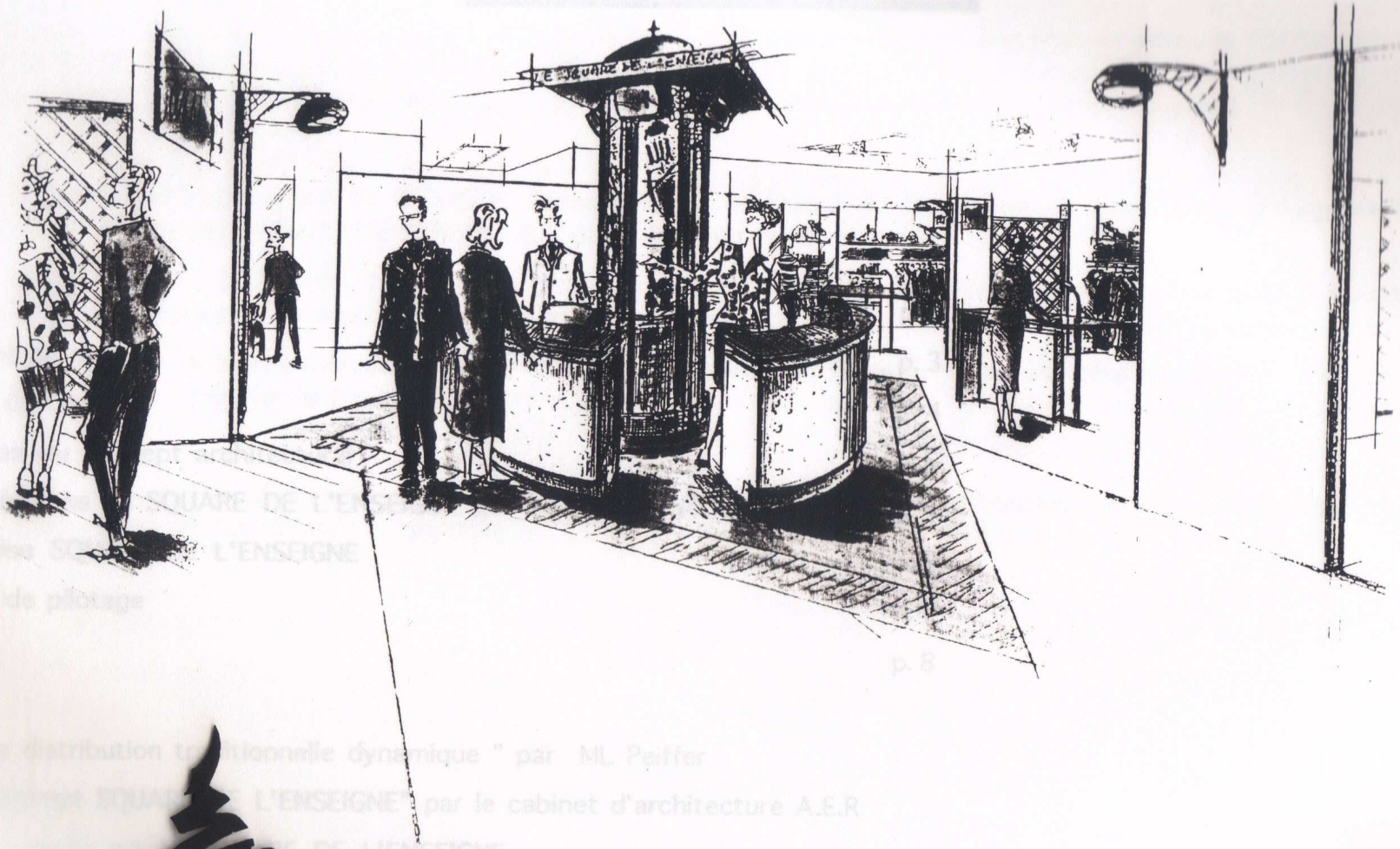
LE SQUARE DE L'ENSEIGNE



CEDRE

Club Européen des Directeurs de Réseau

AUGUSTE-THOUARD

DEPARTEMENT COMMERCE

© TOUTE REPRODUCTION
MÊME PARTIELLE NE PEUT ÊTRE
FAITE SANS SON AUTORISATION

LE SQUARE DE L'ENSEIGNE

SOMMAIRE

Préambule p. 2

I - Les données du marché p. 3

II - Définition du concept P. 4

III - Description du concept architectural p. 5

IV - Les déclinaisons du **SQUARE DE L'ENSEIGNE** par secteurs d'activités p. 5

V - La franchise **SQUARE DE L'ENSEIGNE** p. 6

VI - La phase de pilotage P. 7

V - Conclusion p. 8

Annexes

* " Demain une distribution traditionnelle dynamique " par ML Peiffer

* " Etude du concept **SQUARE DE L'ENSEIGNE**" par le cabinet d'architecture A.E.R

