



CEDRE

Club Européen des Directeurs de Réseau

RAPPORT DU CEDRE SUR LE PROJET

"LE SQUARE DE L'ENSEIGNE"

I - LES DONNEES DU MARCHE

En raison de la crise et de la récession qui frappent actuellement le monde de la distribution, les réseaux de distribution intégrée n'ont pas les moyens de se développer sur le marché des villes de petite et moyenne importances, dont la population varie de 15.000 à 50.000 habitants environ.

Cependant, le consommateur de telles villes s'intéresse, tout autant que d'autres habitants de villes plus importantes, aux concepts et aux produits de ces enseignes nationales. Comme tout autre consommateur, il attend de pouvoir bénéficier des avantages qu'il ne trouve que dans les magasins de ces réseaux.

Le projet du SQUARE DE L'ENSEIGNE est donc de permettre la rencontre entre les consommateurs et les enseignes nationales qui, dans le cadre d'un concept "allégé", peuvent apporter tout ou partie de leur offre commerciale à ce gisement de consommateurs, demandeur de l'implantation de points de vente appartenant à des réseaux intégrés.

"LE SQUARE DE L'ENSEIGNE" est un univers convivial, intégré
La politique gouvernementale actuelle de dynamisation et de soutien
du développement des centre-villes constitue un ballon d'oxygène pour
ces réseaux, et laisse présager d'un avenir politico-économique certain
des commerces indépendants organisés et notamment du commerce de
proximité, avenir dans lequel s'inscrit le projet du **SQUARE DE
L'ENSEIGNE**.

Les réalisations vont se dérouler d'une manière similaire (mais inversée)
Le CEDRE, par l'intermédiaire de sa Commission ad hoc, a procédé à
la mise en place du schéma opérationnel de ce projet.

L'ensemble des marques de luxe cohabitent de manière harmonieuse
Cette réponse aux besoins des consommateurs précités peut être
organisée sous forme d'un réseau intégré de franchise, qui sera
développé sous la marque : **"LE SQUARE DE L'ENSEIGNE"**.

Il s'agit donc aujourd'hui d'en définir le concept, le schéma juridique,
et le compte d'exploitation prévisionnel, puis de trouver l'investisseur-
entrepreneur en mesure d'être le Franchiseur d'un tel projet, et de le
développer conformément aux préconisations du rapport de la
Commission du CÈDRE.

II - DEFINITION DU CONCEPT

III - DESCRIPTION DU CONCEPT ARCHITECTURAL

Le concept est basé sur un square d'une superficie de 300 m² environ,
situé en centre ville, et à l'intérieur duquel se trouvent réunis de
quatre à six commerces ou multi-espaces commerciaux réservés à des
enseignes nationales, dans le cadre d'un plan d'implantation et d'un
aménagement-type dont un modèle figure en annexe à ce rapport.

Le **SQUARE DE L'ENSEIGNE** est aujourd'hui un véritable village
"LE SQUARE DE L'ENSEIGNE" n'est pas plus un centre commercial
de centre-ville, qu'une galerie marchande ou un grand magasin.

"LE SQUARE DE L'ENSEIGNE" est un univers convivial, intégré aux commerces de centre-ville sans en être le concurrent.

La définition de son concept, dont fait partie son aménagement-type, permet de standardiser l'idée du SQUARE DE L'ENSEIGNE et de l'imposer aux marques.

Les relations vont se dérouler d'une manière similaire (mais inversée) par rapport à celles du monde de la parfumerie sélective, dans lequel les marques agréent un local qui répond à certains critères, afin que l'ensemble des marques de luxe cohabitent de manière harmonieuse sur cet emplacement.

Mais dans notre cas de figure, "LE SQUARE DE L'ENSEIGNE" négociera avec les enseignes des contrats spécifiques, qui comporteront notamment un cahier des charges imposant à ces marques le respect de l'univers du SQUARE DE L'ENSEIGNE.

