

Cathy Schoels

cathy.schoels@gmail.com

+32 477 680 280

## L'Auberge Espagnole, à l'école du commerce version hub.brussels

**Les pop-up stores sont dans l'air du temps. Mieux, ils sont devenus une réelle école du commerce. On y teste un métier, un concept, un produit, une localisation à moindre coût avant de se lancer dans des investissements lourds et à long terme. C'est le cas de l'Auberge Espagnole, initiée par hub.brussels. Le pop-up store permet la pratique et confronte le candidat à la réalité entrepreneuriale. Et avec l'entrée en vigueur du bail commercial de courte durée, nul doute que ces magasins éphémères vont se propager à Bruxelles pour le plus grand plaisir des consommateurs, des propriétaires et des entrepreneurs.**

Pour Isabelle Grippa, CEO d'hub.brussels, *«Le concept de pop-up store trouve peu à peu sa place dans le paysage commercial bruxellois, attirant de plus en plus de consommateurs et convaincant nombre d'entrepreneurs, du créateur local à la multinationale, en passant par l'enseigne de luxe. Les propriétaires sont eux aussi de plus en plus sensibilisés à ce mode d'occupation.»*

*« Plus qu'une tendance, ce nouveau modèle économique et commercial a récemment débouché sur la création d'un bail commercial de courte durée permettant aux commerces éphémères d'occuper pour quelques mois des espaces commerciaux vides, de quoi donner un cadre juridique aux pop-up stores. Mais surtout, de permettre à des candidats-commerçants de tester leur idée à moindre coût, afin de capitaliser du savoir et de l'expérience tout en minimisant les risques. Cette innovation constitue aussi une réponse positive à la vacance commerciale, il stimule l'emploi et l'attractivité d'un quartier »,* explique Didier Gosuin, Ministre bruxellois de l'Economie.

Le département R&D de hub.brussels, l'Agence bruxelloise pour l'Accompagnement de l'Entreprise, a développé autour de cette tendance des pop-up stores le concept d'incubation commerciale. Depuis trois ans, il multiplie les initiatives destinées à soutenir et encadrer les entrepreneurs tentés par l'expérience du pop-up store. C'est ainsi qu'il a rédigé un «Guide pop-up» fort de précieux conseils qui ont déjà inspiré nombre d'entrepreneurs désireux de tester leur concept avant de faire le grand saut. Une version digitale de ce guide est disponible sur [http://hub.brussels/publication/pop\\_up.pdf](http://hub.brussels/publication/pop_up.pdf).

Et puis surtout, hub.brussels a ouvert en mai 2016 son « Auberge Espagnole », une pépinière de pop-ups nichée à Etterbeek au 331 chaussée de Wavre, à un souffle de la place Jourdan, et ayant pour

vocation d'accueillir et d'encadrer de jeunes candidats-commerçants désireux de tester leur projet pendant quelques mois. Et cela marche ! En trois ans de fonctionnement, l'Auberge Espagnole a accueilli un large éventail de porteurs de projets animés par des préoccupations environnementales et actifs dans des domaines aussi divers que les accessoires pour enfants, la gastronomie ou encore le mobilier artisanal. À l'issue des trois premières saisons, de plusieurs centaines d'heures de coaching, de plusieurs dizaines d'événements et de workshops, 8 de ces candidats-commerçants ont d'une manière ou d'une autre pérennisé leur projet. Et pour cette quatrième saison, hub.brussels a reçu pas moins de vingt-trois nouvelles candidatures. Quatre d'entre elles ont été retenues et animeront l'Auberge Espagnole tout au long de l'année 2019.

Bienvenue donc à Botawall et ses suspensions métalliques pour plantes présent jusqu'en avril, à APA et ses imperméables éco conscients qui seront disponibles de mai à juillet, à La Ressource et ses produits de droguerie zéro déchet dont la présence est programmée d'août à octobre et à Atelier Peau et sa maroquinerie écoresponsable qui termineront l'année de novembre à décembre.

Pour Julien Bacq, directeur R&D chez hub.brussels, « *Les pop-ups sont aussi victimes de leur succès. Les créateurs, concepteurs et autres porteurs de projets sont de plus en plus nombreux à rechercher des espaces susceptibles de les accueillir. Pour cette 4<sup>e</sup> édition de l'Auberge Espagnole, hub.brussels a reçu 23 candidatures, seuls 4 projets pourront voir le jour en 2019. L'occasion pour hub.brussels de faire un appel du pied aux pouvoirs locaux pour proposer des lieux qui pourraient servir à héberger un incubateur commercial.* »

### **Au grand bonheur des consommateurs**

Une étude qualitative réalisée en 2019 par hub.brussels auprès du grand public, dresse les attentes des clients, mais permet aussi de tordre le cou à certaines idées reçues.

