

## 20<sup>e</sup> édition de l'Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire

### CHAPITRE 1 – REUSSIR DANS L'ENTREPRENEURIAT : POURQUOI LA FRANCHISE EST UN CHOIX GAGNANT

L'entrepreneuriat suscite toujours autant d'intérêt avec **32% des Français souhaitant créer leur entreprise**. Parmi eux, les jeunes se montrent particulièrement enthousiastes avec **60% des moins de 25 ans ayant l'envie d'entreprendre**.

Dans ce contexte, **la franchise est fortement appréciée avec 43% des futurs créateurs envisageant ce modèle**. Ces résultats se consolident depuis les deux dernières années (44% en 2022 ; 43% en 2021) et les **18-24 ans y sont encore plus disposés (60%)**.

**La franchise est accessible à tous et représente une opportunité de reconversion professionnelle : 76% de ceux qui décident se lancer dans la franchise sont d'anciens salariés et 48% ont changé de secteur d'activité** par rapport à leur activité précédente. Ce dernier phénomène est encore plus répandu auprès des 50 ans et plus (60%). **La part des femmes s'installant en franchise progresse** depuis 3 ans **atteignant 39%** (36% en 2022 ; 31% en 2021).

A l'ouverture, **48% des franchisés choisissent la création et 52% reprennent une franchise déjà existante**. Les franchisés s'installent relativement jeunes et ouvrent leur premier point de vente à l'âge de 37 ans en moyenne.

Dans la pratique, **les nouveaux entrants en franchise bénéficient d'un accompagnement poussé avec une formation de 37 jours en moyenne**. Leur niveau d'études est assez réparti : 40% ont un CAP, BEP, Bac pro ou Bac ; 41% un bac +2/3 et 19% un bac +4 ou au-delà. Ce constat reflète ainsi **la diversité des opportunités offertes par les franchises, qui peuvent convenir à des profils variés**.

Comme principales qualités perçues pour devenir franchisé, plus de la moitié préconisent d'être un **bon gestionnaire (55%)**, de **savoir manager (54%)** et d'avoir un **tempérament commercial (53%)**. Un peu moins de la moitié pensent qu'avoir une âme d'entrepreneur (45%), le sens du contact et de la communication (41%) et le sens de l'équipe (39%) est utile.

La franchise est un **modèle sûr : plus de 9 franchisés sur 10 recommandent ce modèle (92%)**. Sur le plan géographique, la plupart des franchisés ont ouvert leur franchise dans le même département que leur précédente activité (61%) ou plus généralement dans la même région (79%). **Les implantations se répartissent sur l'ensemble du territoire**. Deux régions demeurent néanmoins en tête des implantations : le Sud-Est (26%) et l'Ouest (26%) suivies du Nord-Est (20%), de l'Île de France (15%) et enfin du Sud-Ouest (13%).

Hors Île de France, **les franchises sont également présentes dans toutes les tailles d'agglomération** : 10% des implantations se situent dans des communes de moins de 2 000 habitants, 28% entre 2 000 et 20 000 hab., 34% entre 20 000 et 100 000 hab. et 28% se situent en forte densité urbaine (plus de 100 000 hab.).

**La franchise affiche une vraie dynamique d'ouverture** : 84% des franchiseurs ont inauguré au moins un point de vente en franchise au cours des 12 derniers mois avec en moyenne 11 nouvelles implantations sur l'année passée. Néanmoins, cette dynamique est moins forte qu'en 2022 (l'expansion concernait plus de 9 franchiseurs sur 10 avec un taux d'ouverture moyen de 14 implantations). C'est également un modèle **pérenne** : **74% des enseignes ont 15 ans et plus d'ancienneté**.

Pour **sélectionner de nouveaux franchisés, près de deux tiers des franchiseurs privilégient les salariés du réseau** (63%), tout en laissant des opportunités de recrutement externe. Un autre enjeu d'ouverture consiste à **trouver les bons emplacements** (44%).

Les franchiseurs font preuve d'une vraie qualité d'accompagnement. Celle-ci se manifeste par davantage de franchiseurs qui mettent en place des **outils pour aider leurs franchisés dans le recrutement ou la fidélisation de leurs salariés** : 72% des franchiseurs (+ 18 pts en 1 an). De plus, **77% des franchiseurs ont renforcé la formation** de leurs franchisés et **64% favorisent le coaching** ou le **parrainage** des nouveaux franchisés.

Enfin, les enseignes sont également constamment à la recherche de leviers de croissance et d'innovations. **Ces innovations restent à l'initiative du franchiseur dans la majorité des cas (50%)**, mais sont également 38% à les étudier en collaboration avec leurs franchisés.