

N° 1

LE JOURNAL

Du Carré de la Madeleine

8 RUE DE CASTELLANE

75008 PARIS

ASSOCIATION LOI 1901

Edito du président :

Ce n'étaient pas de vaines promesses !

Un journal à nous, dans lequel le comité rêve que des articles, des propositions, des réactions diverses, faites par chacun d'entre nous, remplissent les pages de ce mensuel.

Nous sommes nombreux à vouloir qu'une association de commerçants voit le jour, ce fut un réel combat, beaucoup plus long que ce que nous imaginions, mais à présent « elle existe ». Cette association appartient à chacun d'entre nous, sans vous elle n'est rien.

Elle est à vous ! Toutes les bonnes volontés sont les bienvenues.

Ce que nous lui apporterons : elle nous le rendra. Comme les actions que nous menons dans nos commerces, l'association groupera et aura du pouvoir par son regroupement. Plus nous serons nombreux plus on parlera de nous dans toute la ville, et bien sûr, à la mairie du 8ème.

Nous pouvons penser que les milliers de passants qui arpentent la rue Tronchet et les Grands Boulevards viendront jusque dans nos rues.

Merci à tous d'avoir soutenu et de continuer, à soutenir cette croisade visant à protéger et à développer nos commerces de quartier.

Merci aussi de votre présence à l'assemblée constitutive qui aura lieu le 23 novembre 2010 à 18h30.

Bonne lecture, venez nombreux,

Frédéric Ittah

Cela va mieux en le disant !

Vous souhaitez contacter le journal afin de réagir, y ouvrir une rubrique, un article...

Contactez Véronique au 01 47 42 05 24



The Kooples

. L'enseigne The Kooples ouvre un point de vente 18 rue Tronchet (135 m²) au cœur du 8^{ème} arrondissement.

Une success story ?

The Kooples surfe sur la tendance du féminin masculin. Le style se veut rock et trendy, les couples pouvant partager certains vêtements. Des couleurs assez neutres ou sombres, des carreaux, du cuir, du jean... et une tête de mort qui revient sur les boutons et bijoux.

Été 2008: The Kooples démarre une grande campagne de pub dans les magazines et à la télé. Des images de couples au look trendy s'affichent un peu partout et intriguent. En septembre, les premières boutiques ouvrent à Paris puis peu de temps après en province. Les avis sont alors mitigés: certaines personnes seront cependant déçues, trouvant la marque trop chère et pas assez originale. D'autres au contraire trouvent les vêtements bien coupés, d'une grande qualité ce qui expliquerait les prix. Furieusement tendance.



Il se dit qu'il arrive Rue Tronchet !

Les premières conséquences des partenariats choisis par Senseo et Nespresso se vérifient dans la distribution de leurs produits. Un produit électroménager ne se vend pas de la même façon que du café. C'est sur ce dernier produit d'ailleurs que les deux marques se différencient le plus nettement. Mis à part la vente des cafetières, leurs positionnements marketing entraînent de profondes disparités aussi dans leur façon de le vendre.

Circuits traditionnels pour les cafetières

Grands Magasins, VPC, Darty, Gitem, petits ou grands réseaux de distribution : dès qu'un commerçant propose de l'électroménager domestique à ses clients, Senseo et Nespresso se retrouvent côte à côte dans les rayons. "Ce sont les commerciaux des partenaires machines qui s'occupent des relations avec la distribution" indique Jean-Paul Le Roux. Nespresso ne s'occupe ni des ventes, ni des référencements. Chez Philips, les commerciaux de la branche appareil domestique s'occupent directement des ventes de Senseo. Les chiffres de vente des machines sont difficiles à comparer. Le Gifam (Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipements ménagers) considère Senseo comme une cafetière à filtre et Nespresso comme une machine à expresso. Impossible de comparer sur une même ligne les chiffres réels des ventes. Nespresso refuse de communiquer ses

