

21^e Enquête de la franchise

Découvrez la 21^e Enquête de la franchise Banque Populaire réalisée en partenariat avec la Fédération Française de la Franchise et Kantar.



Conférence de presse - 04 mars 2025



Anthony Clément

**Directeur du Développement
Entreprises et Professionnels Banque Populaire**



Véronique Discours-Buhot

Déléguée générale de la Fédération Française de la Franchise

1

LES CHIFFRES CLES DE LA FRANCHISE EN 2024

Véronique Discours-Buhot

Déléguée Générale de la Fédération Française de la Franchise



EN 2024, LA FRANCHISE CONFIRME SA SOLIDITÉ ET SON RÔLE MAJEUR DANS L'ÉCONOMIE FRANÇAISE



LES CHIFFRES CLÉS DE LA FRANCHISE 2024



2 089 réseaux de franchise (+3% p/r 2023)



90 588 points de vente franchisés (-1,4% p/r 2023)

le nbre de points de vente succursales est à -4%



88,64 milliards d'euros de CA (+0,3% p/r 2023)

le CA succursales est à -5,5%

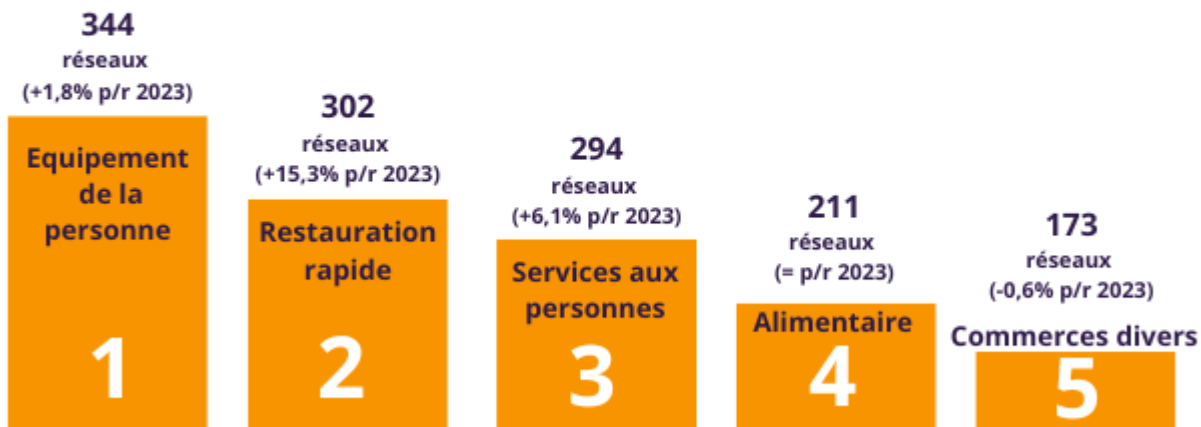


962 724 emplois directs et indirects (+1,16% p/r 2023)