Le contrat sera donc conclu directement entre le Franchiseur, "LE SQUARE DE L'ENSEIGNE", et la marque, et non entre la marque et le franchisé. Toutefois, le franchisé trouvera dans sa "corbeille de mariée" le droit de distribution des marques avec lesquelles le Franchiseur aura passé des accords, et donc de toutes conditions juridiques et commerciales nécessaires au meilleur fonctionnement de son SQUARE DE L'ENSEIGNE.

III - DESCRIPTION DU CONCEPT ARCHITECTURAL

(Nous renvoyons sur ce point à la note descriptive en annexe réalisée par A.E.R. De plus, le plan d'aménagement-type est déjà parfaitement au point, au niveau de sa maquette.)

Le SQUARE DE L'ENSEIGNE comble aujourd'hui un véritable vide, car ce nouvel espace commercial convivial, harmonieusement intégré aux commerces de centre-ville et à la vie locale, les complète sans les concurrencer.

IV - LES DECLINAISONS DU SQUARE DE L'ENSEIGNE

PAR SECTEURS D'ACTIVITE

L'idée a été émise de spécialiser le SQUARE DE L'ENSEIGNE et de créer, à titre d'exemple, un "SQUARE DE L'ENSEIGNE Equipement de la personne", un "SQUARE DE L'ENSEIGNE Parfumerie", un "SQUARE DE L'ENSEIGNE Equipement de la Maison", un "SQUARE DE L'ENSEIGNE Restauration", ..., ce qui permettrait de réaliser un développement et un nombre considérable d'ouvertures de "SQUARE DE L'ENSEIGNE" sur le territoire français, au regard du nombre actuel de petites et moyennes villes, ainsi que du nombre élevé de secteurs d'activités potentiellement susceptibles d'accueillir le concept.

V - OPTION RESEAUX FRANCHISE

La Franchise SQUARE DE L'ENSEIGNE :

- création d'une société anonyme à laquelle le CEDRE, en sa qualité de propriétaire de la marque "LE SQUARE DE L'ENSEIGNE", concèderait une licence de marque avec autorisation de sous-licencier ;
- deux à trois "SQUARE DE L'ENSEIGNE" vont être implantés comme pilotes dans les prochains mois, afin de vérifier la faisabilité du projet ;
- la société anonyme sera donc propriétaire du concept "LE SQUARE DE L'ENSEIGNE", et procédera directement à la mise en place du réseau de franchise ;
- la phase de faisabilité permettra de dégager et de formaliser le savoir-faire, c'est-à-dire les conditions de fonctionnement du SQUARE DE L'ENSEIGNE, comprenant notamment les conditions de circulation du consommateur à l'intérieur du SQUARE, de manière harmonieuse entre les différents espaces commerciaux des marques ;

- le contrat de Franchise prévoiera des rapports contractuels classiques entre le Franchiseur et ses franchisés, en organisant notamment le versement de droits d'entrée et de royalties ;
- le document DOUBIN sera également réalisé, de même que les manuels opératoires, afin de préparer de manière tout à fait orthodoxe "la mise à feu" du réseau LE SQUARE DE L'ENSEIGNE ;
- un projet de compte d'exploitation prévisionnel-type est destiné à permettre d'évaluer la rentabilité du SQUARE, aussi bien pour le Franchiseur que pour les franchisés ;
- enfin, il sera nécessaire de prévoir, dans ces documents de nature juridique, les contrats-type destinés à être conclus entre le Franchiseur et les marques, afin de gérer la cohabitation des espaces commerciaux au sein du SQUARE DE L'ENSEIGNE.

VI - LA PHASE DE PILOTAGE

Elle doit être menée le plus rapidement possible, sur la base de deux ou trois tests, afin d'être en mesure de pouvoir efficacement valider l'idée et le montage précités.

En conclusion, il résulte de ce qui précède que pour le franchisé, l'investissement serait parfaitement raisonnable pour un chiffre d'affaires prévisionnel considérable, le projet lui assurant non seulement la rentabilité des capitaux investis, mais également, de manière performante, une source de revenus substantiels.