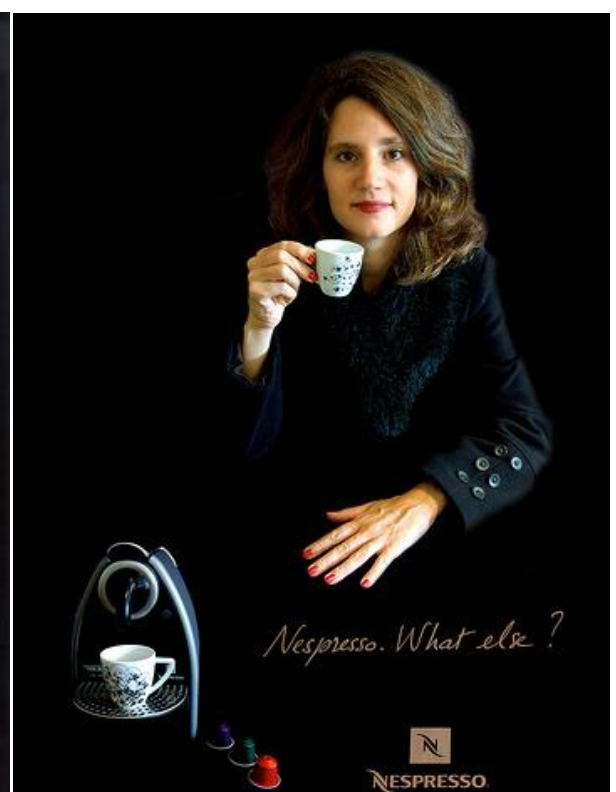
ventes dans l'Hexagone. Seuls les chiffres européens permettent de se faire une idée. En 2005, un million de clients ont choisi Nespresso. Philips a pour sa part vendu 950 000 machines en France l'année dernière et espère dépasser le million cette année. En juillet 450 000 avaient d'ores et déjà été vendues.



La boutique Nespresso avenue Victor-Hugo à Paris.

De la boutique au supermarché

Vous aurez beau chercher, impossible de trouver des capsules Nespresso au supermarché du coin. Quand il vend du café Nespresso, Nestlé tient à être en contact direct avec ses clients. Si la vente des capsules se fait le plus souvent à distance, par internet et par téléphone (65%), Nespresso apporte un soin particulier à l'ouverture de boutiques. Onze sont déjà ouvertes dans les grandes villes de France et deux autres devraient voir le jour avant décembre. Senseo au contraire s'achète auprès de l'ensemble des réseaux de distribution français. "Le succès est tel que les grandes surfaces ne rechignent pas à référencer nos nouveautés" justifie même Pascale Dubouis. Autant Senseo s'inscrit dans une démarche de mass market qu'il ne renie absolument pas, autant Nespresso recherche à se positionner dans le haut de gamme en entretenant l'illusion d'une relation directe avec ses clients.





Bernard PERRET

Avocat au Barreau de PARIS

Membre du réseau Wilson Avocats

21, avenue du Président Wilson - 75116
PARIS

Mail : wilson.avocats@gmail.com



Cession de droit au bail : attention à l'autorisation préalable du bailleur

Un bail commercial constitue un élément d'actif essentiel du fonds de commerce.

Lorsque le droit au bail est cédé dans le cadre plus général de la cession du fonds de commerce, le bailleur ne peut pas s'opposer au transfert dudit bail.

Il est toutefois fréquent que cet élément d'actif soit cédé indépendamment du fonds de commerce lui-même.

Dans cette hypothèse, il est fondamental de vérifier si le bail commercial prévoit ou non une autorisation préalable du bailleur.

Très souvent, une telle clause est prévue pour protéger les intérêts du bailleur qui vérifiera ainsi la solvabilité du repreneur.

Lorsque cet agrément est requis, il convient de recueillir l'autorisation expresse et préalable du bailleur.

La Cour de cassation, dans un arrêt du 12/10/2010, a rappelé la nécessité de respecter cette formalité : dans cette affaire, le bail comportait une clause d'agrément selon laquelle le preneur ne pouvait céder son droit au bail qu'à l'acheteur de son fonds de commerce.

Le notaire chargé de la rédaction de l'acte de cession de bail a informé le bailleur de ce projet de « cession de droit au bail », sans préciser que la cession concomitante du fonds de commerce n'était, quant à elle, pas envisagée.