LE TOP 5 DES SECTEURS EN NOMBRE D'ENSEIGNES, EN 2024



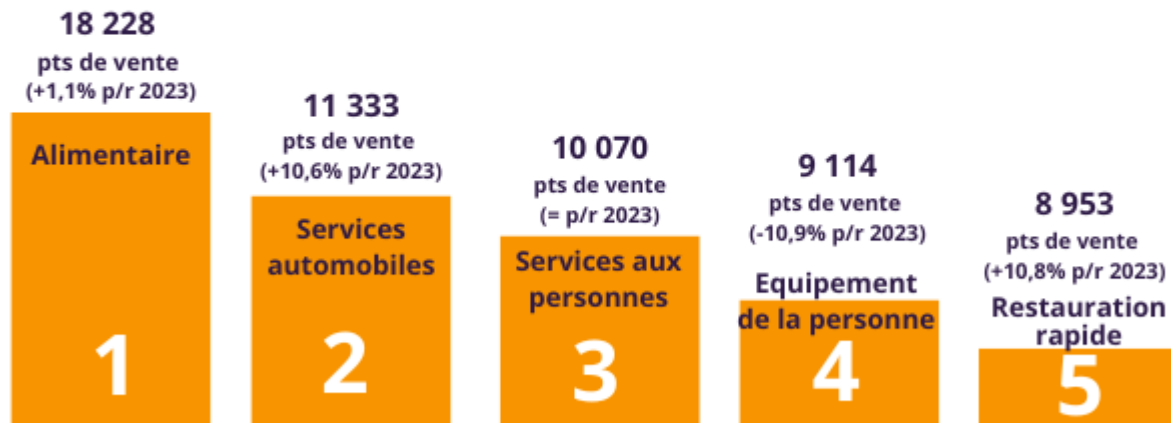
Top 5 en nombre d'enseignes



LE TOP 5 DES SECTEURS EN NOMBRE DE POINTS DE VENTE FRANCHISES, EN 2024



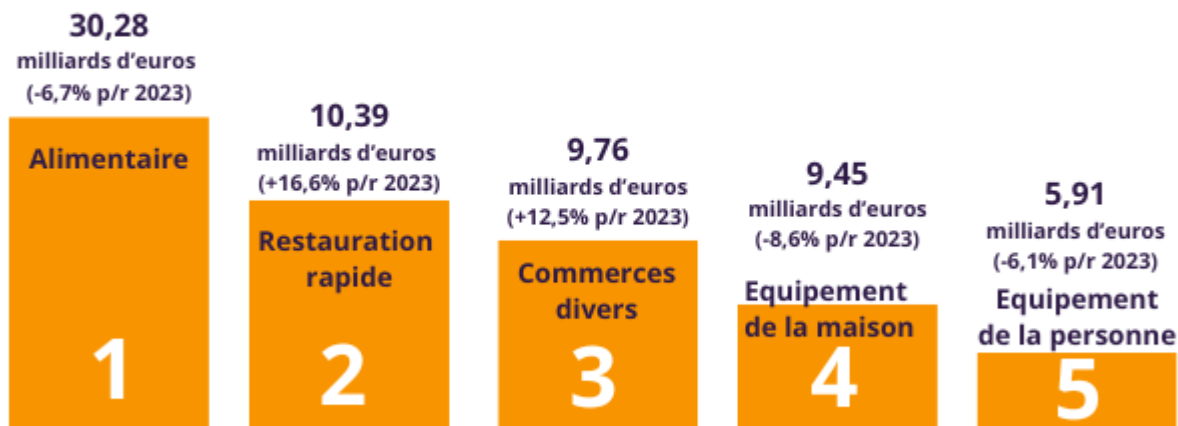
Top 5 en nombre de points de vente franchisés



