

# Franchise et commerce associé

## Deux salons...une manifestation

*"Les journées du commerce" qui auront lieu du 23 au 26 mars 1984, Porte de Versailles réuniront deux salons : le 3<sup>ème</sup> Salon international de la franchise et le 1<sup>er</sup> Salon du commerce associé. Bien que le franchisage soit un mode de commerce il est apparu indispensable aux responsables de la FFF, pour respecter les spécificités du mouvement franchise, d'organiser deux salons distincts rassemblés toutefois sous la même bannière : "les journées du commerce". C'est du moins ce qui ressort d'une conférence de presse qui a réuni le 13 juin Benjamin Amstutz-Mahler, président de la FFF, Patrick Lecêtre, organisateur du Salon de la franchise et Jacques Dermagne, président du Conseil national du commerce. A cette occasion le président Dermagne a accepté de parrainer le 1<sup>er</sup> Salon du commerce associé.*

**L'événement**

**L**e 1<sup>er</sup> Salon du commerce associé regroupera, selon les informations que nous a transmis la société Padco, les coopératives, les chaînes volontaires, les concessionnaires, les centrales d'achats et les groupements d'achats.

Il devrait accueillir de 150 à 200 exposants appartenant à tous les secteurs concernés, les prestataires de service (banques, conseils, sociétés et promotion commerciale, architectes-décorateurs, agences de publicité...) y seront également présents. Pour atteindre leur plein effet "les journées du commerce" feront l'objet d'une campagne de publicité intensive pendant huit mois. Un budget promotionnel de 4.000.000 francs est engagé. Tou-



Parfois l'information utilisera aussi d'autres canaux que ceux des médias de grande audience ; une ample campagne de relations publiques a en effet commencé dès le 1<sup>er</sup> juin. Le Salon du commerce associé sera animé par des conférences et des débats, avec la participation de tous les spécialistes qui voudront intervenir sur la situation et l'avenir du commerce associé en France et à l'étranger. Patrick Lecêtre, commissaire général de ce salon, a prévu des points d'information spécialisée pour répondre à toutes les questions des visiteurs. Padco et Espace aménagement ont dorénavant déjà lancé la commercialisation de ce salon.

### Une vitrine pour le commerce associé

Le 1<sup>er</sup> Salon du commerce associé devrait permettre une mise en valeur des structures du commerce de détail et une approche des possibilités offertes à tous les commerçants d'être indépendants en bénéficiant des possibilités qu'offre le regroupement. Le commerce associé désigne en effet les entreprises qui, tout en conservant leur indépendance juridique et la maîtrise de leur gestion, ont accepté de se regrouper pour organiser en commun les services leur permettant d'être à un niveau de conditions d'achat, de puissance et de promotion de ventes

comparable à celui des grandes entreprises. Il ne s'agit pas pour un commerçant de perdre son indépendance ; le regroupement repose simplement sur un principe de solidarité devant être accepté par tout candidat, suivant la formule d'association choisie. Ces associations sont une réaction à la modification des conditions de concurrence. Elles ont pris naissance lors de l'apparition des grands magasins au XIX<sup>e</sup> siècle, pour défendre l'intérêt de leurs membres et l'activité du petit commerce spécialisé. Il est apparu nécessaire aux créateurs du Salon du commerce associé, tant pour les commerçants que pour les consommateurs, de mettre en avant les différentes formes d'association afin de favoriser l'essor de petites surfaces modernes, capables de s'adapter à la conjoncture des années 80.