Le bailleur, qui avait initialement répondu favorablement à la demande du notaire, a ensuite assigné le repreneur du bail en résiliation du bail pour violation de la clause d'agrément.

Contre toute attente, la Cour de cassation a fait droit aux prétentions du bailleur en considérant que la cession du bail ne pouvait être autorisée qu'en faveur du repreneur du fonds de commerce. Elle rappelle que la renonciation du propriétaire à se prévaloir d'une clause d'agrément doit être non équivoque et ne peut résulter que d'actes qui l'impliquent nécessairement. Au cas d'espèce, le notaire aurait dû expressément mentionner au bailleur que seul le droit au bail était cédé à l'exclusion du fonds de commerce.

Cette décision démontre que la cession d'un droit au bail est un exercice délicat qui nécessite de respecter rigoureusement les termes et conditions dudit bail.



R e c e t t e

C o u l a n t a u C h o c o l a t

DE RAOUL

250g de chocolat

60g de sucre

- 125g de beurre
- 5 œufs
- 1 c.s. de farine

Verser le sucre dans un bol.

Faites fondre le chocolat et le beurre au micro-onde dans une assiette environ 3minutes.

Délayer le mélange avec un fouet jusqu'à l'obtention d'un aspect homogène.

Verser sur le sucre, bien mélanger toujours avec un fouet.

Ajouter les œufs entiers un à un, en fouettant entre chaque.

Terminer par la c.s. de farine.

Verser la ganache dans les moules au trois quart.

Mettre au four 9 minutes à 180°.

N'hésitez pas à les sortir alors que le milieu des coulants est encore tremblant, ils continuent de cuire même à l'extérieur !!

Régalez-vous et au prochain numéro pour une nouvelle découverte culinaire !

Raoul

Lunch & Co.

Les Annonces



GROUPE HORECA

107 rue de Tocqueville

75017 Paris

Tel :01 47 66 14 90

fax :01 47 66 20 91

Négociateur de fond de commerces

Mr Jean-Marie Defois

Mob 06 16 02 35 94



URGENT

Le Carré a besoin de vous !
Nous cherchons activement
Des bénévoles :

- Gestion du blog
- Gestion du journal
- Et toutes autres propositions

I NEED YOU

Cher(es) ami(es) commerçants,

Le comité a hâte de se présenter à vous et de préparer avec vous les actions commerciales à venir.

NOEL ARRIVE A GRAND PAS !

C'est pourquoi nous organisons la première réunion de l'association

LA RENCONTRE !

Au cœur du Carré!

MARDI 23 NOVEMBRE 2010

Heure : 18h30

Lieu

LUNCH & CO

7 rue de Greffulhe

75008 Paris

Raoul aura le plaisir de vous offrir quelques petites dégustations !

*** tout autre consommation sera due bien sûr**

VOTRE PRESENCE EST INDISPENSABLE

NOUS AVONS BESOIN DE VOUS !

Nom du commerce :

Je serai présent(e)

Je ne serai pas présent(e)

Le Carré de la Madeleine

8 RUE DE CASTELLANE

75008 PARIS

ASSOCIATION LOI 1901

Bulletin d'adhésion définitif

à l'Association le Carré de la Madeleine

Cotisation :

Cotisation pour adhérer à l'association « Le Carré de la Madeleine » : **150 euros HT par trimestre.**

Règles de fonctionnement de l'Association :

Une fois par an, les adhérents de l'association seront conviés à une assemblée générale au cours de laquelle seront évoqués le bilan de l'action de l'Association, ainsi que la gestion de l'association par les membres du bureau.

Bon pour accord

PARIS, le

Ci-joint un chèque de 179.40 euros TTC à l'ordre de l'association Le Carré de la Madeleine.

Attention : Nom de la société et adresse exactes afin d'établir une facture.

Une facture vous sera remise à réception de votre règlement.

Ce bulletin est à remettre avec ou sans votre règlement au siège de l'Association

Le Carré de la Madeleine

8 rue de Castellane 75008 Paris