LE TOP 5 DES SECTEURS EN CHIFFRE D'AFFAIRES, EN 2024

FFF Fédération Française Franchise

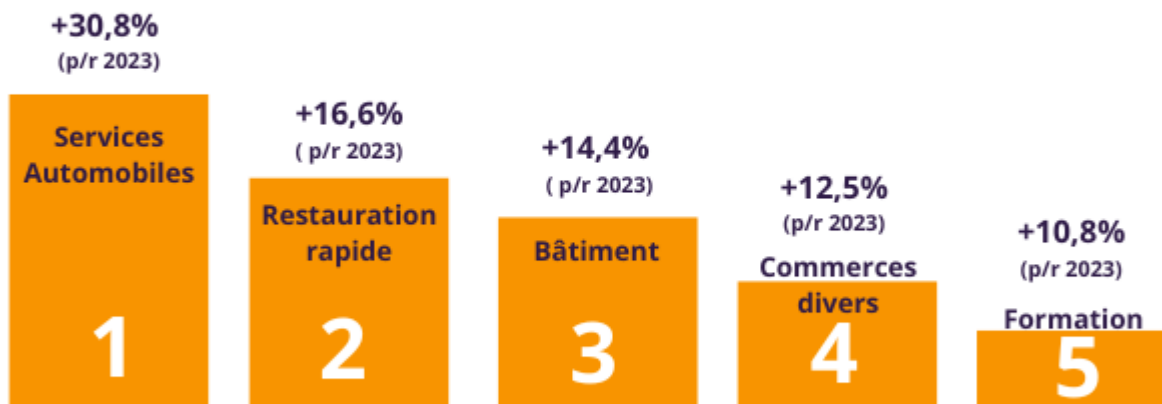
€ Top 5 en Chiffres d'affaires



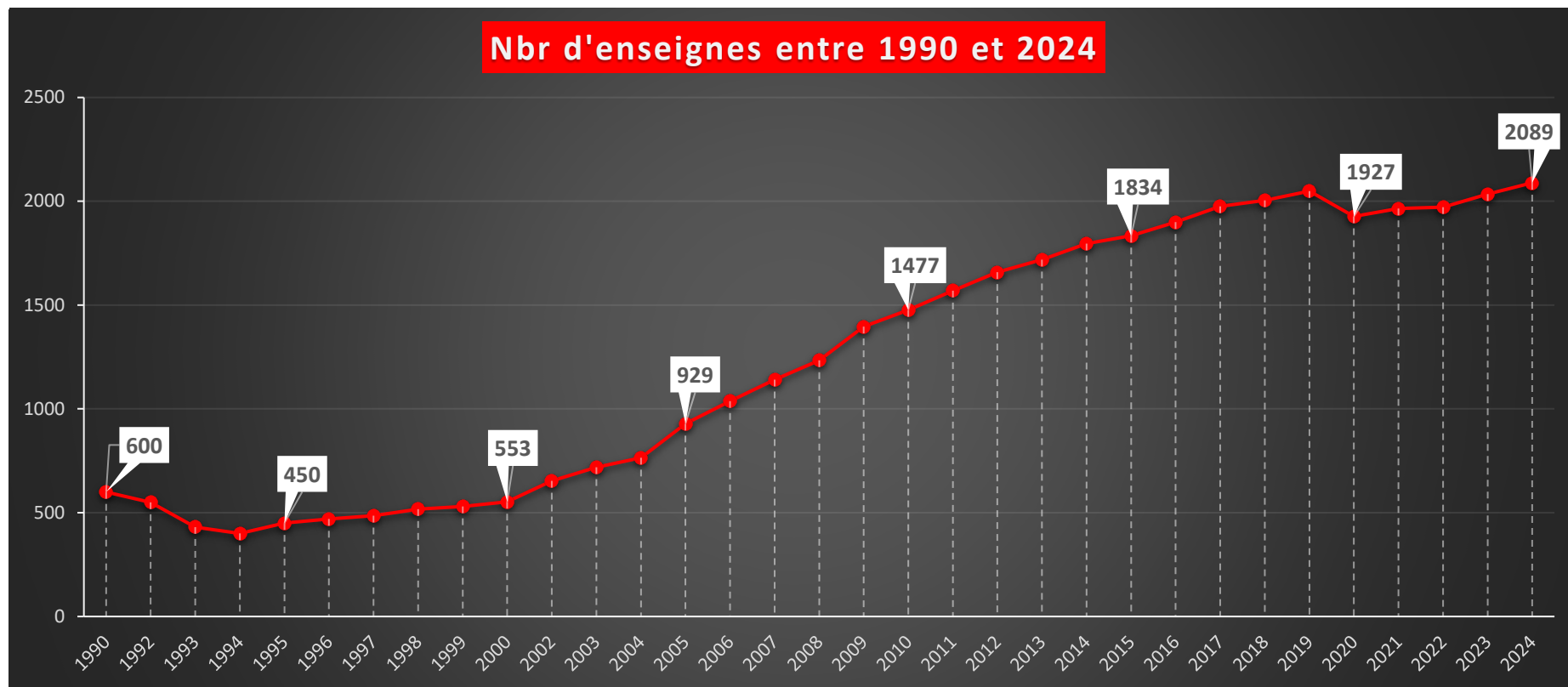
LE TOP 5 DES SECTEURS AYANT LES MEILLEURES PROGRESSIONS DE CHIFFRE D'AFFAIRES, EN 2024