* Coupures de presse sur le **SQUARE DE L'ENSEIGNE**

* Présentation des intervenants

PREAMBULE

Afin de permettre aux enseignes de sortir du "goulot d'étranglement" que constituent certains centres-villes, le **CEDRE** (Club Européen des Directeurs de Réseaux) en collaboration avec la Société **AUGUSTE-THOUARD** a pris l'initiative de constituer un groupe de travail dans le but d'étudier les modalités techniques, juridiques, financières, commerciales et urbanistiques de solutions nouvelles .

Animé par Maître Olivier GAST, président du **CEDRE** et Bernard HAAS, directeur du **Département Commerce d'Auguste-Thouard**, ce groupe a travaillé sur le thème du **SQUARE DE l'ENSEIGNE** , dans les petites et moyennes villes .

En effet nombre de villes de 50 000 habitants se voient privées de la possibilité de bénéficier des services et produits d'enseignes nationales, qui, pour des raisons de coûts et de rentabilité ne veulent s'y implanter .

Il s'agit donc de créer des "espaces commerciaux" d'environ 300 m2 rassemblant 4 ou 6 enseignes complémentaires . Ce nouveau concept permettrait à des réseaux d'aller chercher le consommateur des villes petites et moyennes .

Ce document présente donc le fruit des réflexions de ce groupe de travail composé de responsables du développement d'enseignes nationales, d'architectes spécialistes de l'urbanisme commercial .

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** consiste donc à 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.

La politique gouvernementale actuelle de dynamisation et de soutien du développement des centres-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.**

Le **CEDRE**, par l'intermédiaire de sa Commission ad hoc, et en collaboration avec la société **AUGUSTE-THOUARD**, a procédé à la mise en place du schéma opérationnel de ce projet.
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 **CEDRE.** .

II - DEFINITION DU CONCEPT

Le concept est basé sur un local d'une superficie de 300m2 environ, situé en centre-ville, 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 couverture de ce document .

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 espace convivial, intégré aux commerces de centre-ville, sans en être le concurrent .

La définition de son concept, dont fait partie l'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, 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 .

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 le 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 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 figurant en annexe de ce document et réalisée par le cabinet d'architectes A.E.R , un plan d'aménagement-type ayant été proposé et mis au point .

Ainsi le **SQUARE DE L'ENSEIGNE** comble aujourd'hui un véritable vide ; 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'ACTIVITES

L'idée est de créer des **SQUARES DE L'ENSEIGNE** rassemblant des enseignes d'activités complémentaires . Ainsi LE SQUARE DE L'ENSEIGNE peut être décliné :

* SQUARE DE L'ENSEIGNE Equipement de la Personne,

* SQUARE DE L'ENSEIGNE Equipement de la Maison ,

* SQUARE DE L'ENSEIGNE Restauration,

* SQUARE DE L'ENSEIGNE Services ....

Ceci permettrait de réaliser un développement et un nombre considérable de **SQUARES DE L'ENSEIGNE** sur le territoire français, au regard du nombre de petites et moyennes villes, ainsi que du nombre de secteurs d'activités susceptibles d'accueillir le concept .

V - LA FRANCHISE SQUARE DE L'ENSEIGNE :

Le schéma juridique du projet pourra être le suivant :

* création d'une société anonyme à laquelle le CEDRE, en sa qualité de propriétaire de la marque SQUARE DE L'ENSEIGNE, concèdera une licence de marque avec autorisation de sous-licencier ;

* deux à trois SQUARES 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 et procèdera 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 précise le lancement du réseau 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 valider efficacement l'idée et le montage précités .

NOTA BENE :

Il résulte de ce qui précède que pour le franchisé l'investissement sera raisonnable pour un chiffre d'affaires prévisionnel considérable, le projet lui assurant non seulement la rentabilité des capitaux investis, mais aussi, 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 pourra 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-ville des villes de petite et moyenne importance .