- Loin du simple effet de mode, le concept de pop-up store est entré dans les mœurs des Bruxellois, puisque plus de 8 répondants sur 10, âgés de 18 à 59 ans, affirment savoir de quoi il s'agit. Ce sont majoritairement les femmes de 25 à 39 ans qui connaissent le mieux le concept, qui y sont déjà entrées et y ont acheté des articles.
- Deux catégories de produits les plus associés par les consommateurs à ces magasins éphémères se démarquent : l'équipement de la maison et la mode vestimentaire. Il existe cependant une demande pour des commerces éphémères dédiés aux services/loisirs, aux soins de la personne et à l'alimentation.
- Les consommateurs ne perçoivent pas les magasins éphémères comme des concurrents aux commerces traditionnels, mais bien comme un tremplin pour des porteurs de projets avant l'ouverture d'une adresse plus traditionnelle. Une grande majorité des répondants aimeraient d'ailleurs en voir plus et/ou plus souvent dans leurs quartiers.
- L'originalité et une offre avantageuse sont les qualités premières citées par les consommateurs, ils y attendent des exclusivités, de la variété, de la qualité ainsi que la possibilité d'y réaliser de « bonnes affaires ». Ces aspects « promotionnel » et « découverte » constituent à leurs yeux les principaux atouts d'un pop-up store, tandis que le caractère éphémère et le service après-vente en sont les principales faiblesses.



Découvrez toute l'actualité de l'Auberge Espagnole sur :

<http://hub.brussels/fr/laubergeespagnole/>

[www.facebook.com/PopUpAubergeEspagnole/](http://www.facebook.com/PopUpAubergeEspagnole/)

## Un bail court et avantageux pour les entrepreneurs et propriétaires bruxellois

L'idée a été portée par Didier Gosuin, Ministre bruxellois de l'Économie, entérinée par le Gouvernement bruxellois le 13 septembre 2018 et entrera en vigueur dès la mi-avril 2019. De quoi doter les commerces éphémères d'un cadre juridique adapté pour occuper pendant quelques mois des espaces commerciaux vides.

Depuis plusieurs années, les magasins éphémères sont de plus en plus nombreux à apparaître puis à disparaître dans les rues commerçantes bruxelloises. Installés pour quelques mois, ils liquident des stocks de marchandises, permettent à de petits commerçants de tester leurs produits ou encore à des créateurs de lancer une collection capsule. Jusqu'ici, ces commerces pâtissaient cependant d'un statut immobilier ambigu.

Le bail commercial interdisait formellement des locations occasionnelles. Pour Didier Gosuin « *Locataires et propriétaires avaient recours à une convention d'occupation précaire pour contourner ce problème. Celle-ci ne relevait cependant pas du droit commercial. Nous nous devons de proposer un contrat qui assure la sécurité juridique de toutes les parties, grâce à un bail commercial de courte durée* ».

Ce bail commercial de courte durée, qui ne pourra excéder un an, permettra de dynamiser le commerce, de tester l'attractivité commerciale d'une artère, de lutter contre la vacance commerciale, mais également d'encourager les jeunes entrepreneurs à sa lancer en testant leur produit en toute sécurité.



# Lancer son pop-up store ? Suivez le guide

Concrétiser ses rêves, matérialiser ses idées, confronter son concept au marché, tenter l'aventure d'un pop-up store, le projet est séduisant et mérite d'être soigneusement préparé par exemple avec le guide « Pourquoi et comment ouvrir un pop-up store à Bruxelles ? » conçu par hub.brussels à l'intention des aspirants commerçants bruxellois.

Ce guide est disponible sur [http://hub.brussels/publication/pop\\_up.pdf](http://hub.brussels/publication/pop_up.pdf).

Au sommaire, une introduction qui situe utilement le phénomène des pop-up stores dans le paysage commercial actuel et huit chapitres qui fourmillent de précieux conseils et de pistes intéressantes à suivre. Une lecture en tout cas indispensable pour s'immerger dans un concept - surtout populaire auprès du public féminin et des jeunes conquis par cette nouvelle forme de commerce - qui, d'une tendance éphémère, se transforme en modèle pérenne et attire un public de plus en plus large.