fff Fédération Française Franchise

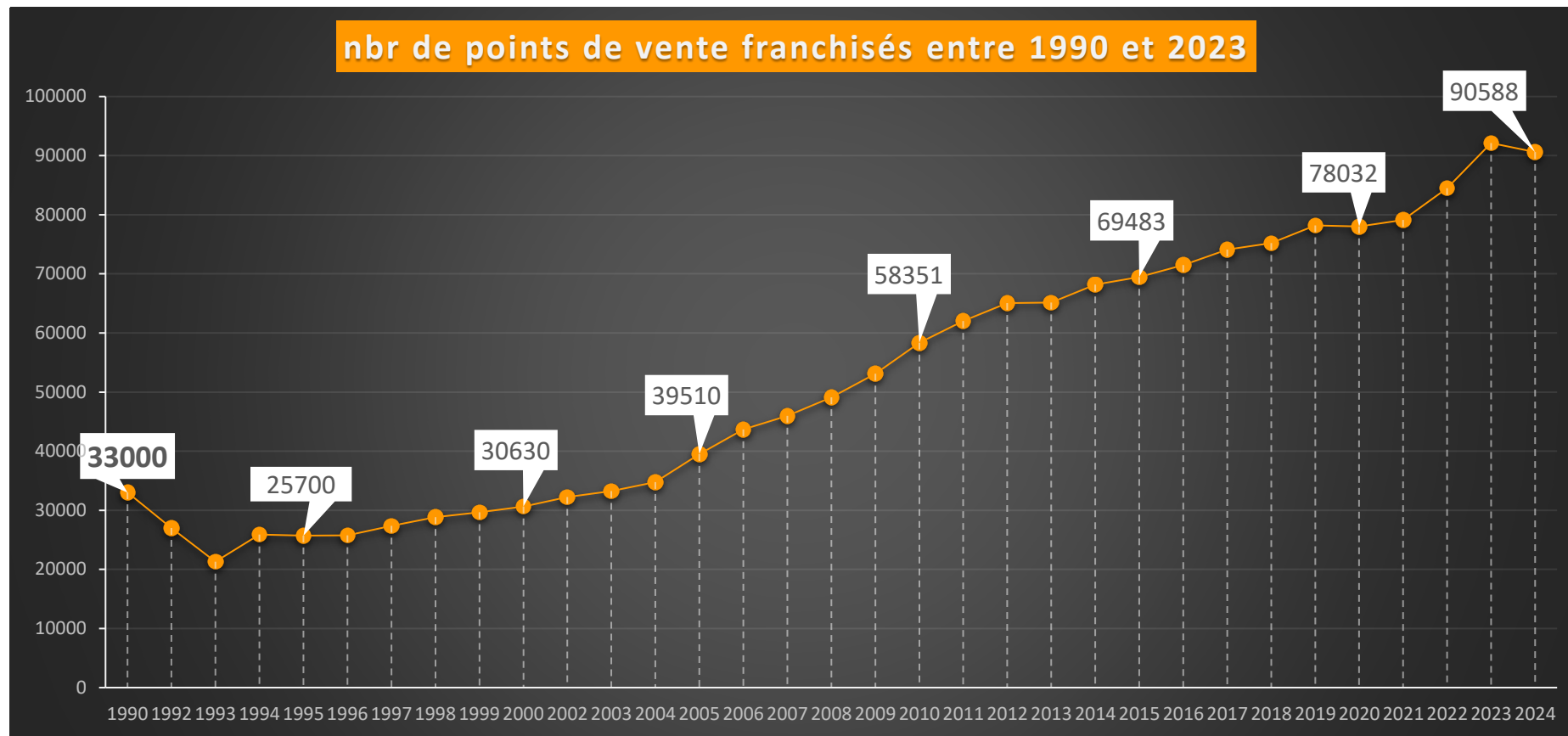
% Top 5 en progression de CA



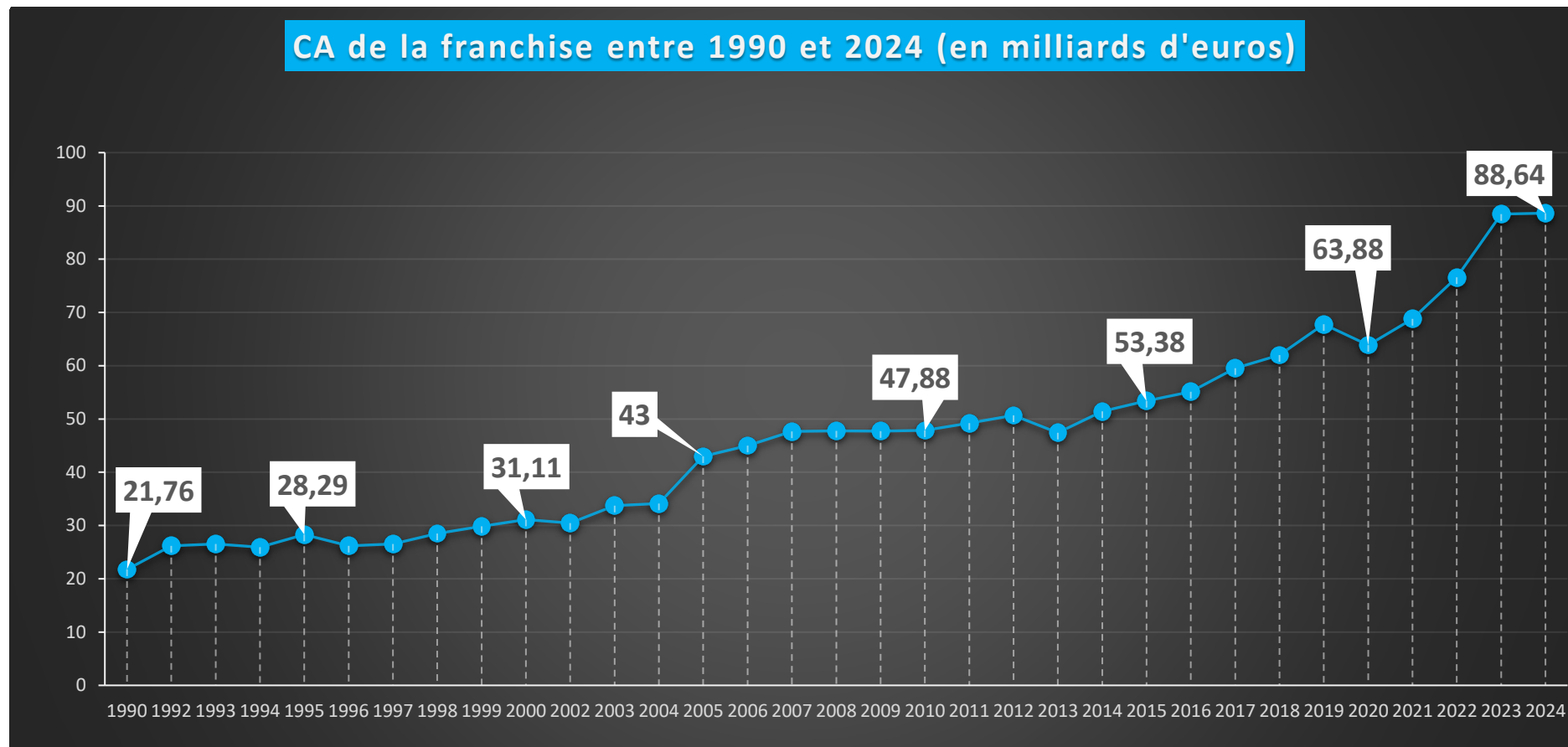
1990-2024 : EVOLUTION DU NOMBRE D'ENSEIGNES