### Salon de la franchise : vocation exportatrice

«Le prochain Salon connaîtra sa véritable vocation exportatrice l'an prochain car notre fédération ainsi que toutes les fédérations internationales de la franchise y travaillent activement. Nous avons donc dans ce domaine encore la chance d'être entendus par le nouveau ministre du Commerce extérieur qui nous a déjà prouvé tout l'intérêt qu'elle portait à la formule en venant inaugurer le 2<sup>ème</sup> Salon international de la franchise (...), devait déclarer le président Mahler lors de la conférence de presse du 13 juin. Le troisième Salon international de la franchise se tiendra donc comme l'année précédente sous le signe de l'exportation, mais avec cette fois-ci une ambition très prononcée. C'est dans le sens de cette ambition que la FFF participe aux journées "initiatives 83" organisées par le ministère du Commerce extérieur pour stimuler et organiser l'exportation de nos produits, de nos techniques et de notre savoir-faire : «En parfaite harmonie également avec ces "initiatives 83", la FFF a l'intention de développer la franchise industrielle afin de parfaire les bons résultats à l'exportation qui sont à mettre à l'actif des autres familles de la franchise», a précisé Benjamin Amstutz-Mahler. Exportation, franchise industrielle... Voilà à la fois définis les grands thèmes et les priorités du 3<sup>ème</sup> Salon international de la franchise.

Frédéric PONS ●



MM. Amstutz-Mahler et Jolly respectivement président et vice-président de la FFF accueillent Edith Cresson au deuxième Salon international de la franchise on reconnaît à la droite de M. Jolly, M. Patrick Lecêtre.

## ► "Les journées du commerce" : un concept évolutif encore mal défini

L'initiative de la création d'un Salon du commerce associé vient de Patrick Lecêtre (société Padco), organisateur du Salon international de la franchise et, de Benjamin Amstutz-Mahler, président de la FFF. C'est dire qu'à l'origine, il semblerait qu'aucune organisation socio-professionnelle appartenant à la famille du commerce associé n'ait revendiqué la tenue d'un tel salon. Rien de bien surprenant en vérité ; les porteurs de projet ambitieux sont souvent des précurseurs qui lancent une idée puis s'enquière de rallier au concept les partenaires qu'il concerne au plus haut chef. Une chose est sûre : si la société Padco et Espace aménagement prennent le risque d'organiser et de commercialiser le 1<sup>er</sup> Salon du commerce associé c'est que manifestement il correspond à une attente des professionnels.

La mise en place d'un tel salon est une œuvre de longue haleine, une laborieuse construction. En ce sens, le concept de cette manifestation est essentiellement évolutif. Aussi n'est-il pas surprenant que des divergences d'appréciation se fassent jour, entre les différentes composantes concernées, quant au bien-fondé de la tenue du 1<sup>er</sup> Salon du commerce associé. De même, l'appellation générique "journées du commerce" n'a pas la même acception selon les responsables que l'on interroge. Franchise Magazine a recueilli à chaud les impressions de ces responsables.

### Patrick Lecêtre, société Padco, organisateur des deux salons

«Les deux salons sont deux choses très différentes regroupés sous un titre générique : "les journées du commerce". Le Salon du commerce associé sera doté d'un comité d'organisation qui mettra en place des conférences, des débats sur le commerce associé. C'est l'ensemble du groupe professionnel qui constituera ce comité d'organisation».



Benjamin Amstutz-Mahler

### Paul Dompnier, délégué général de la FFF

«Nous organisons le Salon international de la franchise, Jacques Dermagne, le Salon du commerce associé. Ce sont deux choses bien distinctes. Si le Conseil national du commerce souhaite organiser "des journées du commerce" il a les moyens de le faire. De son côté la FFF animera le Salon international de la franchise (conférences, débats).



Patrick Lecêtre

### Benjamin Amstutz-Mahler, président de la FFF

Outre le fait que le président Mahler est le "principal artisan de la création du Salon du commerce associé", il n'a rien voulu déclarer.

