

22^e Enquête de la franchise

Découvrez la 22^e Enquête de la franchise
Banque Populaire réalisée en partenariat
avec la Fédération Française de la Franchise et Kantar.

Conférence de presse - 10 mars 2026



Anthony Clément

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



Véronique Discours-Buhot

Déléguée générale de la Fédération Française de la Franchise

LES CHIFFRES CLES DE LA FRANCHISE EN 2025

Véronique Discours-Buhot

Déléguée Générale de la Fédération Française de la Franchise



FRANCHISE 2025 : UNE CROISSANCE NOTABLE QUI CONFORTE LE STATUT STRATÉGIQUE DU MODÈLE DANS L'ÉCONOMIE



LES CHIFFRES CLÉS DE LA FRANCHISE 2025



2 035 réseaux de franchise (-2.5% p/r 2024)



93 395 points de vente franchisés (+2.9% p/r 2024)



93.71 milliards d'euros de CA (+4.9% p/r 2024)



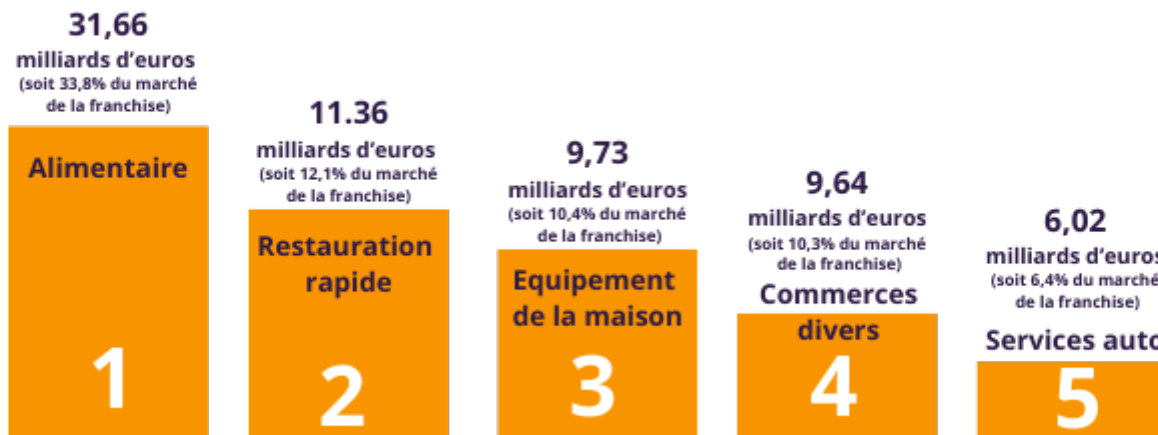
1 018 038 emplois directs et indirects (+5.7% p/r 2024)