1990-2024 : EVOLUTION DU NOMBRE DE POINTS DE VENTE FRANCHISÉS



1990-2024 : EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN FRANCHISE



LE SALON FRANCHISE EXPO PARIS

Véronique Discours-Buhot

Déléguée Générale de la Fédération Française de la Franchise

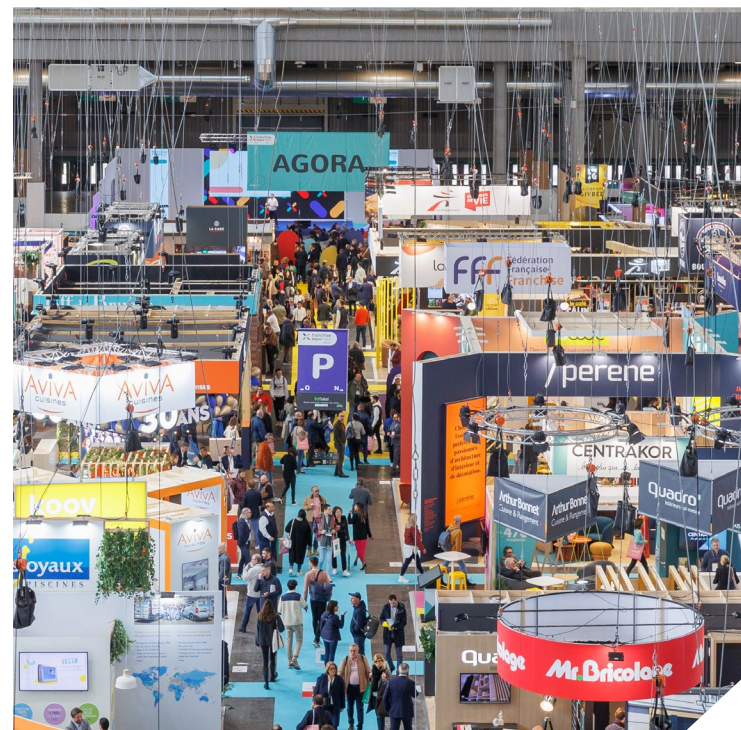


43^{ÈME} ÉDITION DU SALON FRANCHISE EXPO PARIS



DU 15 AU 17 MARS 2025
PARIS - PORTE DE VERSAILLES

- Salon organisé par  **infoprodigital**
- **Format** sur 3 jours renouvelé
- Près de **90 secteurs d'activités du commerce et des services**
- Une édition prometteuse (quelques chiffres à date) :
 - **573 exposants** dont 25 % sont nouveaux
 - **30 000 m² d'exposition**
 - **21 nationalités** présentes, **90 exposants** attendus de l'international
 - **+ de 140 conférences et ateliers** pour couvrir tous les sujets liés à l'entrepreneuriat
 - **De grands témoins inspirants** : Kelly Massol, Clément Leroy, Jean-François Feuillette, Mathis Dumas ...



43^{ÈME} ÉDITION DU SALON FRANCHISE EXPO PARIS

Nouveautés 2025



Meet and Speak, un espace dédié à la rencontre

Les visiteurs auront l'opportunité unique d'échanger directement avec des franchisés expérimentés, qui ont franchi le pas et développé leur entreprise grâce au modèle de la franchise. Sur le même principe qu'un speed-dating, en 10 minutes, ils pourront poser des questions pratiques, recevoir des conseils personnalisés et bénéficier de retours d'expérience sur le quotidien d'un franchisé.



Les Villes et Territoires au cœur du développement des entreprises :

- Un Lounge dédié aux rencontres placées au cœur du Village Villes & Territoires
- Un espace de prises de paroles pour permettre aux territoires de se présenter aux porteurs de projet
- Un outil digital qui matche les besoins des Villes & Territoires, des Enseignes ET des porteurs de projet



Le Start Franchise Tour est un parcours organisé en partenariat avec Franchise Management.

Destiné aux détenteurs de concepts souhaitant explorer le développement en franchise.

Le Start Franchise Tour inclut une matinée **de tables rondes** avec des experts et des témoignages de franchiseurs établis, favorisant les échanges d'idées. **Une visite guidée** du salon permet aux participants de rencontrer des experts et exposants en mesure d'accompagner la création d'un réseau de franchise.

43^{ÈME} ÉDITION DU SALON FRANCHISE EXPO PARIS

Samedi 15 mars : les Victoires de la franchise

Une soirée unique dédiée à l'écosystème franchise pour récompenser les heureux lauréats des concours :

- LES REVELATIONS DE LA FRANCHISE
- LES RUBANS DE LA FRANCHISE



Dimanche 16 mars

- Un événement unique et exclusif, 100% business, dédié aux master-franchisés / investisseurs français et internationaux à la recherche de nouveaux concepts à développer sur leur territoire, en partenariat avec Simon Associés.



Lundi 17 mars

- Organisé en coopération avec Progressium, cet événement donne la possibilité aux franchiseurs de rencontrer un public sélectionné de multi et pluri-franchisés français à la recherche de nouvelles opportunités.

43^{ÈME} ÉDITION DU SALON FRANCHISE EXPO PARIS

« *Agilité organisationnelle et réseaux de franchise* »

Rendez-vous le **lundi 17 mars de 9h10 à 9h40**

Sur le plateau TV Franchise Expo Live

pour la présentation de l'étude 2025 mandatée par
le comité scientifique de la FFF
en partenariat avec Banque Populaire



- **Saloua Bennaghmouch**, Directrice du Comité scientifique de la FFF et Directrice de l'UHA Business School
- **Olga Romulus**, Expert-comptable spécialisée en franchise et commerce organisé, FIDUCIAL
- **Anne-Laure Lenadant**, Enseignant-chercheur, Université Rennes 2
- **Magali Malherbe**, Enseignant-chercheur, Université de Caen
- **Alexandra Burlaud**, Enseignant-Chercheur, Université Paris Dauphine
- **Anthony Clément**, Directeur du Développement Entreprises, Professionnels et Agriculture, BPCE
- *Un franchiseur (nom à définir)*
- *Un franchisé (nom à définir)*

***Enquête annuelle de la Franchise
Banque Populaire / FFF
21^e édition***

Fabienne Scotto Di Mase, Directrice de projets – Marché des Professionnels Banque Populaire
Harold Elie, Directeur du Marché des Professionnels Banque Populaire





Echantillonnage

Terrain Franchisés

401 franchisés

Quotas sur le secteur d'activité, la région et l'ancienneté de l'entreprise.

Un redressement a été appliqué sur ces mêmes critères et sur la pénétration bancaire des clients Banque Populaire afin d'assurer la représentativité de la cible.

Terrain Franchiseurs

144 franchiseurs disposant de 5 à plus de 150 points de vente.

Un redressement a été appliqué sur le secteur d'activité (commerce, service), la région et le nombre de salariés, en phase avec les objectifs de 2024.

Parmi les 144 franchiseurs d'une enseigne, 10 ont répondu partiellement au questionnaire.

