la fin du mois est un casse-tête qui peut sembler insoluble. Nous pensons cependant que si la solution parfaite n'existe pas, rien ne nous empêche de pouvoir tendre vers, en acceptant de ne pas pouvoir tout faire en même temps.

Pour sortir du cercle vicieux des injonctions contradictoires, nous avons placé **les trois règles KissiKoliennes** dans la relation suivante.

### Règle d'or

**En tant qu'entreprise de l'économie sociale et solidaire, nos activités commerciales ne seront pas à but lucratif. Cependant, notre projet et futur entreprise doivent être économiquement viables, résistants et indépendants.**

### Règle d'argent

**Notre projet et future entreprise doivent être attractifs pour toutes les catégories sociales et culturelles.**

*Il se devra de mettre en œuvre tout ce qui est possible de faire en ce sens, sauf si cela rentre en contradiction avec la règle d'or.*

### Règle de bronze

**Notre projet et future entreprise doivent être porteurs de la transition écologique.**

*Il se devra de mettre en œuvre tout ce qui est possible de faire en ce sens, sauf si cela rentre en contradiction avec la règle d'argent et/ou la règle d'or.*

**L'intelligence de nos échanges permettra de trouver des solutions en cas de désaccord.**

Sur cette base,voici quelques **décisions** concrètes **qui n'ont pas vocation à être remise en débat** au risque de dévoyer le projet initial :

## Valeurs

- ▶ Une lucrativité encadrée et une gestion éthique, mettant la rentabilité au service de la finalité sociale et environnementale ; En procédant par étapes et du mieux possible sans perdre de vue l'objectif final.
- ▶ Pas de dogmatisme, ni de jugement, mais : Nous voulons devenir consomm'acteur ensemble par des activités de sensibilisation, par l'échange et par le partage et en apprenant ensemble.

## Gouvernance

- ▶ Le concept du 'double lien' est expérimenté (pour la future coopérative) dans l'équipe de montage.
- ▶ Premiers salariés à recruter dans la com 1 (Magali Kirchgesser, Elsa Edon)

## Lieu

- ▶ Taille d'un supermarché :  $\geq 400m^2$  minimum pour l'espace vente /  $\geq$  environs 800m<sup>2</sup> pour la surface totale
- ▶ Implantation à Rouen secteur est (berceau du projet)

## Offre

- ▶ Stock initiale : 1/3 bio/éthiquable - 1/3 local - 1/3 conventionnel ;
- ▶ Marge unique et transparente ;
- ▶ Aucun produit n'est exclu. Les choix des produits sont basés sur la charte de produits et dépendent essentiellement de la demande.

## Forme juridique

- ▶ Coopérative de consommateurs en forme d'une SAS à capital variable

## Vie associative

- ▶ Une association indépendante de la SAS sera créée afin d'animer la vie associative.
- ▶ But et thèmes : Sensibilisation, bien-être et bien vivre ensemble, mixité sociale et culturelle, lien social...Et fêtes bien sûr !