

## Marketing

# CEDRE INVENTE LA FRANCHISE DES FRANCHISES

Faute d'un marché suffisant, rares sont les grands noms de la franchise ou de la distribution intégrée qui décident d'ouvrir des magasins dans les petites villes de province. D'où l'idée, émise par le Club européen des directeurs de réseaux (Cedre), où l'on retrouve des enseignes comme Jean-Louis David, Bata ou Visual, d'un nouveau concept de commerce de proximité : le Square de l'enseigne. Taillé sur mesure pour les villes de 15 000 à 50 000 habitants, il permettrait aux grands réseaux de partager les coûts. "Son principe consiste à regrouper cinq ou six grandes marques sur un espace de 300 m<sup>2</sup> situé en centre-ville", explique Oliver Gast. Principal animateur de Cedre, il imagine le concept comme une franchise de franchise, capable de négocier directement avec les grandes enseignes nationales. Propriétaire de l'idée, Cedre envisage de concéder des licences ou des sous-licences à des investisseurs. "Rien n'empêche de décliner nos Squares de l'enseigne par spécialité, comme le textile, l'équipement de la maison, ou la restauration", ajoute-t-on à l'association, qui espère tester son concept dans deux ou trois petites villes pilotes.

F.K.

Contact : Cedre (47 27 45 88).