Terrain Grand public, étude en ligne du 20 au 25 novembre 2024 auprès de 1010 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus. Echantillons constitués d'après la méthode des quotas



Recueil des données

Interviews réalisées par téléphone (CATI)

Questionnaire de 20 minutes

Interviews réalisées sur internet (en CAWI) avec 2 liens pour le même questionnaire afin d'obtenir le maximum de réponses : 1 lien envoyé par Kantar et 1 lien envoyé par la Banque Populaire et la FFF.

Questionnaire de 13 minutes



Dates du terrain

Le terrain a été réalisé du 8 octobre au 19 novembre 2024

Le terrain a été réalisé du 16 octobre au 2 décembre 2024.

Thématiques et planning de diffusion des chapitres

01

La franchise, un modèle qui séduit les jeunes entrepreneurs - 4 mars

02

La franchise, une dynamique collective face à la conjoncture - 3 avril

03

La franchise, un engagement fort pour un avenir durable - 5 mai

04

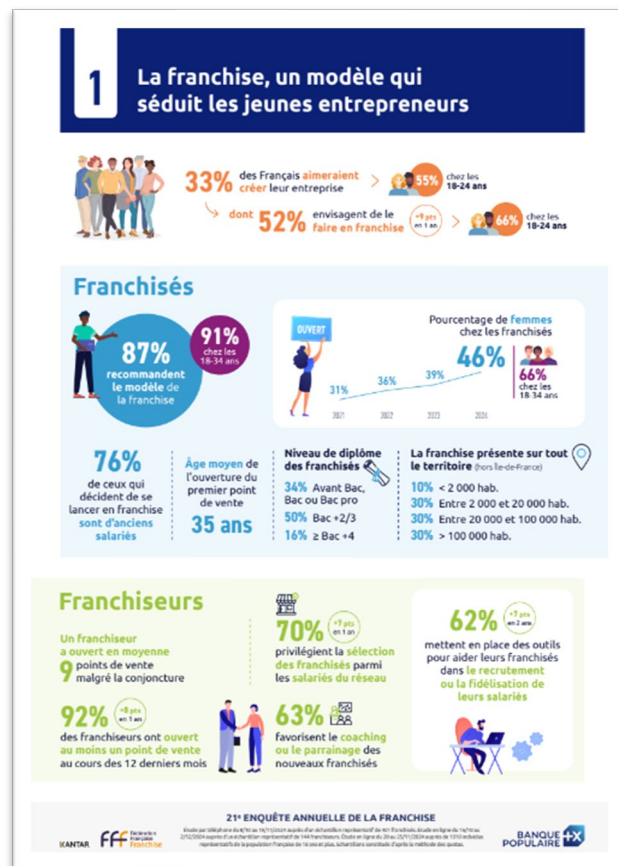
Du e-commerce à l'IA : la révolution digitale de la franchise - 4 juin

05

Banque Populaire, accélérateur de croissance pour vos projets en franchise – 26 juin

Contenu des chapitres

Une infographie



Une note complémentaire

1 La franchise, un modèle qui séduit les jeunes entrepreneurs

L'envie d'entreprendre demeure forte en France : 33% des Français souhaitent créer leur entreprise. Cet engouement est particulièrement marqué chez les jeunes : 55% des moins de 35 ans expriment une volonté d'entreprendre. Parmi eux, la franchise s'impose comme un modèle attractif et en pleine progression : deux jeunes créateurs sur trois envisagent cette option (66% des 18-24 ans, soit une hausse de 6 points en un an). Cette dynamique s'étend également à l'ensemble des futurs entrepreneurs : plus de la moitié envisagent d'ouvrir un point de vente en franchise (52%), +9 pts en un an.

Pourquoi un tel succès ? La franchise séduit d'abord par son cadre structurant et sécurisant. Ses principaux atouts perçus sont l'accompagnement et les moyens mis à disposition pour développer son activité (49%), la notoriété d'une marque (48%), la possibilité d'acquies un savoir-faire et d'apprendre un nouveau métier (41%), tout en limitant les risques financiers (41%).

Au-delà des intentions, ceux qui ont franchi le cap sont conquis : 91% des jeunes franchisés de moins de 35 ans recommandent ce modèle et 87% parmi l'ensemble des franchisés. Un niveau très élevé mais légèrement en baisse (- 5 pts sur 1 an), sans doute lié à un contexte économique plus difficile.

La franchise, un modèle ouvert et diversifié

La franchise est un modèle accessible à tous. La part des femmes franchisées ne cesse d'augmenter, atteignant quasiment la parité avec 46% en 2024 (contre 39% en 2023 et 31% en 2021). Chez les moins de 35 ans, la tendance est encore plus marquée : deux franchisés sur trois sont des femmes.

Côté diplôme, la franchise accueille tous types de profils : 34% des nouveaux franchisés possèdent un CAP, BEP, Bac pro ou Bac, 50% un Bac +2/3, et 16% un Bac +4 ou plus. Cette diversité de parcours reflète la richesse des opportunités offertes par la franchise.

Les secteurs d'activité sont également diversifiés : 58% des franchisés exercent dans le commerce (alimentation, équipement de la maison et de la personne, commerces divers) tandis que 42% évoluent dans les services (CHR, coiffure, esthétique, automobile, immobilier, services aux particuliers et aux entreprises).