A cet effet, la Société **AUGUSTE-THOUARD**, qui contribue à l'élaboration du projet, a déjà prospecté des emplacements susceptibles d'accueillir des SQUARES .

Pour les deux ou trois premiers tests, une société devrait être 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-test .

VII - CONCLUSION

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

LE SQUARE DE L'ENSEIGNE réinvente en quelque sorte la distribution multimarques 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** .

Paris, Décembre 1993

ANNEXES

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, 300 m2 minimum.
* Emplacements n°1 - dans les quartiers périphériques commerçants des grandes villes de plus 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

Il était important de trouver un point commun suffisament fort répondant à trois critères prépondérants:

- Etre reconnu d'emblée dans les villes par une image forte et originale.
- Trouver une animation évolutive répondant à une majorité de types de commerces.
- Se rapprocher au maximum de l'ambiance du square.

Une colonne centrale en forme de kiosque nous a permis de répondre à ces trois points.

Notice descriptive sommaire

Situé en partie centrale du "mail" ce kiosque peut en fonction du type de commerce faire office de point d'accueil et support signalétique, centraliser les caisses, recevoir un bar circulaire, un coin repos etc.....
Il sera réalisé en ossature aluminium et plexi, la hauteur sera d'environ 3 m, la couleur dominante étant le vert.
Le sol de l'espace central sera traité en pierre naturelle et parquet.

Les cloisonnements mi-hauteur séparant les commerces seront traités également en placage pierre naturel beige et tréillage bois permettant une transparence et une libre circulation entre les boutiques.

Des enseignes drapeaux posées en tête de cloison signaleront les marques, elles seront réalisées en tôle laquée.

L'éclairage d'ambiance type fluo diffusant sera suspendu au plafond et renforcé par des éclairages ponctuels halogènes et BT tant pour les circulations que pour la mise en valeur des produits.

Le sol des commerces sera réalisé en matériaux souples type moquette, de couleur uniforme.

Les murs seront peints ou en enduit gratté, coloris blanc cassé.

En règle générale il ne sera pas prévu de faux-plafond afin de conserver au maximum toute la hauteur du volume. Une peinture sombre masquera les canalisations ou câbles.

L'ensemble du mobilier sera de conception simple adaptable à une majorité de commerces, réalisé en bois et placage pierre. (caisse, table de montre, présentoirs divers)

En façade les vitrines permettrons à chaque marque la présentation de leurs produits, l'enseigne restant bien entendu LE SQUARE DE L'ENSEIGNE intégrée à un dai en tôle laquée rappelant la partie supérieure du kiosque.

Il était important de trouver un point commun suffisament fort répondant à trois critères prépondérants:

- Etre reconnu d'emblée dans les villes par une image forte et originale.
- Trouver une animation évolutive répondant à une majorité de types de commerces.
- Se rapprocher au maximum de l'ambiance du square.

Une colonne centrale en forme de kiosque nous a permis de répondre à ces trois points.

Notice descriptive sommaire

Situé en partie centrale du "mail" ce kiosque peut en fonction du type de commerce faire office de point d'accueil et support signalétique, centraliser les caisses, recevoir un bar circulaire, un coin repos etc.....
Il sera réalisé en ossature aluminium et plexi, la hauteur sera d'environ 3 m, la couleur dominante étant le vert.
Le sol de l'espace central sera traité en pierre naturelle et parquet.

Les cloisonnements mi-hauteur séparant les commerces seront traités également en placage pierre naturel beige et tréillage bois permettant une transparence et une libre circulation entre les boutiques.

Des enseignes drapeaux posées en tête de cloison signaleront les marques, elles seront réalisées en tôle laquée.

L'éclairage d'ambiance type fluo diffusant sera suspendu au plafond et renforcé par des éclairages ponctuels halogènes et BT tant pour les circulations que pour la mise en valeur des produits.

Le sol des commerces sera réalisé en matériaux souples type moquette, de couleur uniforme.

Les murs seront peints ou en enduit gratté, coloris blanc cassé.

En règle générale il ne sera pas prévu de faux-plafond afin de conserver au maximum toute la hauteur du volume. Une peinture sombre masquera les canalisations ou câbles.

