

La Correspondance des LECTEURS

FRANCHISES - SUCCURSALES - GROUPEMENTS - COOPÉRATIVES - CHAINES VOLONTAIRES

E D I T O R I A L

L'ENSEIGNE : 100 AUCUN DOUTE

□ A courir après les enseignes, on n'a pas vu le temps passer. Voilà déjà le N° 100. Deux ans de conviction, d'investigation, de recherche de la vérité avec tous les risques de plaire ou de déplaire que cela comporte.

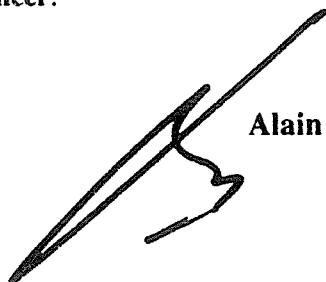
Le journalisme n'est rien de plus que de bien regarder pour les autres le monde qui nous entoure. Le nôtre est celui d'un commerce en pleine turbulence et singulièrement celui du commerce spécialisé organisé, contrepoids spontané aux grandes surfaces qui, plutôt que d'engager une lutte fratricide s'en sont fait un allié objectif dans les galeries marchandes.

A ce privilège du troisième œil s'attache un devoir : celui de n'appartenir à aucune chapelle, qu'elle soit politique, morale ou simplement professionnelle. Ce positionnement nous a peut-être permis de mieux saisir un phénomène vieux comme le monde mais qui se cristallisait sous nos yeux : celui de l'enseigne émergeant de tous les secteurs professionnels à la fois, de la bijouterie au fast-food en passant par la coiffure, les fleurs, le jardin, l'imprimerie rapide, l'hôtellerie (notamment bon marché), l'assurance, le voyage, l'alimentation, la beauté ; sans omettre l'équipement de la personne et de la maison, précurseurs en ce domaine où ils demeurent toujours actifs.

A deux pas du XXI^e siècle, le monde tourne plus vite. L'enseigne démode l'enseigne par un irrésistible besoin de renouvellement en centre-ville ou en périphérie, en succursale autant qu'en franchise, en coopérative ou en chaîne volontaire.

Ce N° 100, nous avons voulu, avec Corinne Gonthier, qu'il soit le reflet de nos contacts quotidiens. Ce «Livre d'Or» signé par quatre-vingt lecteurs fidèles, représentatifs et parfois amis de «La Correspondance de L'Enseigne» est une façon de célébrer l'événement en famille, détaillants, promoteurs, banquiers, architectes, institutionnels et hommes politiques réunis. Ça n'est pas un hit-parade. C'est, cette fois, «La Correspondance des Lecteurs». Chacun se retrouvera dans une signature ou une autre.

Désormais «centenaire», «La Correspondance de L'Enseigne» va devoir apprendre à rester svelte, tenace, créative. Ça sera facile, parce que l'ère des enseignes ne fait que commencer.



Alain Boutigny

Il faut Boutique est le "passage"
obligé entre le monde du Commerce
Associé et celui de la Franchise.

Bravo pour cette correspondance qui
nous renseigne!

M^e Olivier Gast, avocat à la cour

LIVRE D'OR N° 1001

BRAVO pour
le 100!



Pierre Vadé, directeur d'Arbell

Urbanisme et Commerce grâce
à son savoir aux succès des distributeurs
de la distribution et de l'enrichissement
de sa propre expérience -
la correspondance de l'Enseigne
est le meilleur moyen de le faire savoir
aux professionnels!

Norbert Petit, président d'Urbanisme et Commerce

Olivier Gast

Bravo pour la 100^{ème} correspondance
qui nous aide à plus de réflexion, et donc
à plus de performance.

Bon vent à Taus et Merci.

Denis Mevel,
président de
Plus International



Une seule information vous manque de ...

Merci Monsieur Boutigny, rien ne vous échappe

R de Prévoisin

Régis de Prévoisin, Cepme, membre du directoire de Franchise Expansion

Que vive l'enseigne,
expression de votre actif n°1,
votre marque,
et que vive la correspondance.

Amicablement
Michel Micmacher

Michel Micmacher, vice-président de Pronuptia, vice-président de la Fff

Bravo pour l'Info
Félicitations pour la Rédaction

Gilles Moulet, directeur général de Smeci

Nous souhaitons que soit longue la
route que nous suivons ensemble, parallèle
à celle de la franchise et de la distribution.
Très amicalement

100 semaines, déjà, que la lettre
de l'Enseigne nous retrace, dans
un style vif et incisif une vision
synthétique de l'évolution de la
distribution.

Tous nos vœux vous accompagnent
pour la poursuite de cette tâche
importante et particulièrement utile
pour tous les professionnels concernés par
le commerce.

Jean-Claude Lacombe, président d'Urbi & Orbi

Jean-Jacques Schmolli, directeur général de Georges Rech

Efficace, rapide, précise, vivante dans
son contenu rédactionnel

Merci à la Correspondance de l'enseigne

Jean-Claude Cassagne,
directeur marketing de Nixdorf

J.C. Cassagne

172