La franchise représente aussi une véritable opportunité pour la reconversion professionnelle. Près de huit franchisés sur dix (76%) étaient auparavant salariés, et 42% ont changé de secteur d'activité en se lançant dans cette aventure entrepreneuriale. Ce phénomène est encore plus marqué chez les 50 ans et plus, avec 47% des franchisés ayant changé de secteur d'activité.

Un ancrage territorial fort et une dynamique d'ouverture soutenue

L'implantation des franchises répond à une logique de proximité : 61% des franchisés choisissent d'ouvrir leur point de vente dans le même département que leur précédente activité, et 75% restent dans leur région. Deux régions concentrent les principales ouvertures : le Sud-Est (28%) et l'Ouest (27%), suivies du Nord-Est (21%), du Sud-Ouest (14%) et de l'Ile-de-France (10%).

Hors Ile-de-France, les franchises se développent sur l'ensemble du territoire : 10% dans des communes de moins de 2 000 habitants, 30% entre 2 000 et 20 000 hab., 30% entre 20 000 et 100 000 hab., et 30% se situent en forte densité urbaine (plus de 100 000 hab.).

Malgré un contexte économique incertain, le modèle reste dynamique. Plus de neuf franchisés sur dix (92%, +8 pts en un an) ont ouvert au moins un point de vente en franchise ces 12 derniers mois, avec une

1 La franchise, un modèle qui séduit les jeunes entrepreneurs

moindre de neuf nouvelles implantations. Il est à noter que le nombre moyen d'ouvertures est légèrement inférieur à celui des années précédentes, avec 11 en 2023 contre 14 en 2022.

Un modèle solide et tourné vers l'avenir

La pérennité des enseignes témoigne également de la solidité du modèle : 71% des réseaux ont plus de 15 ans d'existence. Pour recruter de nouveaux franchisés, sept franchiseurs sur dix privilégient les salariés de leur réseau (+7 pts en un an).

Les principaux challenges des franchiseurs restent le recrutement des bons profils (36%), l'accès au financement (26%) et le choix de l'emplacement (25%). Conscients de ces enjeux, ils renforcent l'accompagnement des franchisés : 62% mettent en place des outils pour faciliter le recrutement et la fidélisation des salariés (+7 pts en deux ans), 83% améliorent la formation des franchisés (+6 pts en un an) et 63% favorisent le coaching et le parrainage des nouveaux entrants.

Enfin, l'innovation demeure un moteur clé du développement des réseaux. Si elle est encore impulsée par les franchiseurs dans 54% des cas, 35% d'entre eux misent désormais sur une collaboration active avec leurs franchisés pour développer de nouvelles idées.

4

Les grands enseignements ***Franchisés et franchiseurs*** ***Profils***

Profils des franchisés

46 Âge moyen



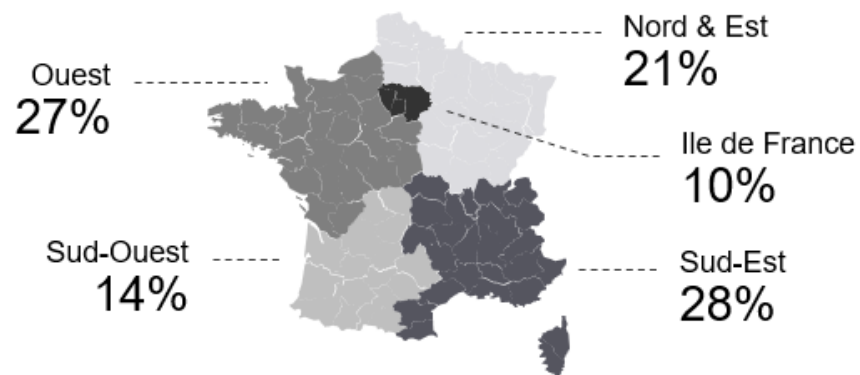
18% ont entre 18 et 34 ans



8,7 Salariés en moyenne

15 Ans d'ancienneté dans le réseau

Régions



Profils des franchiseurs



32 ans
ancienneté moyenne
de l'enseigne

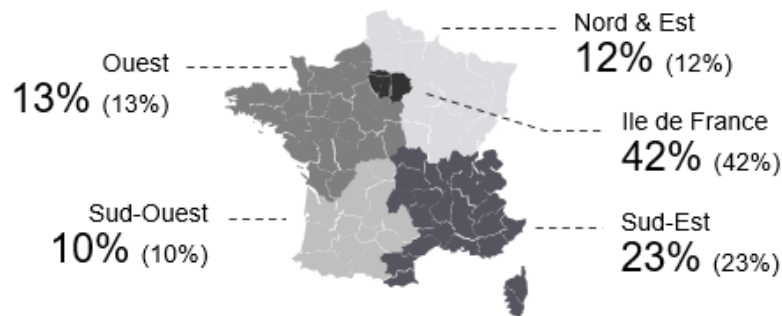
des répondants
adhérents à la
59% FFF Fédération Française Franchise

167 Points de vente en moyenne
dont 90 en franchise



40%
Ont des points de
vente à l'étranger

Régions



5

Les grands enseignements ***La franchise, un modèle*** ***solide qui séduit les jeunes***