Source : FFF données 2025 et étude d'impact Diagnostic & Systems 2026

FRANCHISE 2025 : LE TOP 5 DES SECTEURS EN CA



€ Top 5 en Chiffres d'affaires

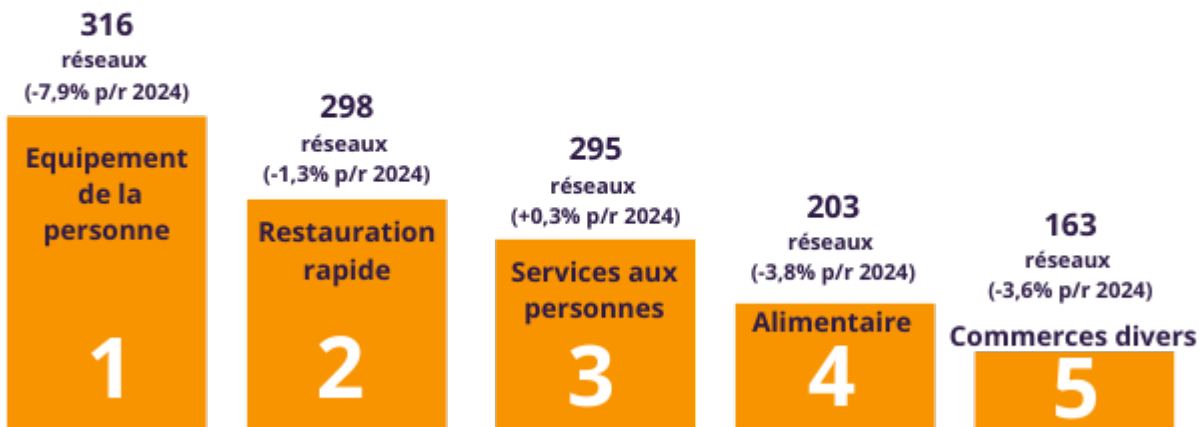


FRANCHISE 2025 : LE TOP 5 DES SECTEURS EN NOMBRE D'ENSEIGNES

fff
Fédération
Française
Franchise



Top 5 en nombre d'enseignes

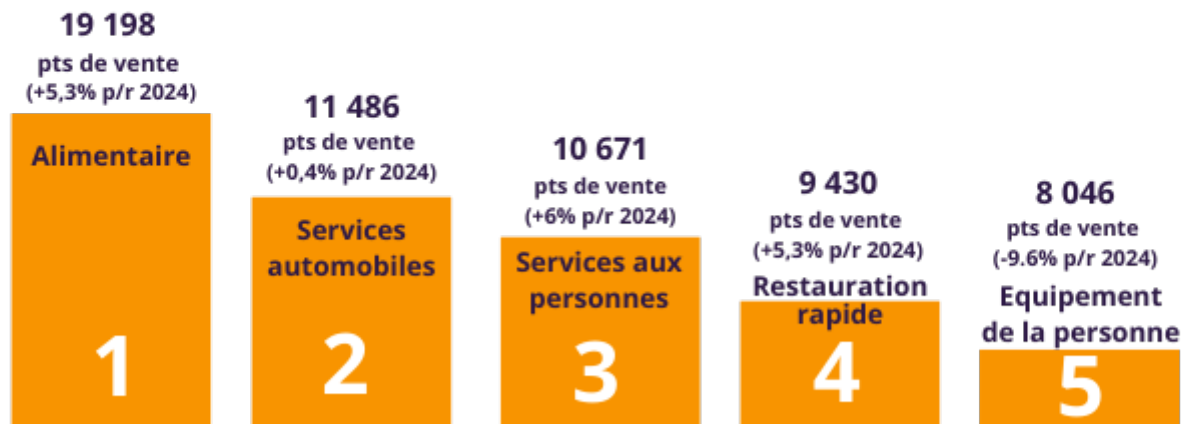


FRANCHISE 2025 : LE TOP 5 DES SECTEURS EN NOMBRE DE POINTS DE VENTE EN FRANCHISE

fff
Fédération Française
Franchise



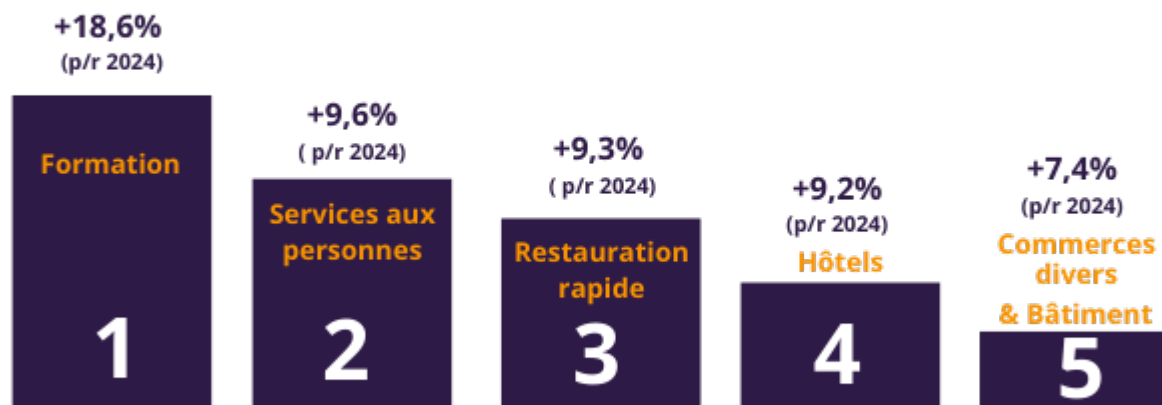
Top 5 en nombre de points de vente franchisés



