



FRANCHISE

- 73599 - ANNUAIRE DE LA FRANCHISE EN FRANCE (1987, 271 pages) 219
- 74002 - GUIDE DE LA FRANCHISE INTERNATIONALE, par O. Gast et H. Douet (1985, 88 pages) 559
- 74436 - LE CONTRAT DE FRANCHISAGE, par P. Bessis (1986, 121 pages) 134
- 74162 - FRANCHISE, EXPORT, METHODE, par R.E. Muth (1986, 257 pages) 204
- 74270 - FRANCHISE EXPORT, SUCCES, par R.E. Muth (1986, 348 pages) 260
- 74271 - FRANCHISE EXPORT, FAITS ET EXPERIENCES - Dossiers descriptifs de 18 pays, par R.E. Muth (1986, 287 pages) 240
- 47838 - LA FRANCHISE A L'EXPORTATION - Secteur habillement (CFCE) (1987, 51 pages) 420
- 74015 - COMMENT ACHETER UNE FRANCHISE, par J.-H. Gagnon (1984, 152 pages) 164
- 73254 - LA FRANCHISE COMMERCIALE ET INDUSTRIELLE, par J.-P. Clément (1983, 167 pages) 95
- 73113 - LA FRANCHISE - Coll. « Ce qu'il vous faut savoir », par J.-M. Leloup (1984, 300 pages) 340

NOM _____

ADRESSE _____

DESIRE RECEVOIR LES OUVRAGES COCHES CI-DESSUS
REGLEMENT : CHEQUE JOINT A L'ORDRE DE LA SEDEC

A RETOURNER A

LIBRAIRIE DU COMMERCE INTERNATIONAL
BP 438, 75233 Paris Cedex 05 - Télax 206 811 F

— Les « décalés » repré-
20 % de la population. Mais
sont des jeunes de 16-25 ans.
d'entre eux habitent les grandes
Ils sont diplômés, avides de no-
tés, dépensiers, soucieux de paraî-
high tech, les loisirs, les disq-
cinéma, les livres, les vacance
objets griffés, le design les inté-
vivement.

Dans un magasin, ils recher-
vendeur « branché » qui sait ne
importuner, mais leur proposer
ries spéciales ou tirages limités
ils se prévaudront auprès de
camarades. Leur souci : co-
s'identifier à un modèle non
miste sans risque de tomber d-
conformisme... de l'anti-conform

— Les « rigoristes », qui repré-
6 à 7 % des jeunes de 15 à 3
Partisans d'un retour à la disc-
au mariage, ils recherchent aupr-
commerçants conseils et contac-
sonnalisés. Leurs principaux
d'intérêt : les placements, l'électr-
haut de gamme, l'investissement
la maison, la mode chère.

Pour M. Bernard Cathelat, il
bien qu'à moyen terme un c-
conservateur doive l'emporter sui-
cherche de la satisfaction imméd-
du futile, chez les consommateurs
tous âges.

UN OBJECTIF INTERESSANT : LE MARCHÉ NORVEG

L'Europe de la franchise, c'es-
le courant des franchises des p-
la CEE qui s'implantent en Fran-
cherchent à y développer leur a-

Tel est le cas du chocolatier
Godiva. On peut citer également
lonté de Christiansen (jouets) de
chir le Quiévrain et de s'installe
le Nord de la France, là où le
les mentalités sont proches.

Christiansen, en Belgique,
16,8 % du marché local. La soci-
partie du groupe GB-Inno-B-
sens contraire, les Norvégiens
proposent aux franchiseurs fran-
venir ouvrir des magasins dan-
galerie commerciale à Oslo. Av-
pour les Français : les Norvégi-
très familiarisés avec la franch-
la capitale norvégienne compte
lion d'habitants à fort pouvoir d-
En Europe, leur niveau de vie
deuxième, après celui des Suisse

325.