

Présentation du G.E.I.A.

Le G.E.I.A est né de la rencontre de plusieurs spécialistes hautement qualifiés autour d'un axe commun : la Franchise, afin de répondre aux exigences de la profession et d'offrir un package de services complémentaires :

Conseil en Développement et Management de Réseaux
Conseil Juridique
Conseil en Ingénierie Financière,
Conseil en Marketing et Logistique des Réseaux,
Conseil en Informatique,
Conseil Opérateurs en Formation.

La Synergie des Compétences, slogan du G.E.I.A, prend sa source :

- 1 - Chez EPAC International (Efficacité pour l'Accélération de la Croissance des Entreprises Performantes Industrielles, de distribution ou de services en Réseaux), créé par Charles SEROUDE, spécialisé depuis 25 ans dans la stratégie de développement des réseaux internationaux et la structuration des systèmes contractuels. Pionnier de la Franchise Industrielle française, EPAC met son réseau international à la disposition du franchiseur.
- 2 - Au Cabinet GAST, créé par Olivier Gast en 1981, Avocat à la Cours, qui a mis au point une méthodologie efficace dans l'ingénierie juridique d'une entreprise en Franchise. Le Cabinet, spécialisé en droit européen et international dispose d'un réseau de correspondants international, avec un bureau permanent à Bruxelles et à Chicago.

EPAC INTERNATIONAL et GAST représentent la connaissance globale des mécanismes de développement en Réseau par le Marketing Contractuel.

Ils ont accumulé en France et en Europe les meilleures et les plus nombreuses références de succès des réseaux qu'ils conseillent. Afin de concevoir et de mettre en place des montages financiers nécessaires aux opérations de croissance interne et externe du Franchiseur, le Cabinet d'Ingénierie Financière COFIRE, créé en 1985 et dirigé par Yves Billardon est présent dans de nombreux secteurs d'activité et dispose d'un réseau de correspondants en France et à l'Etranger.

En outre, pour demeurer compétitive, l'entreprise doit mobiliser à tout moment ses ressources humaines. Dans cet esprit, le Cabinet OSMOSE, créé en 1980, propose un dispositif complet de formations thématiques (stages commerciaux, financiers) ou généralistes (diagnostic et développement) en collaboration avec de grands groupes industriels ou des partenaires institutionnels. OSMOSE est en outre spécialiste de la formation des créateurs d'entreprises et donc des franchises.

Enfin, pour optimiser la Communication des Réseaux, le Cabinet BP&S (BORCEL POILPRE & Stratégies), créé en 1994 dont le gérant est Frédéric BORCEL, a mis au point une Méthode et des Outils de Communication liés au Marketing Contractuel.

Une méthode qui «pense global et qui agit en local» pour prolonger son action jusqu'aux acteurs de l'enseigne. Le Cabinet a déjà à son actif plusieurs centaines de campagnes dans de nombreux secteurs, de 10 à 500 points de vente.

Le Cabinet EURODATA FRANCE, SSII, créé en 1965, membre du Réseau International EKW, propose un Dispositif des Méthodes et des Outils Informatiques qui permettent une gestion optimum et un contrôle de gestion dynamique de chaque point de vente et de l'ensemble du Réseau. De la mise à disposition de tableaux de gestion mensuels, vente de matériels et de logiciels informatiques spécifiques à la gestion des réseaux, dont COPYPEC et BUST développés conjointement avec EPAC, à la formation et à l'assistance téléphonique. EURODATA gère environ 4 000 clients.

La lettre de la FFF

**A PROPOS DE L'ASSORTIMENT,
ÉLÉMENT MAJEUR DU MARKETING DE L'ENSEIGNE DE DISTRIBUTION,
IL FAUT SAVOIR QUE :**

Le franchiseur n'a qu'un droit légalement reconnu lequel est aussi un devoir :

il doit s'affirmer en tant que maître et responsable du concept et de son produits-services mix et exiger que son réseau le respecte, le seul problème est de savoir comment y réussir ?

Sachant que :

- pour réussir, tout concept développé en réseau, doit avoir un positionnement clairement défini, attractif pour le consommateur, original par rapport à la concurrence, simple pour être compris par le consommateur, le conquérir et être crédible pour le fidéliser.

L'assortiment appelé aussi le "Produits-Services Mix" dans l'univers de la distribution, est un des éléments clés de la réussite d'un concept.

L'assortiment représente l'ensemble des "références-produits et des services" offerts à sa clientèle cible par une enseigne au travers de chacun de ses points de vente qui "forment" chaque jour l'IMAGE de l'enseigne du réseau et de la pérennité de son succès.

MAITRISE DE L'ASSORTIMENT PRODUITS-SERVICES :
c'est pourquoi la pratique comme

la jurisprudence et la communauté européenne reconnaissent au franchiseur, non pas le droit d'exiger une exclusivité d'approvisionnement, mais le droit et le devoir de "MAITRISE" l'assortiment dont dépend l'image de marque, qui est bien, en fait "la promesse de l'enseigne faite au consommateur", car elle se doit d'être loyale.

Lorsque cette fonction est pleinement assumée par le franchiseur et reconnue par le franchisé, il n'y a plus de problème dit d'exclusivité, qui d'interdite (cas Phildar) devient un élément positif du Mix Franchise car au lieu d'être imposée par un franchiseur léonin, elle peut, sous certaines conditions précises (d'ordre économique-financier et juridiques) devenir la conséquence directe du respect de l'image et de la promesse faite au consommateur par l'enseigne.

Le respect de l'assortiment devient donc un devoir réciproque partagé par franchiseur et franchisé, chacun devenant le censeur de l'autre au nom du réseau, car le succès de chacun dépend du respect de l'image de l'enseigne par les autres.

**QUELQUES CONDITIONS BASIQUES D'UNE VRAIE POLITIQUE MARKETING DE LA LOGISTIQUE DE RÉSEAU.
POUR LA MAITRISE DE L'AS-**

SORTIMENT PRODUITS-SERVICES :

- 1) Le franchiseur doit savoir qu'il est le maître de l'assortiment qu'il a le devoir de le faire respecter.
- 2) Le franchiseur doit savoir que sa maîtrise ne peut être valable que s'il offre à son réseau le meilleur assortiment possible, cohérent avec le positionnement du concept & à des conditions compétitives (jamais une obligation d'exclusivité n'a été respectée longtemps si le marché offre de meilleures conditions aux franchisés.
- 3) Les franchiseurs de distribution doivent savoir qu'ils doivent aussi vendre des services.
- 4) Les franchiseurs de services doivent savoir qu'ils doivent aussi vendre des produits.
- 5) **La fonction maîtrise de l'assortiment est un métier à part entière dans tous les réseaux de franchise.**

C'est le métier logistique, source de profits qui dérivent directement comme la royalty des leviers de développement et de croissance dont tous les acteurs de la franchise doivent profiter.

Charles G. SEROUDE
Membre du Collège des experts de la
Fédération française de la franchise

Pour savoir comment il faut gérer le métier de logistique pour optimiser ses profits, participez au :

Quatrième séminaire européen du management des réseaux
organisé par la FFF et Epac International et associés.

- les 4 et 5 octobre 1990 -

Renseignements et réservations à la FFF - Contacter services@fff.fr ou [0147001111](tel:0147001111)