

# 3 La franchise, un modèle qui s'engage



**93%**  
des Français choisissent des enseignes qui **soutiennent la production locale**

**77%**  
des Français **achètent des articles de seconde main**



**82%**  
chez les femmes



**91%**  
chez les moins de 35 ans

Franchisés

Informations prises en compte avant de s'installer (franchisés ≤ 5 ans d'ancienneté)

**79%** +14 pts en 1 an  
la déontologie et les valeurs du réseau

**47%**  
la politique RSE du réseau



**69%** +10 pts en 1 an  
constatent que leurs clients veulent donner **davantage de sens à leur consommation**

**52%**  
pensent qu'il existe une **attente plus forte** de leurs clients en faveur des **produits éco-responsables**



**9 sur 10**  
mettent en place des mesures contribuant au **bien-être des salariés**

**68%**  
ont pour préoccupation majeure **le recrutement et la fidélisation** de leurs salariés



**82%**  
chez les 35-39 ans

Les franchiseurs accompagnent les franchisés pour :

**85%**  
transformer les process afin de **réduire l'empreinte écologique**

**82%**  
réaliser des **économies d'énergie** au sein du réseau

**71%**  
réduire la **production de CO2** de l'entreprise



**68%**   
des franchiseurs donnent la **priorité aux fournisseurs et fabricants français**

**77%**   
s'estiment **acteurs de la revitalisation des centres urbains et de l'attractivité des centres-villes**

**25%**  
envisagent ou proposent une **offre de seconde main**



Franchiseurs

## 20e ENQUÊTE ANNUELLE DE LA FRANCHISE