NOS CLIENTS

“Simplifier le quotidien des gens et rendre l’alimentation durable plus accessible”

ALEXANDRE

GO GO KIWI !

GO GO KIWI! BIO VRAC SOLIDAIRE

GO GO KIWI !

ÉPICERIE BIO, VRAC ET SOLIDAIRE

PARIS 19ème

Alexandre Cloux, fondateur de l'épicerie indépendante Go Go Kiwi !, nous partage son **témoignage** sur son **métier** et ses **engagements** pour une alimentation durable.

QUI ES-TU ?

“Je suis Alexandre, gérant de l’épicerie indépendante **Go Go Kiwi !**, ouverte en **2021** dans le 19ème arrondissement à Paris.

Mon **lien avec l’alimentation** remonte à mon enfance. J’ai grandi à la **campagne** dans l’Oise, en étant mis à contribution dans la propriété familiale : vergers (prunes, fraises...), potager (asperges) et fabrication du cidre avec mon grand-père.

Par la suite, je m’en suis un peu écarté avant de commencer à travailler dans un **magasin Biocoop** à la fin de ma trentaine”

DÉCLIC

“Mon expérience Biocoop m’a beaucoup plu : défendre des produits ayant un impact, le relationnel client, et l’aspect manuel du métier. Cela m’a donné **envie de monter une boutique** en ajoutant plus de profondeur avec la couche gestion.

Mais j’avais envie de faire **mieux sur l’accessibilité.** Je me suis aperçu d’un paradoxe : avec mon salaire, je ne pouvais pas acheter les produits que je vendais en magasin.

C’est ainsi qu’est née l’idée de **l’épicerie Go Go Kiwi !**, **indépendante** pour être plus libre côté social et managérial”

L'ÉPICERIE

"On a un espace de 60 m2 et 10 m2 de linéaire en extérieur pour les **fruits et légumes**. C'est le cœur de notre offre (40%), et ce qui fait notre réputation auprès des clients du quartier.

On veille à proposer des **produits de qualité** (origine bio ou certification équivalente) et à prix raisonnable. Après, on va couvrir 90% du panier du client : épicerie, boissons et hygiène.

L'idée, c'est de proposer un mini-supermarché local pour éviter aux gens d'aller de boutique en boutique, et leur **simplifier le quotidien**"

NOS ENGAGEMENTS

“Côté sourcing, on sélectionne des **produits bio à 90-95%**, et de **proximité** si possible. 50% de notre offre de fruits et légumes est locale (Île-de-France, Normandie). Sinon on privilégie français, et le **vrac** de manière générale.

On développe la **consigne** et le **réemploi** en partenariat avec Azade. On souhaite **ancrer cette habitude** chez nos clients, en leur donnant envie de ramener les bocaux en verre avec aussi un prix de consigne sur les contenants en réemploi.

On cherche aussi à sourcer des fournitures éco-responsables - *ex : film alimentaire compostable*”

ACCESSIBILITÉ

“Ce qui nous différencie dans notre engagement, c’est de proposer un **système solidaire** pour faciliter l’accès à des produits de qualité.

Nous offrons des **remises indexées sur les revenus** pour toute personne qui gagne en-dessous du revenu médian, soit moins de 1 800 € net par mois. On souhaite ainsi capter une population plus large.

Cela se traduit aussi sur **l’image** : esthétique boutique éloignée des clichés, produits aux packagings séduisants. Notre parti pris : trouver le bon **compromis** entre **engagement**, **praticité**, et **mode de consommation** actuel”

MÉTIER ET DÉFIS

“Nos journées sont rythmées par la réception des commandes, la mise en rayon, l’accueil des clients, et surtout la **gestion**.

Aujourd’hui, j’ai un **rôle d’orchestration** et de **back-office**. Nous sommes dans un entre-deux, entre la petite épicerie indépendante et une plus grande entreprise.

Cette **contrainte de taille** est notre plus grosse **difficulté**. Pas de logiciel comme les gros, on doit jongler entre les process côté appros. Et nous n’avons pas un CA permettant de négocier de meilleurs prix, plus accessibles”

MÉTIER ET MOTIVATIONS

“Ce qui me plaît, c’est de s’inviter directement dans la **vie des gens**, dans leur cuisine, leur corps. On a un impact gustatif et un impact temporel, sur leur charge mentale : épicerie ouverte, produits souhaités et accessibles...

On travaille à rendre **l’expérience client** la plus **agréable** possible : accueil, esthétique boutique, disposition produits... et le tout en musique avec nos playlists maison ! Sans oublier la **proximité** à travers les services rendus (clés, colis...).

Enfin, j’aime engager la conversation avec nos clients, et l’idée de leur **ouvrir des horizons** sur d’autres façons de consommer”

IMPACT QUOTIDIEN

“Je me souviens d’une dame décédée il y a peu, et la famille nous a envoyé un faire-part qui a ému l’équipe. Nous comptions pour elle en lui apportant ses courses et à travers la relation avec l’équipe. On **crée du lien**, de la proximité.

On a aussi des personnes qui déménagent mais qui sont toujours nos clients, nous rappelant ainsi qu’on vend de bons produits, qui sont **heureux que l’on existe**.

C’est un sentiment précieux, celui d’avoir un vrai impact sur la vie des gens au quotidien !”

MOT DE LA FIN

“En tant qu’indépendant, on est confronté aux difficultés économiques. L’enjeu est de faire certains **compromis** tout en gardant nos **engagements**.

Pour y arriver, cela demande des qualités de chef d’entreprise, de bon gestionnaire. L’utopie s’arrête là où les réalités économiques commencent...

Aujourd’hui, ma vision est qu’une partie de la population peut entraîner l’autre dans cette transition. On doit aller **séduire les gens** moins engagés en **facilitant l’accès** (prix, praticité, marketing, lieu) pour que ces produits se démocratisent enfin !”

A PROPOS

ÉPICERIE GO GO KIWI !

19 Avenue Laumière
75019 Paris

Métro Laumière

Ouvert tous les jours de 10h à 20h

@epiceriegogokiwi

contact@gogokiwi.fr

MERCI ALEXANDRE POUR TON ENGAGEMENT ET CE TÉMOIGNAGE !

CE CONTENU VOUS A PLU ?

azade.fr