La franchise, un modèle solide qui séduit les jeunes



33% des Français **aimeraient**
créer leur entreprise

>



chez les
18-24 ans



dont **52%** envisagent de le
faire en franchise



>



chez les
18-24 ans



87%
recommandent
le modèle de
la franchise

91%
chez les
18-34 ans

76%
de ceux qui
décident de se
lancer en franchise
sont d'anciens
salariés



Pourcentage de **femmes**
chez les franchisés



66%
chez les
18-34 ans

Niveau de diplôme
des franchisés



34% Avant Bac,
Bac ou Bac pro

50% Bac +2/3

16% ≥ Bac +4

6

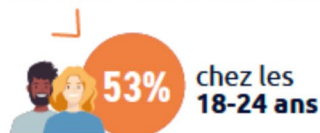
Les grands enseignements ***La franchise,*** ***du e-commerce à l'IA***

La franchise, du e-commerce à l'IA

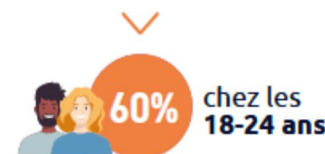
71% +6 pts en 1 an

des Français font
leurs achats en ligne
avec livraison à domicile

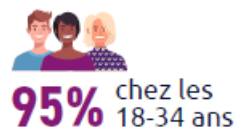
30% des Français achètent
des produits ou des
services **via les réseaux sociaux**



27% des Français
utilisent l'IA



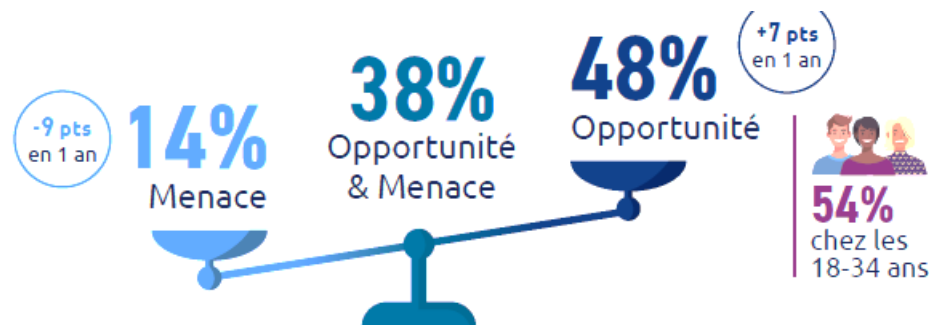
83% Des franchisés
communiquent sur au
moins un réseau social



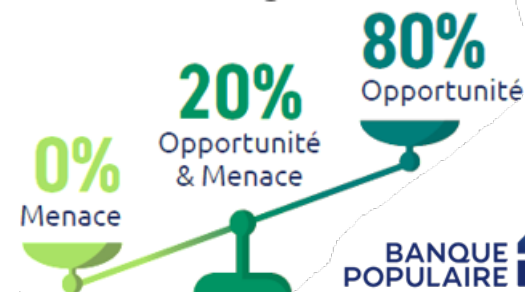
Du côté des franchiseurs

94% accompagnent leurs franchisés
à **utiliser et optimiser les**
outils digitaux pour communiquer
avec leurs clients

Perception de l'Intelligence Artificielle Chez les franchisés



Chez les franchiseurs



7

Les grands enseignements ***La franchise,*** ***la force d'un modèle durable***

La franchise, la force d'un modèle durable



93%

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

81%

des Français attendent de leurs **commerçants qu'ils s'engagent activement en faveur de l'éco-responsabilité**

Franchisés

67% ont mis en place **des actions pour réduire leur impact environnemental** au cours des 12 derniers mois



Première information prise en compte avant de s'installer (franchisés ≤ 5 ans d'ancienneté)

74% la **déontologie et les valeurs du réseau**

+9 pts en 2 ans



Franchiseurs

94%

+9 pts en 1 an

développer ou renforcer **l'offre éco-responsable**

93%

+8 pts en 1 an

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

79%

+11 pts en 1 an

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



8

Les grands enseignements ***La franchise,*** ***la force d'un modèle collectif***

La franchise, la force d'un modèle collectif (1/2)

Franchisés



79% +9 pts en 4 ans
estiment mieux
résister à la crise
qu'un commerçant
isolé

Près de **9** franchisés sur **10**
estiment qu'appartenir à un réseau
de franchise représente **un avantage**
pour innover ou s'adapter aux
nouvelles tendances du marché

82%  ont l'intention
de **rester dans le réseau**
au terme de leur contrat
de franchise

88%  sont **satisfaits**
de la **qualité d'animation**
et d'**accompagnement**
de leur franchiseur

Franchiseurs



98%
ont **engagé des**
projets de
transformation
au cours des
12 derniers mois

92% +8 pts en 1 an
des franchiseurs ont **ouvert**
au moins un point de vente
au cours des 12 derniers mois

90% +4 pts en 1 an
Animation du réseau et
dynamique collective

83% +6 pts en 1 an
Formation de
leurs franchisés

La franchise, la force d'un modèle collectif (2/2)

Franchisés

50%  ont l'intention de **réaliser des investissements**

En tête des  projets d'investissement

85% achat d'équipements

60% travaux de rénovation du **point de vente**

43% travaux de rénovation **énergétique**



Pour **62%** des franchiseurs Banque Populaire est la banque qui **répond le mieux aux besoins** des franchisés

Franchiseurs

Investissements envisagés dans les 12 prochains mois

87% 

Renforcer la **communication** de l'enseigne

84% 

Renforcer et poursuivre le **développement digital**