L'ensemble du mobilier sera de conception simple adaptable à une majorité de commerces, réalisé en bois et placage pierre. (caisse, table de montre, présentoirs divers)

En façade les vitrines permettrons à chaque marque la présentation de leurs produits, l'enseigne restant bien entendu LE SQUARE DE L'ENSEIGNE intégrée à un dai en tôle laquée rappelant la partie supérieure du kiosque.

RP

COULISSES

LE CENTRE-VILLE EN QUESTION

❑ Le Cedre (Club européen des directeurs de réseau, animé par **Me Olivier Gast**) et Auguste Thouard s'associent pour constituer un groupe de réflexion sur le devenir commercial des centres-villes français. Au programme : **la rue N°2** (comment la dynamiser ?) et le **«square de l'enseigne»** (création d'espaces commerciaux en villes moyennes rassemblant 3 ou 4 enseignes). **Prochaine réunion, le 23 septembre**, avec proposition de villes d'étude à l'appui.

LA CORRESPONDANCE DE L'ENSEIGNE 20 SEPTEMBRE 1993
n°294 .

Commerce en Centre-Ville

Afin de permettre aux enseignes de sortir du "goulot d'étranglement" que constituent certains centres-villes, le Club Européen des Directeurs de Réseau (CEDRE) et Auguste Thouard ont pris l'initiative de créer un groupe de travail, qui travaille sur les thèmes suivants :

1 - La rue numéro 2 : comment dynamiser ces voies, et les transformer en de nouveaux espaces de consommation.

2 - le "square de l'enseigne" dans les petites et moyennes villes : il s'agit là de créer des espaces commerciaux d'environ 200 m² rassemblant 3 ou 4 enseignes complémentaires. Cette formule permettrait aux petites agglomérations de pouvoir accueillir des enseignes de notoriété nationale.

Ce groupe de travail, animé par MM. Olivier Gast et Bernard Haas, est composé de managers de réseaux, architectes, représentants des municipalités.

LE DÉPARTEMENT COMMERCE D'AUGUSTE-THOUARD vient de lancer un groupe de travail pour étudier avec les municipalités la possibilité de dynamiser les rues " n° 2 " des centres des moyennes et grandes villes. Les rues " n° 2 " sont considérées comme des rues de moindre importance. Il s'agit également de créer de nouveaux espaces commerciaux d'environ 200 m², rassemblant trois ou quatre enseignes complémentaires, dans les petites villes. Département commerce. Catherine Papillon, tél. : 47 59 24 50.

DES IDEES POUR LES CENTRES-VILLE

Le Cedre et Auguste-Thouard travaillent ensemble

LE *Club européen des directeurs de réseaux (Cedre)* et le spécialiste de l'immobilier *Auguste-Thouard* veulent contribuer à redynamiser les centres-ville. Le premier, qui réunit une soixantaine d'adhérents de tous secteurs, a mis en place avec le second un groupe de travail pour étudier les modalités techniques, juridiques, financières, commerciales et urbanistiques de solutions nouvelles. Rassemblant une dizaine de personnes (représentants d'enseignes, architectes spécialistes de l'urbanisme commercial, et représentants de municipalités), il est animé par Me Olivier Gast, président du *Cedre*, et par Bernard Haas, directeur du département commerce d'*Auguste-Thouard*.

Deux pistes de réflexions sont d'ores et déjà lancées : la rue numéro 2, et le square de l'enseigne dans les petites et moyennes villes. Sur la première, il s'agit de chercher les moyens de dynamiser les rues numéro 2 des moyennes et grandes villes, afin de désengorger les rues numéro 1. Cela créerait de nouveaux espaces de consommation, avec l'aide de municipalités de plus en plus ouvertes à ce genre de propositions. L'idée n'est d'ailleurs pas nouvelle. Michel Pazoumian, le délégué général de *Procos*, l'avait mise en avant il y a déjà plusieurs années dans son club des enseignes.

L'idée du square de l'enseigne consiste à implanter des enseignes nationales dans des villes moyennes où, seules, elles auraient peu de chance d'atteindre une vraie rentabilité. L'équipement, tel que le voient les deux partenaires, pourrait prendre la forme d'espaces commerciaux d'environ 200 m², qui rassembleraient trois ou quatre enseignes complémentaires.

J.-P.L. ●

Journal du Textile
n°1343 27/9/93.