## Le b.a.-ba du pop-up

Au fil des chapitres, les conseils plus judicieux les uns que les autres se succèdent pour aider l'aspirant commerçant à réussir son projet :

1. Définir son projet, ses objectifs, son public-cible et son budget ;
2. Choisir soigneusement l'endroit du futur pop-up store, un lieu où l'entrepreneur rencontrera son public-cible, où il y a une nécessité pour son produit, où le loyer est abordable (il pourrait y rester et l'assumer) ;
3. Ne pas oublier les démarches administratives préalables au lancement d'une activité ;
4. Réfléchir à l'aménagement du pop-up, penser durable et réutilisable. Par principe, le pop-up est éphémère, faire des investissements dans du matériel, de la déco réutilisable dans un autre lieu si le test est concluant ;
5. Se définir des indicateurs, les mettre par écrit pour pouvoir après l'expérience comparer ce que l'on espérait et ce qu'on a fait. Essayer de comprendre pourquoi on (ne) les a (pas) atteints et en tirer des informations. Une phase test bien exploitée permet de solidifier et rendre plus concret un business plan et un plan financier. Cette expérience facilite les demandes de subsides ou de prêts ;
6. Communiquer régulièrement et se créer une communauté ;
7. Surtout : observer et conclure. En phase test, il faut observer, essayer, développer, ajuster afin d'arriver au terme du processus avec un projet défini, plus solide et prêt à être pérennisé. Plusieurs phases de test sont parfois nécessaires. Il ne faut pas craindre l'échec, mais apprendre de ses expériences ;
8. Se faire accompagner, échanger avec des experts, une démarche pour laquelle l'aide de hub.brussels peut s'avérer précieuse.

À consommer sans modération avant de se lancer !



### **L'Auberge Espagnole, c'est quoi ?**

L'idée de l'Auberge Espagnole est simple : les candidats-commerçants souhaitant tenter l'aventure entrepreneuriale sont invités à poser leurs valises et leurs produits pour un mois – ou plus si affinités – dans une boutique à l'aménagement modulable, seuls ou en coloc' avec d'autres concepteurs.

Durant leur séjour, les candidats disposent d'un espace de vente de 65m<sup>2</sup> à un loyer mensuel de 350€, ainsi que d'un coaching personnalisé dans les secteurs de leur choix. Le pop-up étant installé dans le quartier européen, la dimension européenne des concepts proposés est l'un des critères observés par le jury lors de la sélection des candidats.

Le jury est composé de l'équipe chargée du projet chez hub.brussels ainsi que de représentants du Guichet d'Economie Locale, de la Commune d'Etterbeek et du 1819.

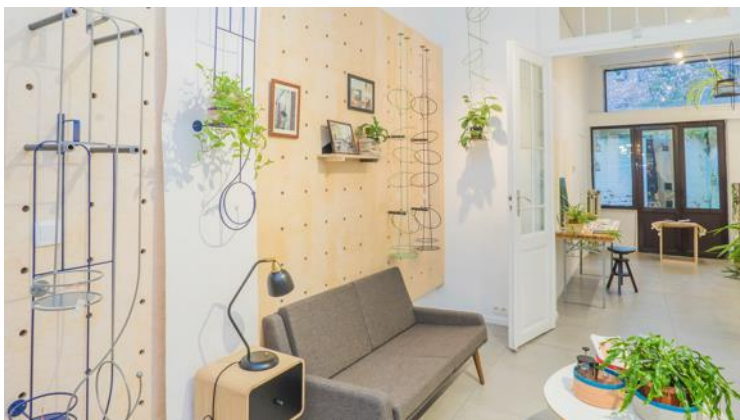
Lancée le 12 mai 2016, dans le cadre du contrat de Quartier Chasse-Gray, l'Auberge Espagne a entamé en janvier dernier sa quatrième saison.

### **L'Auberge Espagnole en chiffres :**

- **30 mois d'ouverture .**
- **13 candidats**
- Une sélection éclectique de produits : des articles d'épicerie fine, des lampes, des cocktails, des vêtements, des terrariums, des produits pour enfants, des accessoires et de la décoration... Tous produit et fabriqué en Europe.
- 70 coachings
- 843 heures d'accompagnement et de coaching
- 37 events
- 30 workshops
- **8 Projets/ouvertures pérennes :**
  - Drink It Fresh : online et B2B
  - Urban Gardener : Ixelles, Trinité
  - Mieu : Schaerbeek, rue du Noyer à Mérode
  - Tatamy : Etterbeek, place Jourdan
  - Ben Artside : Saint-Gilles, Parvis
  - Déjà Vu : pop-up rue des éperonniers
  - Mamzelle Colibri : Watermael Boitsfort
  - Food Korner : kiosque dans le Bois de la Cambre, ouverture prochaine
- Un taux de satisfaction des candidats de 82%



# Les nouveaux pensionnaires de l'Auberge Espagnole



## Botawall

Botawall a investi l'Auberge Espagnole le 4 février dernier et y restera jusqu'au 25 avril.

