L'entreprise face aux années 80 : la stratégie franchise

Le premier Colloque National de la Petite et Nouvelle Entreprise s'est tenu à Paris, au Montparnasse Park hôtel, les 14 et 15 février, à l'initiative du Cndje (Conseil national des jeunes entrepreneurs). ''La micro-entreprise face aux années 80'', tel était le thème proposé aux réflexions des nombreux intervenants et participants à ce colloque.

Si la première journée du colloque s'est intéressée essentiellement aux problèmes de la création d'entreprise, il a également été beaucoup question du franchising lors des débats de la deuxième journée. L'exemple américain y fut alors largement présenté et commenté. Me Olivier Gast témoigna de l'efficacité de l'approche entrepreneuriale américaine : «Ce qui est essentiel aujourd'hui pour conquérir un marché, c'est l'enseigne de l'entreprise, la marque, le nom du produit. Les américains ont compris que la franchise, qui est essentiellement le marketing d'une image de marque, est le meilleur moyen d'atteindre ce but». Lorsque l'on parle de franchise en France, il s'agit, le plus souvent, de la franchise de distribution qui ressemble d'ailleurs davantage à de la simple concession. Par contre, aux Etats-Unis, la franchise de service est fortement développée et se caractérise toujours par un véritable transfert de savoir-faire.

«Franchiser, c'est avant tout transférer un savoir-faire pour donner aux partenaires franchisés les moyens de multiplier une réussite et créer une synergie du succès», devait insister Gilles Macherey.

Le P-dg de Copy 2000 apporta le témoignage de la réussite de sa

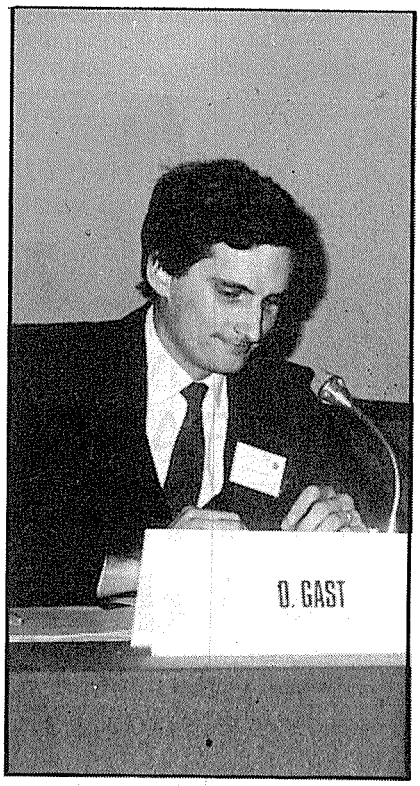
propre entreprise qui a choisi la franchise comme stratégie de développement. Pour l'ensemble des intervenants du colloque, la franchise est effectivement apparue comme l'un des modèles possibles de croissance pour les entreprises de demain. Toutes les analyses, qu'elles soient celles de représentants des ministères de l'Emploi et de l'Industrie, d'organismes financiers ou qu'elles émanent d'universitaires ou de dirigeants d'entreprises ont convergé vers un point essentiel : l'avenir verra «la fin des dinausaures», c'est à dire des grosses entreprises aux lourdes structures traditionnelles, au profit des petites et nouvelles entreprises, structurées en petites unités, souples et autonomes, et animées par des équipes de managers.

«La croissance ne s'acquiert plus par la concentration des grandes entreprises. Les Pne innovatrices et performantes seront les nouvelles locomotives de l'économie. De la même façon, il n'y aura plus de place pour les patrons de droit divin. Seuls pourront s'imposer les vrais managers, reconnus pour leurs compétences et leur faculté à animer un groupe de dirigeants et un réseau de petites sociétés», prophétise Michel Casas, P-dg de Acte S.A.

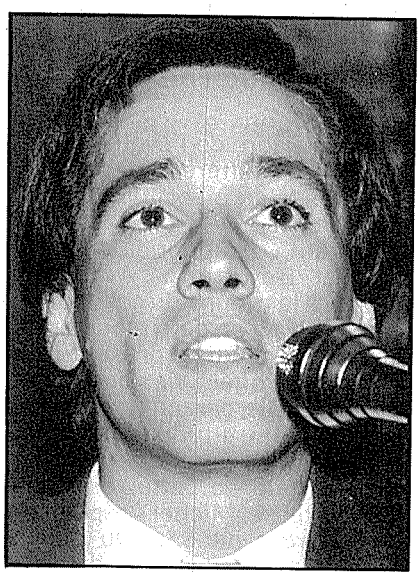
Image de marque, savoir-faire, synergie, nouvelles structures, autant d'éléments qui désignent le franchising comme une formule d'avenir. L'information et la com-

Michel Casas : P-dg Acte SA

Pour l'ensemble des intervenants du Colloque, la franchise est apparue comme l'un des modèles possibles de croissance pour les entreprises de demain..



Olivier Gast : avocat et président de l'Uef



Gilles Macherey : P-dg Copy 2000

munication entre franchiseurs et franchisés, c'est encore un point qui a été soulevé et souligné par M. Benjamin Amstutz-Mahler, président de la Fff. Venu également annoncer le contenu du rapport de la Commission Olivier sur la franchise, M. Amstutz-Mahler en signifia l'intérêt : le rapport insiste sur la nécessité d'une transparence de l'information entre les partenaires d'un contrat de franchise, et apporte une contribution notable en ce qui concerne la moralisation du franchisage (voir article page 28).

L'ensemble de ces différents aspects de la franchise a soulevé l'intérêt du public venu assister au colloque et a suscité de nombreuses questions et rencontres entre chefs d'entreprises et professionnels de la franchise. Ce Colloque de la Petite et Nouvelle Entreprise aura donc été une bonne initiative du Conseil national des jeunes entrepreneurs et une bonne occasion, pour la franchise, d'apparaître comme un élément déterminant de la stratégie des entreprises de demain.

Daniella TAIEB ●

CREATION D'ENTREPRISE

● *Georges Chavannes, P-dg de Leroy-Somer, vient de constituer le "rassemblement national des créateurs d'entreprises "afin de fournir des formations plus adaptées aux futurs créateurs.*

● *L'Association nationale pour la création d'entreprise (Ance) apportera son soutien aux Juniors-Entreprises qui lancent cette année une opération intitulée "aujourd'hui étudiants, demains chefs d'entreprises". Par ailleurs, elle réalisera une opération de sensibilisation des élèves des IUT pour le compte du Ministère du Commerce et de l'Artisanat.*

● *Le "Carrefour national du Partenariat et de la Reprise d'entreprises" se tiendra le 22 mars 1984 au Plm St-Jacques à Paris. Ce carrefour concerne ceux qui sont à la recherche d'opportunités techniques, commerciales et financières, ainsi que ceux qui sont soucieux du développement et de la pérennité de la société qu'ils ont créée. Mettre en présence les uns et les autres ; donner des conseils et des informations concrètes ; étudier des solutions nouvelles permettant de meilleures transactions ; tels sont les objectifs que s'est fixé l'Association pour la promotion des rapprochements d'entreprises, organisatrice du carrefour.*