FRANCHISE 2025 : LES MEILLEURES CROISSANCES EN CA

fff
Fédération
Française
Franchise

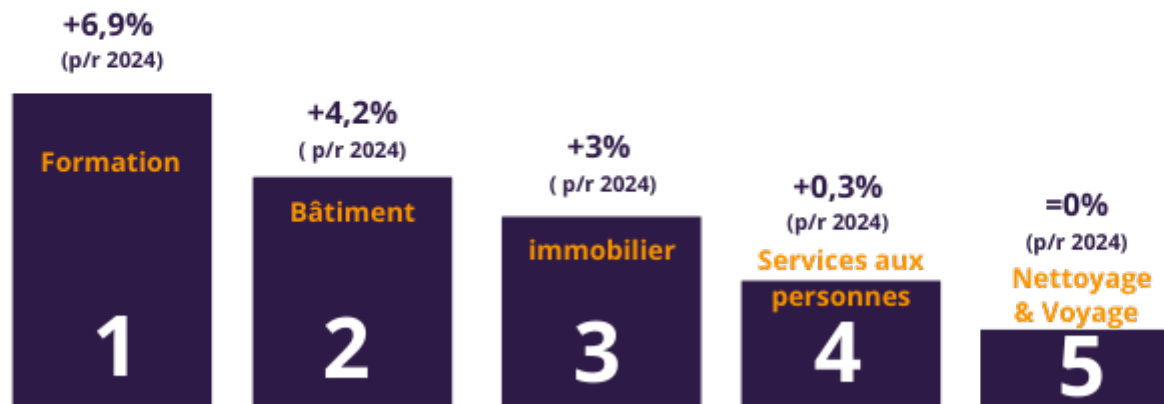
% Top 5 en progression de CA



FRANCHISE 2025 : LES MEILLEURES CROISSANCES EN NOMBRE D'ENSEIGNES



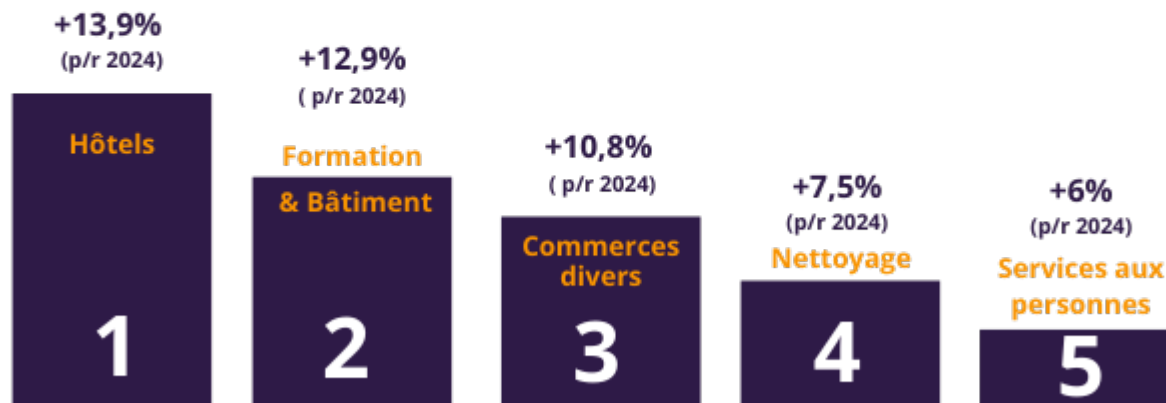
% Top 5 en progression
du nbr d'enseignes



