

# Guide explicatif



## SOMMAIRE

Le contexte	3
Le concept	3
• Les annonces	3
• Les alertes	4
• La législation	4
• Le blog	4
• Les services et les solutions	4
Nos objectifs communs	5
Les forces de JeLoueUneBoutique.com	6
• Un site tout en un	6
• Son Positionnement	6
• Son message	7
• L'intérêt commun	7
Les tarifs des annonces	8
Comment communiquer	8
Qui attendons-nous de vous ?	9
Les Médias dans tout ça	9

## ● Le contexte

L'idée du site [JeLoueUneBoutique.com](http://JeLoueUneBoutique.com)<sup>©</sup> nous est venue en constatant le nombre croissant de locaux vacants en centre-ville. Ce phénomène touchant toutes les villes, des plus petites aux plus grandes, nous a incité à travailler d'arrache-pied avec nos partenaires pour trouver des solutions adéquates venant enrayer, ou tout du moins diminuer, le nombre de locaux vacants. Parmi les différentes solutions que nous proposons, il existe des solutions

- Lourdes : avec la création de SEM
- Légères : avec les trompes l'œil
- Intermédiaires : avec JeLoueUneBoutique.com

## ● Le concept

L'éphémère fait vendre et répond à une quadruple demande :

- Celle des consommateurs qui attendent de la nouveauté pour (re)venir en ville
- Celle de potentiels loueurs qui ne souhaitent pas s'engager sur de longues durées
- Celle des propriétaires privés et des agences immobilières à la recherche d'occupants pour des périodes plus ou moins longues ou en attendant de trouver des occupants sur le long terme
- Celle des maires

## ● Les annonces

Nous avons décidé de mettre en place le **premier site national de location de boutiques éphémères en centre-ville** :

- **Annonces de locaux vacants : public visé** → Les propriétaires privés, les agences immobilières, les collectivités et les commerçants ayant un espace disponible temporairement ou sur le plus long terme

Pour ce faire :

1. Ils se rendent sur le site internet
2. Ils postent une ou plusieurs annonces
3. Ils optent alors pour la formule tarifaire qui leur convient le mieux

4. Ils payent directement en ligne via le module de paiement du site (*à savoir que 80% de la somme vous reviendra et 20% iront à FNCV pour pouvoir payer la maintenance et faire fonctionner ce site internet*) → Les tarifs indiqués dans le tableau de ce guide sont mensuels
5. Les loueurs peuvent décider de prolonger leurs annonces s'ils le souhaitent sans avoir à ressaisir leurs informations et à l'inverse, ils peuvent suspendre leurs offres s'ils ne souhaitent plus qu'elles apparaissent sur le site.

### ● Les alertes

Ici, on donnera la possibilité aux visiteurs du site et plus particulièrement à ceux qui recherchent un bien particulier (*ville, emplacement, type de bien, durée de bail, etc.*) d'être alerté en fonction des critères qu'ils auront pré rempli. Pour cela c'est simple, ils n'auront qu'à renseigner leur adresse mail et leurs critères pour être alerté.

Il peut s'agir ici de ceux qui ont posté ou non des annonces – en effet, un potentiel loueur ayant publié une petite annonce peut aussi décider d'être alerté dès qu'un bien est mis en ligne, comme c'est le cas sur de nombreux sites (*pour ne citer que lui : Blablacar par exemple*). Il a ainsi plus de chance d'être prioritaire sur le bien en location et de ne pas le voir lui « passer sous le nez ».

### ● La législation

Cette rubrique comportera la réglementation des baux commerciaux afin de renseigner tous potentiels locataires sur ses droits et possibilités. Cette rubrique sera certifiée par un avocat et mise à jour en cas d'évolutions ou de changements de lois.

Rn aucun cas « Les Vitrines» ne sont partie prenante dans les transactions ; votre action se limitant à une mise en relation par le biais du site.

### ● Le blog

Afin d'avoir un site des plus complets possible, nous avons décidé d'illustrer cette tendance positive de l'éphémère et des ouvertures de boutiques plus généralement par le biais d'un blog ; qui contribuera évidemment au référencement naturel de notre site. Ce dernier constituera l'espace qui rendra le site dynamique et qui lui donnera des raisons supplémentaires d'être consulté régulièrement. On y trouvera des articles sur des concepts innovants en France et partout ailleurs, des ouvertures de boutiques dans nos centres-villes, des nouvelles enseignes, etc. Nous donnerons ici la possibilité aux lecteurs d'interagir avec nous par le biais de commentaires, de partages d'articles sur les réseaux sociaux ou encore par mail.