Quant au Franchiseur, en fonction des contrats de marques négociés en amont, et grâce aux remises fournisseurs, royalties et droits d'entrée payés par les membres de son réseau, il pourrait contrôler de manière standardisée le respect du concept du SQUARE DE L'ENSEIGNE.

Enfin, s'agissant de considérations d'ordre politique, ce projet qui doit être déposé et communiqué au Ministre du Commerce pourrait véritablement apporter une solution concrète aux problèmes qui frappent le monde de la distribution.

En effet, il ne s'agit pas de procéder à une simple abstraction d'ordre purement intellectuel reposant sur un montage juridique en annexe.

Notre but est de démontrer qu'il est possible de rendre ce projet et son montage juridique opérationnels, et de procéder à son lancement dans les plus brefs délais, de façon à s'intégrer véritablement au plan de politique actuelle du gouvernement, s'agissant notamment du développement du centre des villes de petite et moyenne importances.

A cet effet, la Société AUGUSTE THOUARD, associée à l'élaboration du projet, dispose d'emplacements susceptibles d'accueillir des "SQUARES".

Il faudrait que pour les deux ou trois premiers tests, une société soit systématiquement créée, afin d'organiser une sorte de franchise associative ou de joint-venture avec le candidat-franchisé, de manière à accélérer le processus de la phase de test.

Le SQUARE DE L'ENSEIGNE permet d'apporter aux enseignes et à leurs réseaux une nouvelle capacité de conquête et de redéploiement de leurs parts de marchés dans les villes précitées, ce qui constitue une réponse concrète et positive à la récession environnante.

En annexe figure une note effectuée par M.L. PEIFFER, sur la distribution dans les villes de 20 à 50.000 habitants.

LE SQUARE DE L'ENSEIGNE réinvente la distribution multi-marques moderne.

Dans ce but, l'un de nos axes de réflexion sera de gérer la cohabitation commerciale entre les marques dans l'aménagement et l'espace commun du **SQUARE DE L'ENSEIGNE**.

La distribution traditionnelle est une référence pour le marché. Elle est basée sur la logique de la demande de consommation.

SITUATION URBAINE

- * surface, 200 m² minimum.
- * emplacements N°1 - dans les quartiers périphériques commerciaux des grandes villes de plus de 100.000 habitants.
- * emplacements N°2 et N°3 - dans les centres villes de moins de 50.000 habitants.

* * *

CONDITIONS DE REUSSITE

- 3 grandes marques de prêt à porter féminin + accessoires et 1 marque homme, petites pièces (chaussures, pulls...).
- Mise en place d'un concept spécifique à cette nouvelle distribution.
- Merchandising étendu - mise en valeur des produits par un espace d'exposition.
- Objets, produits moins traditionnels.
- Vitrines soignées, modernes et réfléchies.
- Personnel qualifié, service personnalisé.
- Gestion des stocks - mini stock par informatique.
- Communications locales.

C Copyright CEDRE - Décembre 1993

LE CEDRE - M.L. PEIFFER

LE SQUARE DE L'ENSEIGNE

DEMAIN : UNE DISTRIBUTION TRADITIONNELLE DYNAMIQUE

La distribution traditionnelle doit rester présente sur le marché, mais doit s'orienter dans le sens de la demande du consommateur.

SITUATION URBAINE

- * surface, 200 m2 minimum.
- * emplacements N°1 - dans les quartiers périphériques commerçants des grandes villes de plus de 150.000 habitants.
- * emplacements N°1 et 1 bis, dans les centres villes de moins de 50.000 habitants.

CONDITIONS DE REUSSITE

- 3 grandes marques de Prêt à Porter féminin + accessoires et 1 marque homme, petites pièces (chemises, pulls).
- Mise en place d'un concept spécifique à cette nouvelle distribution.
- Merchandising étudié - mise en valeur des produits par un espace d'enseignes.
- achats, produits moins traditionnels..
- vitrines soignées, modernes et rassurantes.
- personnel qualifié, service retouches.
- gestion des stocks - mini maxi par informatique.
- communications locales
 - * actions publicitaires
 - * animation point de vente
 - * utilisation du fichier client