

# Fiche de synthèse d'activité

## **Location de salles**

### **L'Activité :**

#### **Descriptif, objectifs**

Nous parlons ici de la location des salles d'animation, à savoir :

- un salle « petite » de 30m<sup>2</sup>
- une salle « moyenne » de 60m<sup>2</sup>
- un grande salle de 150m<sup>2</sup>

#### **Public(s) cible(s)**

Les publics-cibles sont :

- les particuliers pour des fêtes et réunions familiales
- les associations proposant des animations payantes ou prises en charge
- des habitants ou groupes d'habitant souhaitant proposer des animations ouvertes au public ou souhaitant une salle de réunion
- des entreprises souhaitant organiser une réunion interne : séminaire, petite ou grande réunion, Assemblée Générale...

#### **Environnement (au sens de l'existant)**

Existe-t-il un « marché » ? en France ? À Lille ?

Aujourd'hui, il existe différentes offres :

- une offre municipale avec des tarifs attractifs mais qui rencontre plusieurs problèmes : les locaux sont peu accessibles (obligation de réserver longtemps à l'avance, qu'un agent de la mairie soit là), limitation dans la durée, coût bas mais non accessible pour des associations ou groupes de personne en émergence/structuration.
- une offre commerciale spécialisée dans la location de salles. Cette offre est inaccessible aux associations et habitants pour des raisons de coûts élevés. Certains comme Baraka propose des tarifs différenciés mais on reste sur une clientèle qui a les moyens de se payer cette offre.
- une offre « bistro » avec l'exemple du Café Citoyen : les personnes ou structures peuvent occuper une salle contre consommations. Cette offre a l'avantage d'être accessible financièrement/administrativement (pas besoin de remplir plusieurs formulaires) et accessible géographiquement (proche des zones de chalandise/centre ville/transport en commun). Par contre, elle est limitée par la taille des cafés qui reçoivent ces réunions et par la qualité sonore de l'accueil.

#### **Fournisseurs, Prescripteurs**

Les prescripteurs dans notre cas, sont :

- les réseaux de l'ESS

- le bouche à oreilles.

## **Concurrence ? Possibilité de synergie/coopération ?**

Partenaires possibles ?

Partenaires recherchés ?

Le but de l'activité n'est pas de concurrencer les salles associatives (MRES, Maison des Associations) mais :

- d'avoir une offre de location de salles sur Fives, Hellemmes qui est un secteur pauvre en offre
- de proposer de « grandes » salles, type de produits particulièrement absent sur le secteur de Lille.

Une synergie peut être recherchée avec les structures proposant des salles dans une logique de complémentarité.

## **Les stratégies**

### **Produits**

En quoi le « produit » est différent ? Quelles plus values (y compris sociales et environnementales)

Au delà de la location de la salle, 2 aspects peuvent être mis en avant sur la singularité du produit :

- le fait que le prix s'adapte au budget du client/usager
- la qualité de l'accueil notamment sur le champs des possibles des propositions accueillies. La spécificité identitaire du Tiers-lieu jouera également dans l'intérêt des personnes/structures. Enfin, la localisation dans un site d'exception jouera également.

### **Prix/accessibilité**

Cf feuille de calcul des CA

### **Distribution/Nombre d'animations prévues/an**

Cf feuille de calcul des CA.

Il a été prévu une occupation à 30 % des horaires d'ouverture.

### **La gestion écologique**

Cf spécificité du Tiers Lieu

C'est également un aspect qui va attirer le client.

### **Emplacement**

En quoi l'emplacement a une importance ? Quelle type d'emplacement ?

Le site des halles de Fives Cail est un site exceptionnel et patrimonial qui donnera une touche.

La convivialité créée par l'environnement en « espaces de rencontres », sans voiture et essentiellement en voie piétonne est également un atout. L'accessibilité du lieu est garantie par les transports en commun et, le cas échéant, l'accès routier,.

## **Animation du lieu**

Il est proposé que ce soit le personnel du café qui gère ces espaces de location de salles

## **Communication**

La communication sera intégrée dans la communication globale du tiers-lieu pour valoriser l'offre globale.

## **Mise en réseau**

Les réseaux associatifs et ESS pourront promouvoir ce lieu car il représente une possibilité de salle à coût maîtrisé, en proximité du centre ville de Lille, accessible par le métro, dans un taille intéressante (+ de 100 personnes pour la plus grande salle)

## **Ressources**

### **Chiffre d'affaire attendu/budget prévisionnel :**

Prestations/ventes : locations directes des espaces (cf doc CA prévisionnels)

subventions : pas de subventions prévues

Temps (bénévole/réciprocité) : des prêts de salles pourraient être envisagés sous réserve de consommations de boissons ou sans cette réserve lorsqu'il s'agit d'une initiative portée par des jeunes désargentés par exemple. L'appréciation de la réciprocité sera laissé à l'équipe du café selon le projet, son utilité sociétale.

On peut aussi imaginer une intégration dans le système des SELs et dans la future monnaie locale de la MEL pour valoriser des échanges de services sans argent.

## **Besoins en locaux**

### **Locaux**

Cf ci dessus pour les dimensions

### **Occupation temporaire ? Permanente ?**

Temporaire sur la base d'un planning géré par le café.

A noter que des structures (notamment celles qui ont un local d'activité dans le Tiers-lieu) pourraient réserver, à l'année, des salles pour des animations, des séquences d'activités (ex : le resto tous les midi)

### **Spécificités ? (ex : meubles petits enfants etc.)**

Les salles devront restées polyvalentes dans leur aménagement et modulables : on doit pouvoir les ouvrir, les refermer selon les besoins.

## Matériels ?

Outre un matériel de vidéoprojection et de sonorisation (à mutualiser avec la salle de projection de l'Hybride ?), le matériel (tables, chaises) devra être modulable/pliable également pour permettre une utilisation des salles optimale dans tous les cas de figures.

L'accueil de concert et de spectacles devra être envisagé sur des praticables amovibles.

## Contraintes juridiques/réglementaires ?

La location de salles est une activité commerciale encadrée qui ne suppose pas de contraintes juridiques et réglementaires particulières.

Sur l' « enveloppe » qui accueille cette activité, celle-ci se fera, bien entendu, dans le respect des normes ERP (Etablissement Recevant du Public).

## Besoins humains et financiers

### Humains

Le planning des réservations, accueil-réception des locataires occasionnels sera géré par le café pour plus de simplicité, d'efficacité et mutualisation d'emplois.

### Emplois créés

Pas d'emploi créé sur cette activité mais indirectement, des emplois maintenus, voire créés dans les structures qui utiliseront ces salles.

### Matériels

Matériel vidéo/sono

tables/chaises

praticables scènes (à louer ou emprunter auprès des structures culturelles du Tiers-lieu)

### Fonds de roulement

Correspond au loyer des 3 salles pendant 3 mois (en cours de calcul)

### Apports

Pas d'apport spécifique, à voir dans le modèle économique du Café-resto/structure d'animation

### Emprunts

idem

### Subventions de démarrage

Idem

Il s'agit d'une activité commerciale simple qui n'ouvre pas droit à une subvention spécifique.