



Laurence Peltier, 55 ans, un enfant. Après 25 ans aux études et marketing dans la presse féminine, j'ai choisi de faire cette formation en ESS car elle s'est imposée à moi pendant un travail ressourçant avec une coach qui a su m'accompagner dans mon changement de vie professionnelle. La synchronicité a fait que Nicolas Froissard, groupe SOS, a fait un post sur cette formation ESS de Dauphine au bon moment pour moi, autrement je crois que je n'aurais pas exploré la voie universitaire sur ce sujet d'ESS.



Ou [l'entrepreneuriat social](#) à Paris et en famille par trois jeunes frères et sœurs trentenaires Léa, Elie et Samuel.

*« Notre ADN : proposer des produits sains à des prix accessibles au plus grand nombre, zéro gaspillage, créer du lien social dans les magasins et transmettre aux jeunes générations »  
Elie, co-dirigeant*



L'aventure prend forme en 2019 avec l'ouverture concomitante du **premier magasin au cœur de Paris**, du **laboratoire à Romainville** qui crée une cuisine de partage et transforme les produits abîmés pour atteindre moins de 1% de [pertes alimentaires](#) (14% dans la distribution classique) et le **partenariat** avec [l'École comestible](#) pour sensibiliser les enfants au goût. L'ouverture du deuxième magasin dans le 18<sup>e</sup> arrondissement **en mars 2021** donne une impulsion supplémentaire, **les mairies de la proche banlieue les sollicitent pour venir s'implanter dans leurs villes ...** en 2022 ce sera Pantin, Montreuil et l'est parisien.

**Septembre 2021, le projet s'annonce pérenne, l'entreprise est bénéficiaire. 130 producteurs vendent leurs produits sans négociation, 35 salariés heureux payés au-dessus du smic et mieux qu'ailleurs, à poste équivalent. Les premiers embauchés sont toujours dans l'aventure, certains sont au capital de l'entreprise.** Les diplômés n'ont pas d'importance, seuls le savoir-être, l'envie d'aller vers l'autre et le partage des valeurs sont essentiels. Tous sont **formés en continu**, connaissent les producteurs et les produits et participent à l'élaboration des recettes.

**Les magasins sont des expériences de vie, de sociabilisation,** les producteurs y livrent leurs produits, [le design est modeste](#) et accueillant,



le merchandising efficace, l'offre de produits est de qualité, restreinte et accessible au plus grand nombre (1,80€ les 6 oeufs, 2,90€ le pot de sauce tomates maison, 0,90€ le pain semoule...), l'amplitude horaire est importante, ouverture 7j/7. Pas de e-commerce chez Miyam, du lien et des sourires.

*« Hier, j'ai fait toute la journée avec eux dans le magasin de Beaubourg » Elie, co-dirigeant, le 2 septembre 2021*

*« Les produits ultra-frais, ceux qu'ils transforment eux-mêmes sont délicieux et en plus ils évitent les pertes, je n'achète pas des marques mais des produits, cela donne du sens à ma consommation, les vendeurs sont souriants ... C'est une dynamique que je ne retrouve pas ailleurs » Anne, 40 ans, 2 filles, Les Lilas, vient au moins une fois par semaine rue Beaubourg.*

*« Miyam s'adresse au client, bons produits, prix justes, toutes les semaines des nouveautés, convivialité et proximité sont au rendez-vous et je suis devenue addict à leur brownie maison absolument irrésistible et inénarrable de délice » Martine, 60 ans, cliente dans le 18è.*



**Les clés de leur succès : une vision pleine d'attention au vivant, partagée par les producteurs, les collaborateurs et les clients, la justesse de leur positionnement et leur agilité dans un monde qui change.**

Quand l'économie sert l'humain, le vivant, le territoire ou inversement, **Miyam, une entreprise durablement innovante et stimulante pour la nouvelle génération d'entrepreneurs engagés dans l'ESS ?**

Pour faire plus amplement connaissance : [Miyam | Marché couvert de produits frais](#)

Y aller :

82 rue Beaubourg, Paris 3è

11 rue du Poteau, Paris 18è

Partagez :



Textes, interviews et photos Laurence Peltier / dernière photo extraite du site Miyam