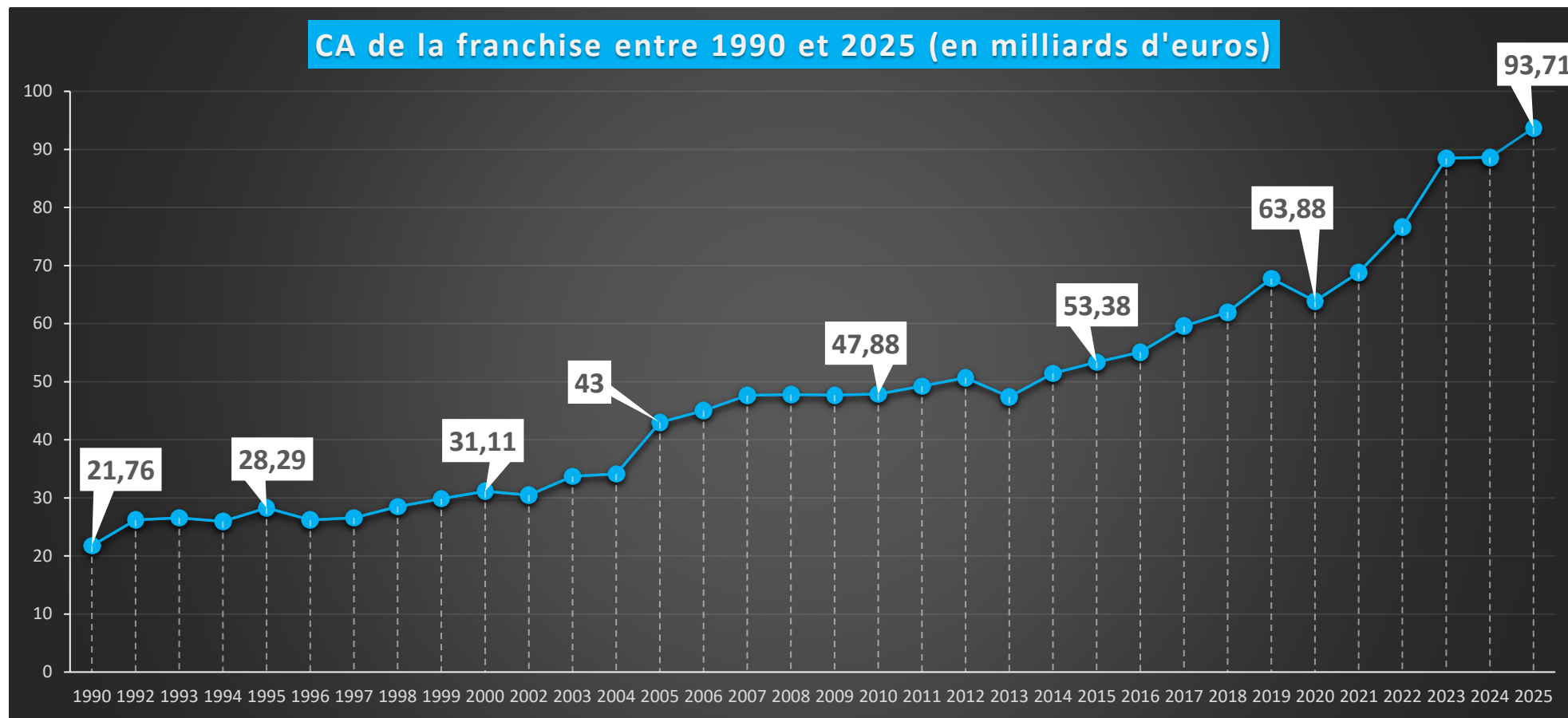
FRANCHISE 2025 : LES MEILLEURES CROISSANCES EN NOMBRE DE POINTS DE VENTE EN FRANCHISE