### ● Les services et les solutions

Tous les services afférents à l'entretien d'une boutique et éventuellement aux mobiliers éphémères. Nous avons passé un accord avec la société Axéo présente sur tout le territoire qui pourra offrir ses

services à des prix privilégiés s'il est nécessaire de nettoyer les locaux avant ou après, voire de donner un coup de peinture pour rafraichir.

### ● Les services et les solutions

Tous les services afférents à l'entretien d'une boutique et éventuellement aux mobiliers éphémères. Nous avons passé un accord avec la société Axéo présente sur tout le territoire qui pourra offrir ses services à des prix privilégiés s'il est nécessaire de nettoyer les locaux avant ou après, voire de donner un coup de peinture pour rafraichir.

### ● Nos objectifs communs

Ce site a 3 objectifs majeurs :

- **Contrer le phénomène de vacance commerciale** en étant un outil de mise en relation entre l'offre et la demande
- **Devenir une source de financement** pour les adhérents des Vitrites de France par le biais des annonces payantes des loueurs
- **Apporter une nouvelle dynamique** aux centres-villes

De surcroit, ce site sera :

- Un outil qui rendra possible, pour des commerçants, des artisans, des producteurs locaux, des créateurs visibles uniquement sur le web ou installés dans des locaux excentrés, un peu frileux, de **se lancer** dans un projet réfléchi et souhaité sans les contraintes des baux de longues durées – *on limite de ce fait les risques*
- l'endroit où des e-commerçants vont pouvoir **passer du virtuel au réel** en exposant/vendant leurs produits/services pour une période de test.

En plus de ces atouts, ce site permettra de :

- **Faire savoir** qu'il existe des emplacements intéressants dans chaque centre-ville
- **D'attirer** les marques grâce à l'ergonomie du site et à la quantité d'offres par ville (possibilité de filtrer avec des critères pour orienter sa recherche)
- Donner la possibilité à des potentiels loueurs de **tester leur idée** sur une courte durée et éventuellement par la suite de s'installer durablement – C'est à eux ensuite de voir entre eux les démarches, notre rôle à nous s'arrête ici

- **Créer de l'événementiel** et apporter un nouvel élan dynamique aux centres-villes
- **Répondre à la demande** croissante des consommateurs de trouver de l'éphémère en centre-ville
- **Drainer du trafic** en centre-ville en faisant venir ou revenir des consommateurs qui ne venaient plus faute de nouveautés par exemple

Nous devons donc convaincre nos élus, les loueurs, les locataires mais aussi les commerçants de l'importance de mettre en avant ce site internet.

**Notre principal atout, c'est vous !**

## • Les forces de JeLoueUneBoutique.com

### • Un site tout en un

Bien que les **annonces** soient le cœur du site internet, le fait qu'il permette la **mise en relation** et qu'il fournisse de **l'information par le biais de la réglementation** et des **nouveautés** grâce au blog font de lui un site complet où l'intérêt de le consulter est multiple; et non pas seulement lorsque l'on cherche un local à louer.

### • Son positionnement

En plus d'être un site national avec l'offre et la demande ville par ville, son plus gros atout est d'être spécialisé dans la mise en relation à des fins de location de boutiques éphémères pour favoriser l'élan économique du « **commerce de centre-ville et de proximité** ».

**C'est bien cette carte qu'il faut jouer tant au niveau local que national pour que les médias s'emparent de l'information et la relaient au plus grand nombre.**

Nous ne sommes pas des concurrents du bon coin car nous sommes spécialisés dans les locations éphémères et connaissons parfaitement le tissu commercial de nos centres-villes et les atouts à mettre en avant pour séduire les futurs locataires.

## • Son message

« Oui, ce phénomène de vacance commerciale est bien réel, mais est-on certain d'avoir mis toutes les chances de notre côté ? »

Il existe aujourd'hui de la demande (qu'elle soit artistique, agricole ou encore commerciale) prête à s'installer en centre-ville pour de courtes durées afin de faire connaître son offre et d'apporter de la nouveauté à nos centres-villes. Cependant, elle ne sait bien souvent pas comment faire, ni à qui s'adresser. **Ce site fera donc se rencontrer offreurs et demandeurs pour de l'événementiel, de l'éphémère et pourquoi pas sur du plus long terme pour ceux qui souhaiteront s'installer durablement.**

## • Notre action nationale

Nous avons déjà commencé à nouer de nombreux contacts avec la presse professionnelle. Pour développer cette action nous nous attachons les services d'une agence de presse afin de diffuser au maximum l'information.