### Jacques Dermagne, président du Conseil national du commerce

Pour le président Dermagne "les journées du commerce" n'est pas le terme générique sous lequel se tiendront les deux salons. Il s'agit d'une troisième manifestation à part entière. C'est ce qu'il a déclaré lors de la conférence de presse : «Monsieur Lecêtre envisage de faire tenir simultanément au Salon de la franchise et au Salon du commerce associé (...) des journées du commerce». Dans son esprit l'acceptation du parrainage du Salon du commerce associé était conditionnée à l'organisation par ses solliciteurs, Patrick Lecêtre et Benjamin Amstutz-Mahler, "des journées du commerce". Jacques Dermagne se faisait une toute autre idée de ce qui apparemment et pour l'instant ne s'avère être dans l'esprit de ces géniteurs qu'une appellation générique. Il m'apparait en effet heureux de profiter de ce déplacement d'un public intéressé pour organiser des journées de travail, des rencontres et des séminaires comme on en trouve, dans un autre domaine, lors du Sicob. Le Salon de la franchise, le Salon du commerce associé et les journées du commerce auront certainement comme conséquence d'amener d'autres grandes manifestations à se rapprocher par instinct d'efficacité. Je ferai tout pour qu'il en soit ainsi car plus la manifestation est importante, plus elle est réussie et intéressante», une très haute idée en vérité «en tout cas, je vois mal comment nos Assises nationales du commerce qui se tiennent tous

Les trois ans ne seront pas amoncelés, au moins dès la première manifestation qui se présentera, à préférer la date de ces deux salons à une autre et à choisir Paris plutôt qu'une autre ville. C'était d'ailleurs déjà plus ou moins programmé : disons que cette initiative cristallise un peu nos intentions». C'est dans l'esprit écuménique du CNC que Jacques Dermagne a précisé : «nous avons une deuxième raison de trouver cette initiative importante, c'est effectivement celle de l'aide que ces manifestations peuvent apporter aux petites structures du commerce (...).»

Jacques Dermagne

«(...) il faut leur apporter sous une forme ou sous une autre l'aide, l'assistance, l'accompagnement permanent pour leur permettre de bénéficier de l'évolution et de s'adapter à la modernisation du commerce dans notre pays». «C'est au titre de commerçants indépendants que nous approuvons ce prochain salon». Le président Dermagne a confirmé sa position à Franchise Magazine : «Nous voulons des "journées d'étude sur le commerce", des conférences, des débats, des séminaires, une sorte de Sicob du commerce». Jacques Dermagne se prononce, dans la ligne fédéra-

trice du CNC, pour un grand rassemblement de toutes les formes de commerce : «Nous faisons tous le même métier, toutes les formes de commerce se rejoignent».

## **Marc Goguet,** Président du Centre du commerce associé, président de la Fédération des chaînes volontaires

«A notre avis le regroupement sous une étiquette unique par la Société Padco chargée de l'organisation matérielle du Salon de la franchise, des diverses formes de commerces, est une erreur. Erreur pour la franchise elle-même car le mélange, comme annoncé par la publicité de ces Salons du commerce associé, des concessionnaires, centrales d'achats et tous regroupements de commerçants, est incompatible avec l'image même du Commerce associé composé de trois philosophies qui correspondent à trois familles nettement caractérisées : le mouvement coopératif, le mouvement chaîne volontaire, le mouvement franchise.

C'est l'ordre chronologique d'apparition des trois familles de la distribution dans le secteur du Commerce associé. Ce que ces trois mouvements ont en commun c'est le partenariat entre franchiseurs et franchisés, entre grossistes et détaillants et entre coopérateurs eux-mêmes. La différence avec la concession : je répondrai par une question : pensez-vous que le concessionnaire automobile ou d'une station-service de grande marque soit un partenaire placé sur un pied d'égalité avec le constructeur automobile ou le pétrolier ? La franchise, la Chaîne volontaire, ou le Coopérateur, suppose un dialogue permanent entre tous les partenaires. C'est la raison pour laquelle a été constitué voici quelques années le Centre national du commerce associé qui s'est manifesté chaque fois qu'il a été nécessaire. En ma qualité de président du CNCA j'ai toujours laissé l'initiative aux composantes de notre mouvement, mais aujourd'hui je me dois de mettre en garde quiconque, même de bonne foi, risquerait de créer la confusion».

**Propos recueillis par  
Patrick FAURE ●**