FFf Fédération Française Franchise

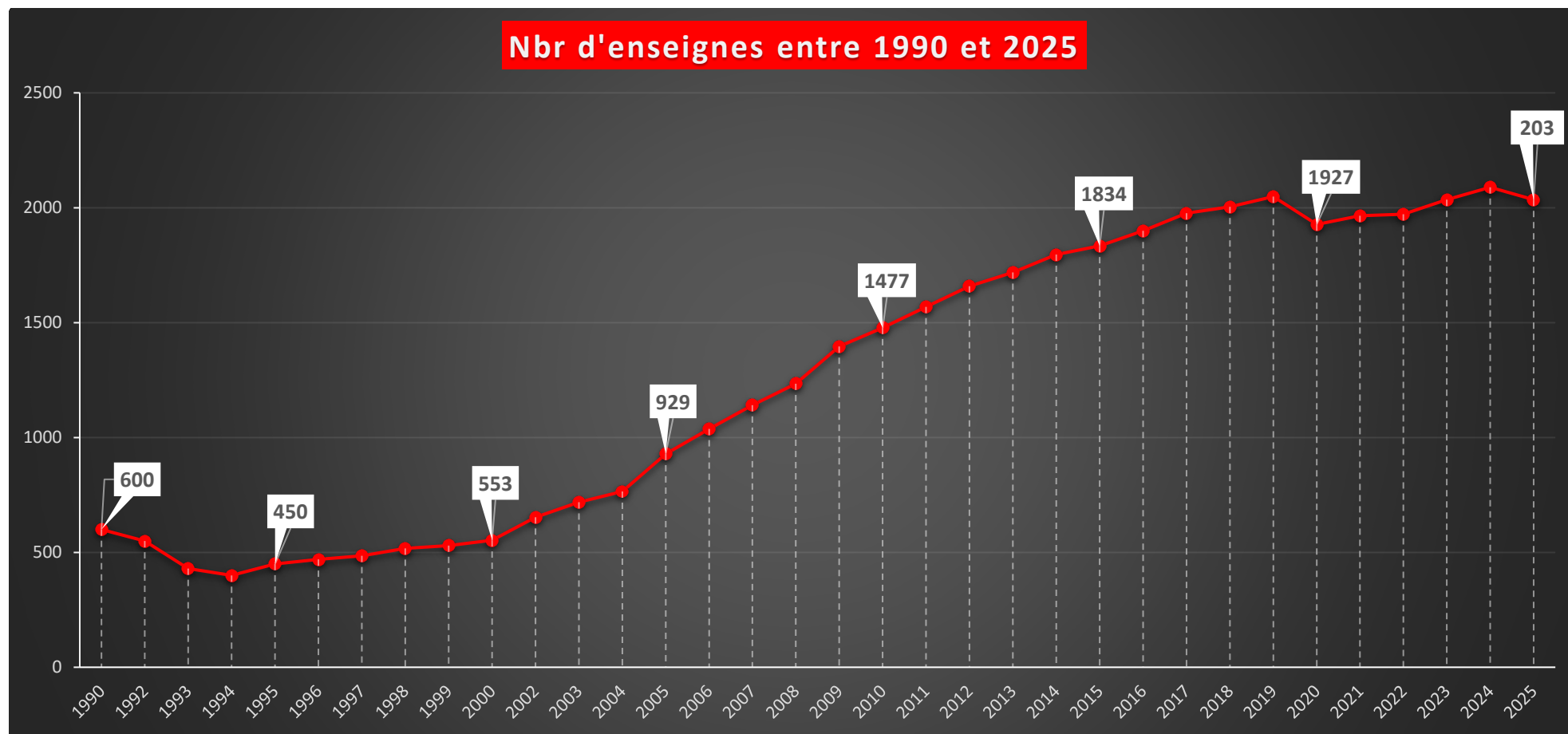
% Top 5 en progression du nbr de points de vente en franchise