## • L'intérêt commun

Il y a donc ici **un intérêt commun** entre :

- **L'association de commerçants** qui apporte un service et une solution en local par le biais des Vitrites de France
- **Les collectivités locales :**
  - **La ville** qui voit insuffler une nouvelle dynamique dans son centre-ville
  - **La Chambre de Commerce et d'Industrie** qui connaît en règle générale des potentiels locataires tout comme c'est le cas pour **la chambre des métiers, celle de l'agriculture, les artistes, etc.**
- **Les commerçants** eux-mêmes qui souffrent par ricochet des fermetures de boutiques
- Nous informons l'ensemble des acteurs professionnels, marques, fédérations, enseignes par des campagnes d'e-mailing pour que notre site soit visité par un maximum de personnes intéressées.
- **Les loueurs** (propriétaires privés, agences immobilières, collectivités et commerçants) qui plutôt que de voir leurs locaux indéfiniment vides s'ouvrent de nouvelles opportunités

- **Les locataires** (commerçants, artisans, artistes, agriculteurs, etc.) qui voient se dessiner de nouvelles perspectives sans les inconvénients des baux longues durées

## • Les tarifs des annonces

Acteurs	Nombre d'annonces	Tarifs mensuels
Propriétaires privés	1 annonce	10€
	2 annonces	15€
	3 annonces et +	20€
Agences immobilières + autres (collectivités)	1 annonce	15€
	2 à 5 annonces	30€
	6 à 10 annonces	50€
	11 annonces et +	80€
<p><b>Le(s) premier(s) mois seront gratuits pour les loueurs</b>  Dès lors que le site sera suffisamment approvisionné en offres nous appliquerons cette stratégie tarifaire (sur laquelle la structure adhérente aux Vitrines de France percevra 80% des recettes générées par les annonces en local.)  Possibilités d'abonnement, de désabonnement, de suspension d'offre pour ne pas avoir à ressaisir les informations, etc.</p>		

## • Comment communiquer ?

Les Vitrines de France sont chargées du projet dans sa globalité mais nous comptons sur le soutien de nos adhérents en local ; et ce, essentiellement dans la diffusion du message en local.

En effet, d'ici fin octobre JeLoueUneBoutique.com sera en ligne et pourra commencer à être alimenté. Des tutoriels divers et variés viendront le compléter, notamment :

- Pour la mise en ligne d'annonces par les loueurs
- Pour la méthodologie de communication en local auprès des élus et des loueurs via
  - Ce guide explicatif
  - Argumentaire
  - Mailing et Courriers de présentation

## ● Qui attendons-nous de vous ?

Voici donc ce qu'il vous faut maintenant mettre en place :

### Première étape : organiser la réunion d'information

Il est urgent de contacter vos partenaires sur place (la CCI, la Mairie, la Chambre des Métiers, de l'Agriculture ; éventuellement votre agence d'urbanisme commerciale et surtout de consulter le cadastre si vous n'avez pas de fichiers tout fait.) afin d'organiser la réunion d'information le plus tôt possible, dans tous les cas **avant le 28 octobre**.

Réunion à laquelle participerons la mairie, la CCI, la Chambre des Métiers, les agents immobiliers et les propriétaires privés.

### Deuxième étape : informer tous les éventuels locataires

Informer tous les éventuels locataires (producteurs, créateurs, artisans, commerçants, etc.) de la **future mise en ligne du site au 31 octobre**. Il faut savoir que le site sera en phase de lancement et que bien entendu, il faudra un certain temps pour qu'il soit suffisamment alimenté.

### Troisième étape : relancer les acteurs

Relancer les loueurs pour qu'ils mettent en ligne leurs offres et les potentiels locataires d'aller régulièrement visiter le site ou d'enregistrer leurs alertes.

## ● Les médias dans tout ça

La **presse en local** a aussi un rôle important à jouer, nous nous chargerons de vous transmettre un **communiqué de presse** à leur envoyer afin que vos médias locaux s'emparent du dossier et qu'ils n'hésitent pas à en faire des articles positifs sur la démarche entreprise et par la suite sur les ouvertures de boutiques éphémères qui se feront grâce au site JeL'oueUneBoutique.com. En parallèle nous comptons aussi sur les talents de notre agence de presse qui va mettre tous les moyens en œuvre pour que ce site soit reconnu nationalement et localement. Un dossier de presse ainsi qu'un communiqué de presse seront envoyés aux alentours du 17 octobre à la plus grande partie de la presse professionnelle et grand public.



**Jean-Pierre Lehmann**  
Président



**Lucie Ngongo – Aubertin**  
Responsable de Mission

