

ÉDITORIAL

Un nouveau magazine est né

Le CEDRE, depuis dix ans, se bat pour faire reconnaître le métier de directeur de réseau. Au travers de «Franchise Manager», je souhaite faire des directeurs de réseau et du développement, des stars du monde de la franchise et du commerce moderne. Le directeur de réseau mérite d'être reconnu, et connu parce qu'il le «vaut bien». Aujourd'hui, c'est chose faite. Il faut à présent passer à l'étape suivante : valoriser le directeur de réseau qui est la cheville ouvrière de la réussite du développement. Il manquait au CEDRE son magazine officiel, c'est chose faite, «Franchise Manager» occupe enfin ce territoire. Un peu «people», chaque numéro présentera le portrait d'un développeur décrit dans son quotidien, y compris ses moments de loisirs. Il pourra s'exprimer, les sujets ne manquent pas. L'euro va créer un formidable «booster» pour le développement d'une chaîne. Et oui, il faut à présent satisfaire plus de 300 millions de consommateurs. «Franchise Manager» portera ses efforts sur le contenu bien sûr, mais aussi sur la qualité de ses photos et de ses reportages. Les activités du CEDRE seront mises en valeur, l'information (sans complaisance) circulera. «Franchise Manager» est un magazine libre échappant à la servilité publicitaire, qui apportera un souffle de fraîcheur dans ce secteur qui a le vent en poupe. Distribué dans les principaux kiosques et à l'ensemble de la profession, ce magazine exigeant, tout comme l'est le métier de directeur de réseau, va représenter une nouvelle force avec laquelle il faudra compter. Un peu satirique, souvent critique, il sera un observatoire pointilleux de l'éthique professionnelle et du respect du code de la déontologie. J'ai fait appel pour cette mission à l'un des journalistes les plus expérimentés de cette profession, praticien depuis vingt ans, écrivain, Gérard Deltell. Il est le tout nouveau rédacteur en chef de «Franchise Manager», qu'il en soit remercié.

Olivier Gast, président du CEDRE

Le club des 100 en 3

Un club dans le club ! Le club des 100 franchises en 3 ans dans le club des Directeurs de Réseau. LE CEDRE.

Mieux que les discours pontifiants, léthigants, les auto proclamations, et les illusions d'éthiques, la Franchise ne fait rêver que par les très grandes réussites.

Tout le monde connaît les Alain Afflelou, Yves Rocher, etc...

100 franchises en 3 ans est la vitesse déterminante pour exister nationalement sur un marché. Il faut 100 franchises en 3 ans pour qu'il y ait effet réseau.

Quelle bonne surprise de découvrir qu'il y a beaucoup de développeurs-Franchiseurs qui ont vécu ce rythme. Cette cadence impose mécaniquement une vraie morale et un vrai respect des franchisés.

Ils donnent l'exemple, suivez leurs conseils.

Franchise Manager va leur donner la parole.