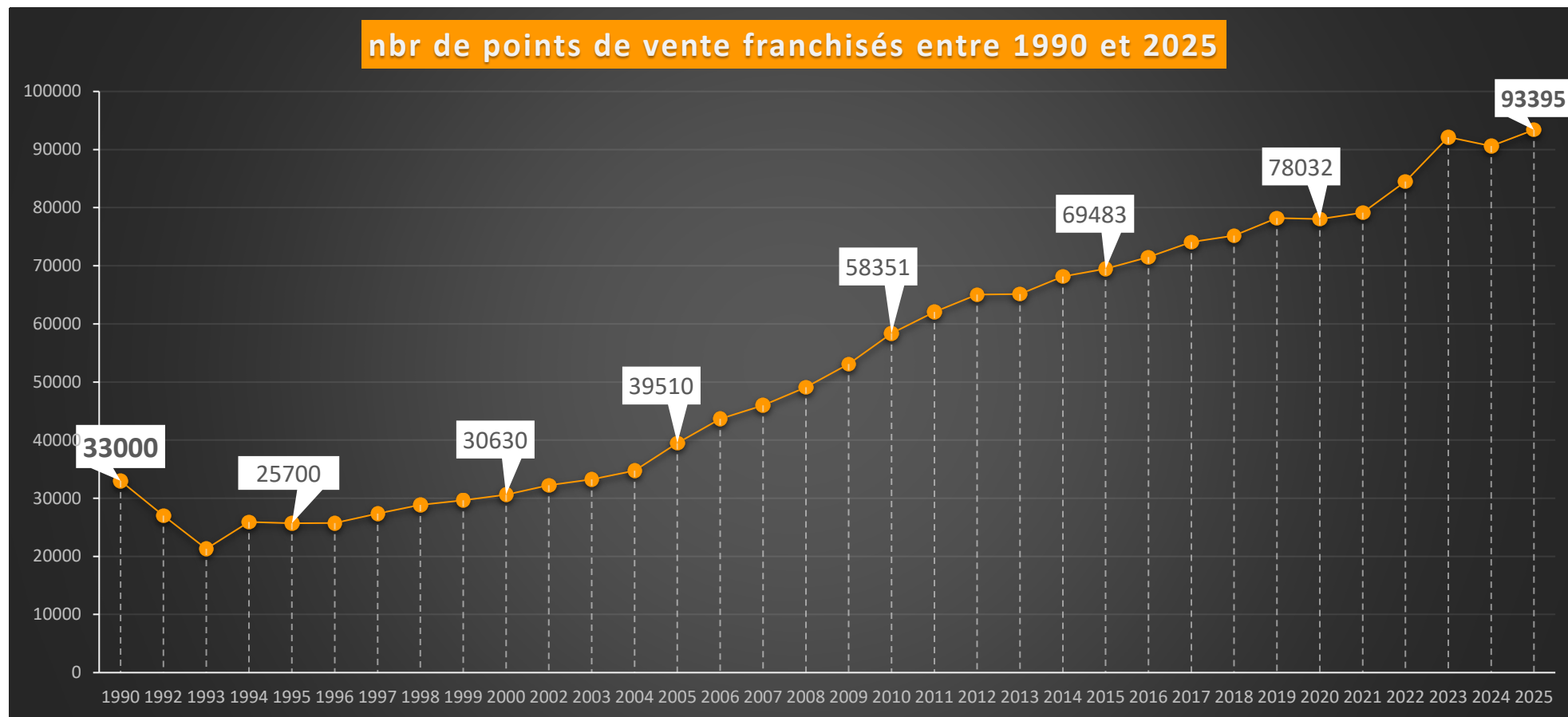
FRANCHISE 1990-2025 : EVOLUTION EN CHIFFRE D'AFFAIRES



FRANCHISE 1990-2025 : EVOLUTION EN NOMBRE D'ENSEIGNES



FRANCHISE 1990-2025 : EVOLUTION EN NOMBRE DE POINTS DE VENTE EN FRANCHISE



LE SALON FRANCHISE EXPO PARIS

Véronique Discours-Buhot

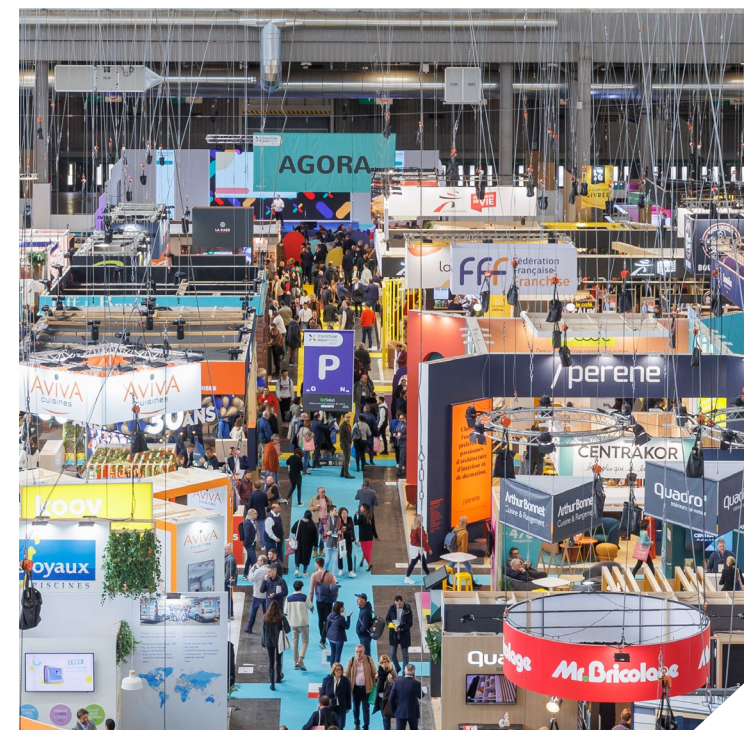
Déléguée Générale de la Fédération Française de la Franchise