LES PRINCIPAUX INTERVENANTS :

LE CEDRE (Club Européen des Directeurs de Réseaux)
1 avenue Bugeaud 75116 Paris
Tél : 47.27.48.50
Maître Olivier GAST

Auguste-Thouard Département Commerce
24 rue Jacques Ibert 92300 Levallois Perret
Tél : 47.59.24.50
Bernard HAAS

A.E.R (Architecture intérieure-Etudes-Réalisations)
38 rue Madeleine Michelis 92200 Neuilly sur Seine
Tél : 47.45.49.82
Michel TREGUER

IGA (Inter Groupe Agencement)
31-33 rue de la Baume 75008 Paris
Tél : 45.61.20.61
Jean-Yves LECOINDRE

CEDRE

Club Européen des Directeurs de Réseau

CLUB EUROPEEN DES DIRECTEURS DE RESEAU

Association des directeurs de reseau (Association loi 1901)
Siège social : 6 avenue Bugeaud 75116 Paris Tél. (1) 47 27 45 88 Fax : (1) 47 04 94 17

SOMMAIRE

L'origine du CEDRE

L'essence du CEDRE

Les objectifs du CEDRE

Les actions du CEDRE

La structure

Les membres

L'ORIGINE DU CEDRE

Fin 1991, six Directeurs de Réseau et un Avocat sèment les premières graines de l'Association des Directeurs de Réseau, le **CEDRE** (Club Européen des Directeurs de Réseau), institutionnalisant ainsi pour la première fois la profession de Directeur de Réseau.

Le **CEDRE** a pour vocation de regrouper les responsables de Réseau, Management et/ou Développement (Franchise, Concessions, Groupements, Chaînes Volontaires, Partenariat...).

L'ESSENCE DU CEDRE

Une nouvelle profession est née depuis environ quinze ans ; elle est liée à l'essor des réseaux. L'essence du **CEDRE** est de rassembler cette profession en France et en Europe en favorisant des réflexions et des échanges sur :

- sa fonction
- son expérience
- son évolution
- ses techniques
- sa promotion.

Les membres du **CEDRE** sont présents à titre personnel et individuel : leur objectif est de communiquer entre eux, et non au nom de l'enseigne qu'ils représentent.

LES OBJECTIFS DU CEDRE

Définir et valoriser la profession

sous un dénominateur commun de Directeur de Réseau. En effet, ces professionnels ont aujourd'hui divers titres, statuts et/ou position hiérarchiques (Directeur ou Responsable de Franchise ou Concession, Directeur ou Responsable du Développement, Directeur ou Responsable Commercial, Directeur d'Expansion...)

Favoriser une réflexion

et l'émanation de propositions sur les structures et les fonctions de Directeur de Réseau, son champ d'action et sa déontologie en l'harmonisant au niveau européen, agissant ainsi au service de la Profession et en liaison avec les chefs d'entreprises, les Fédérations professionnelles, la presse économique et les pouvoirs publics.

Echanger des informations techniques

propres au développement des entreprises avec d'autres Clubs Européens de ce type qui devront être intégrés dans une même structure.

Echanger des informations scientifiques

sur la distribution et la concurrence dans son environnement économique, juridique et financier national et européen et sur les techniques de développement et d'animation de réseaux.

Promouvoir la profession

dans les milieux industriels français et européens, favoriser le développement des techniciens de la franchise et des réseaux.

Concrètement, le **CEDRE** veut devenir le carrefour fédérateur de l'ensemble des professions de la distribution par l'intermédiaire des Directeurs de Réseau.

LES ACTIONS DU CEDRE

Le **CEDRE** organise déjà des dîners-débat entre les professionnels qu'il fédère, des commissions de réflexion par thème, participe et réalise des actions de promotion sur le Salon International de la Franchise.

Il souhaite à court terme organiser des manifestations en groupant les acteurs économiques et politiques permettant d'étendre son action dans un but constructif, fédérateur et européen.

LA STRUCTURE

Le Conseil d'Administration :

Président d'Honneur	Olivier GAST
Vice-Président	Gilles VASSEUR
Trésorier	Hubert CASTELAIN
Secrétaire Générale	Frédérique MERER

Les Membres Fondateurs :

Philippe BROCART	PADCO BLENHEIM
Hubert CASTELAIN	GEREC
Frédéric CREUTZER	CENTMIL CHEMISES
Olivier GAST	CABINET GAST
Frédérique MERER	
Claude-Michel PERSEIL	MARTIAL
Gilles VASSEUR	AS DEVELOPPEMENT