

Diagnostic de l'entreprise

La Coop 5 pour 100 propose une gamme diversifiée de services qui s'articulent autour des principes d'économie circulaire, de transition écologique et d'engagement local. Ces services répondent à des besoins spécifiques de différents segments de marché tout en s'inscrivant dans une dynamique collaborative.

L'épicerie de produits bio et locaux

Positionnement : L'épicerie se place sur le marché du bio et du local, en forte croissance. Elle répond à la demande de produits alimentaires sains et éthiques, tout en favorisant les circuits courts et en soutenant les producteurs régionaux. Ce service est particulièrement attractif pour une clientèle urbaine sensibilisée aux enjeux environnementaux et à la qualité des aliments.

Analyse : Bien que ce secteur soit compétitif, l'épicerie tire son épingle du jeu grâce à son ancrage local et son lien direct avec les producteurs. Cependant, elle pourrait renforcer sa différenciation en diversifiant ses produits ou en proposant des formats innovants comme des box alimentaires thématiques.

Le café-cantine

Positionnement : Ce service allie restauration écoresponsable et convivialité, en mettant l'accent sur des repas faits maison et zéro déchet. Il se positionne comme un espace hybride entre un lieu de consommation et de sensibilisation.

Analyse : Avec l'essor des cafés responsables et des cantines bio, la concurrence est présente. Cependant, la Coop se distingue par l'association avec ses autres services, notamment la ressourcerie et les animations. Elle pourrait élargir son attractivité en organisant des événements thématiques ou en offrant des options spécifiques comme des repas traditionnels normands ou sans allergènes.

Les ateliers partagés

Positionnement : Ces ateliers s'adressent à tous, aussi bien une famille, qu'à une communauté de créateurs, bricoleurs ou entrepreneurs cherchant à mutualiser des outils et des savoir-faire. Ce service se positionne dans le marché émergent des tiers-lieux collaboratifs.

Analyse : Les ateliers partagés valorisent le concept de DIY (Do It Yourself) et d'économie circulaire, mais ils nécessitent une stratégie pour maintenir un taux d'occupation élevé. L'ajout de programmes de formation ou d'événements réguliers pourrait accroître leur visibilité et leur attractivité.