DU 14 AU 16 MARS 2026
PARIS - PORTE DE VERSAILLES

44^{ÈME} ÉDITION DU SALON FRANCHISE EXPO PARIS

- Salon organisé par  **infoprodigital**
- **Format** sur 3 jours : du samedi au lundi
- Près de **90 secteurs d'activités du commerce et des services**
- Une édition prometteuse (quelques chiffres à date) :
 - **550 exposants** dont **31%** sont **nouveaux** ou **marquent leur retour**
 - **30 000 m² d'exposition**
 - **21 nationalités** présentes, **80 exposants** attendus de l'international
 - **+ de 140 conférences et ateliers** pour couvrir tous les sujets liés à l'entrepreneuriat et à la franchise
- **De grands témoins inspirants :**
 - Mohamed CHEIKH (chef, fondateur de Chick'Chill),
 - Corinne DUPLAT (DG les Menus services),
 - Jean-Pierre Nadir (Fondateur de FairMoov),
 - Carole & Pierre STUPFEL (French Coffee Shop),
 - Thierry COTILLARD (PDG les Mousquetaires)...



44^{ÈME} ÉDITION DU SALON FRANCHISE EXPO PARIS

D'autres temps forts...



Expanding horizons for franchise builders

- Le rendez-vous pour **accélérer la croissance des réseaux**
- Le seul évènement qui réunit la communauté **française** et **internationale** des **multi- pluri- master- franchisés** (40 enseignes ⇔ 100 multi,pluri masters)
 - **Rencontres facilitées** avec les profils qui correspondent à leurs enjeux
 - 3 jours de **rendez-vous qualifiés** pendant le salon
 - Programme de **prises de paroles**
 - Des évènements de **Networking**



Samedi 14 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**



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.

***Enquête annuelle de la Franchise
Banque Populaire / FFF
22^{ème} édition***

Myriam El Aroui, Responsable Franchise & Commerce Banque Populaire
Harold Elie, Directeur du Marché des Professionnels Banque Populaire





Echantillonnage

Terrain franchisés :

400 franchisés

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

Terrain franchiseurs :

145 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 145 franchiseurs d'une enseigne, 28 ont répondu partiellement au questionnaire.

Terrain Grand Public :

Etude en ligne du **27 novembre 2025 au 03 décembre 2025 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 17 minutes

Interviews réalisées sur internet, en CAWI, avec un fichier d'adresses de franchiseurs fournis par la FFF de 2 687 adresses dont 2034 exploitables. Pour un même questionnaire, 2 liens ont été créés : 1 lien envoyé par Kantar et 1 lien envoyé par la Banque Populaire et la Fédération Française de la Franchise, permettant des envois de concert afin d'optimiser le taux de retour.

Le questionnaire a duré 13 minutes en moyenne en CAWI.



Dates du terrain

Le terrain a été réalisé du 21 octobre au 17 novembre 2025.

Le terrain a eu lieu du 14 octobre au 8 décembre 2025

Thématiques et planning de diffusion des chapitres

01 La franchise, un tremplin pour se lancer dans l'entrepreneuriat
Rendez-vous le 10 mars

02 La franchise, la force du collectif en action
Rendez-vous le 31 mars

03 La franchise, un modèle responsable ancré dans les territoires
Rendez-vous le 21 avril

04 L'intelligence artificielle, au cœur de la transformation digitale de la franchise
Rendez-vous le 12 mai

05 Cession-transmission : un enjeu clé pour la pérennité des réseaux
Rendez-vous le 09 juin

06 Banque Populaire, le partenaire des entrepreneurs en franchise
Rendez-vous le 30 juin

Contenu des chapitres

Une infographie

1 La franchise, un tremplin pour se lancer dans l'entrepreneuriat



30% des Français aimeraient créer leur entreprise
dont **45%** chez les 18-24 ans

dont **51%** envisagent de le faire en franchise
dont **65%** chez les 18-24 ans

Franchisés

35%
des franchisés n'auraient pas créé leur entreprise sans la franchise



92%
recommandent ce modèle

Niveau de diplôme
35% Avant Bac,
Bac ou Bac pro
44% Bac +2/3
21% 2 Bac +4



La franchise présente sur tout le territoire (hors Ile-de-France)
10% < 2 000 hab.
30% Entre 2 000 et 20 000 hab.
30% Entre 20 000 et 100 000 hab.
30% > 100 000 hab.