Botawall met toute sa créativité au service de l'embellissement d'espaces de vie toujours plus verts et plus agréables.

Nasima Amin est la fondatrice de cette société créée en février 2018 et spécialisée dans la décoration d'intérieur. Sa spécificité : la création et la fabrication de structures métalliques destinées à accueillir les plantes d'intérieur et d'extérieur afin de leur permettre de se développer librement. Les créations de Botawall, très stylées, sont évidemment écoresponsables et font entrer la nature chez leur propriétaire. En plus de sa collection principale, Botawall propose un service de création et de fabrication personnalisé.

Parmi les articles proposés dans ce pop-up store sous le signe de la chlorophylle : des croisillons pour plantes d'extérieur, des pots pour plantes d'intérieur, mais aussi des kimonos et des housses de coussins colorés (100% coton) ainsi que des contenants en jute biodégradables.

[www.botawall.com](http://www.botawall.com)

Instagram: [botawall](#), [#popthebota](#)

Facebook: [botawall](#)



## APA-Intemporal

APA-Intemporal intégrera l'Auberge Espagnole en mai, juin et juillet 2019 et y proposera un concept store consacré aux nouvelles technologies et à la mode circulaire 100 % made in Europe, mais surtout le premier pop-up bruxellois doté d'hologrammes en vitrine et de réalité augmentée en boutique.

On pourra y découvrir une gamme de manteaux pour homme « Classic Men », pour femmes « Classic Women », les gammes « Parka Unisex » et « Parka Women » ainsi que des pochettes de voyages confectionnées au départ de chutes de

tissus et restes de production des parkas et issues d'une collaboration entre APA et le studio berlino-coréen Dzaino.





Cette entreprise de prêt-à-porter haut de gamme qui assure aussi le développement et la distribution de produits mêlant luxe et nanotechnologies a créé l'imperméable Nano-waterproof, l'imperméable le plus innovant au monde s'adaptant aux températures, respirant, élégant et 100% fabriqué en Europe.

La startup créée en juillet 2016 est animée par quatre personnes : Léa Stein (fondatrice, styliste mode et gérante de l'entreprise), Eldad Eitan (CFO et chef marketing), Linn Legros (head of brand image) et Tiphaine Le Magoariéc (chef de produits et opérations).

[www.apa-intemporal.com](http://www.apa-intemporal.com)

[info@apa-intemporal.com](mailto:info@apa-intemporal.com)

<https://www.facebook.com/apaintemporal/> (@apaintemporal)

[https://www.instagram.com/apaintemporal\\_official/](https://www.instagram.com/apaintemporal_official/) (@apaintemporal\_official)

#apaintemporal



## La ressource

À l'initiative de cette toute nouvelle droguerie durable, trois passionnés: Alexandre Plaideau, Candice Enderlé et Nastassia Godeaux. Ils accueilleront les visiteurs de l'Auberge Espagnole d'août à octobre prochain pour leur faire partager une expérience déjà appréciable et leur proposer bicarbonate et percarbonate de soude, acide citrique, argile verte, huiles végétales et huiles essentielles, etc, bref tous les ingrédients nécessaires à la fabrication des produits d'entretien et cosmétique, ainsi qu'un bel assortiment de produits finis éthiques et locaux. Un mini-lab permettra à chacun de fabriquer ses propres produits sur place en bénéficiant des conseils de l'équipe.

[www.laressource.be](http://www.laressource.be)

<https://www.facebook.com/laressource.be/>



## Atelier Peau

En fin d'année, place à l'Atelier Peau de Basile Boon qui investira l'Auberge Espagnole en novembre et décembre 2019.

Atelier Peau est un studio de création qui s'inscrit dans la mouvance du slow fashion en proposant des objets contemporains, durables et de fabrication artisanale. Les objets réalisés à l'atelier sont faits pour durer des années. Pour sa gamme « artisanal standard », le créateur a choisi un cuir ayant subi un tannage végétal réalisé artisanalement en Belgique.



Certaines collaborations sont aussi mises en place pour l'utilisation de matières premières up-cyclées, et d'autres avec des entreprises de travail adapté.

Le pop-up store d'Atelier Peau proposera des accessoires, sacs, ceintures, pochettes... mais il ne s'agit là que d'une des facettes de ses activités qui s'étendent aussi à des collaborations avec des entreprises à finalités sociales, des collaborations avec d'autres designers pour le prototypage d'accessoires et de mobilier, à la réalisation d'accessoires pour l'horeca et les boutiques, et, en projet, un atelier d'initiation à la maroquinerie.

*Facebook : Atelier Peau*

*Instagram : Atelier Peau*

*[www.atelierpeau.be](http://www.atelierpeau.be)*