35 ans
Âge moyen à l'ouverture du 1^{er} point de vente

40% de femmes
85% sont d'anciens salariés

82%

ont ouvert leur point de vente dans la même région que leur précédente activité

Franchiseurs

Parmi les enjeux majeurs des franchiseurs :

54%

Accompagner et faciliter la transmission des points de vente

82%

Sélectionner de nouveaux franchisés

Pour **45%** c'est l'enjeu principal

Près de **7** franchisés sur **10** favorisent le coaching ou le parrainage des nouveaux franchisés

63% privilégient la sélection des franchisés parmi les salariés du réseau



Malgré la conjoncture, les franchiseurs ont ouvert en moyenne **12** points de vente

85% ont inauguré au moins un point de vente au cours des 12 derniers mois

KANTAR

FFf Fédération Française

22^e ENQUÊTE ANNUELLE DE LA FRANCHISE
Étude par téléphone du 27/11 au 10/12/2023 auprès d'un échantillon représentatif de 400 franchisés. Étude en ligne du 14/10 au 09/12/2023 auprès d'un échantillon représentatif de 140 franchiseurs. Étude en ligne du 27/11 au 09/12/2023 auprès de 1010 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus. Échantillons constitués d'après la méthode des quotas.

BANQUE POPULAIRE +X

1 La franchise, un tremplin pour se lancer dans l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat continue de susciter un intérêt marqué auprès des Français. Près d'un tiers d'entre eux (30%) déclarent souhaiter créer leur entreprise, une aspiration particulièrement forte chez les plus jeunes : 45% des moins de 25 ans.

Dans ce contexte, la franchise apparaît comme un modèle particulièrement attractif. Parmi les Français envisageant de se lancer, plus de la moitié (51%) déclarent qu'ils pourraient le faire en franchise. Cette aspiration est encore plus marquée chez les 18-24 ans, dont près de deux tiers (65%) envisagent ce modèle.

Un modèle perçu comme sécurisant

Si la franchise séduit autant, c'est avant tout en raison de l'environnement sécurisant qu'elle propose aux futurs entrepreneurs. Les principaux atouts perçus du modèle reposent sur l'accompagnement et les moyens mis à disposition pour développer son activité (52%, +3 pts en 1 an), devant la notoriété de la marque (49%) et la capacité à limiter les risques financiers (42%).

La perspective d'une meilleure rentabilité demeure également un élément structurant, citée par près d'un tiers des futurs créateurs (31%). À l'inverse, l'acquisition d'un savoir-faire et l'apprentissage d'un nouveau métier, bien que toujours présents, apparaissent cette année comme des critères moins déterminants (23%, -13 pts en 1 an).

Au-delà des considérations économiques, la franchise répond aussi à des attentes plus personnelles. Pour un quart des futurs créateurs, elle représente une opportunité de redonner du sens à leur vie professionnelle (26%), en offrant davantage de liberté, d'autonomie ou de maîtrise du lieu de vie. Elle constitue également, pour 24%, un levier facilitant un changement de carrière.

Un déclencheur de la création d'entreprise

Au-delà de l'intention, la franchise joue un rôle décisif dans l'acte d'entreprendre. Plus d'un tiers des franchisés déclarent qu'ils n'auraient pas créé leur entreprise sans ce modèle (35%), confirmant ainsi son rôle de levier d'activation de l'entrepreneuriat.

Une fois le cap franchi, l'adhésion au modèle est très forte : 92% des franchisés recommandent aujourd'hui la franchise, un taux en progression de +4 pts en 1 an.

1 La franchise, un tremplin pour se lancer dans l'entrepreneuriat

Une diversité de profils au cœur du modèle de la franchise

La franchise se distingue par sa capacité à accueillir des profils variés, tant sur le plan sociodémographique que professionnel.

Les femmes représentent ainsi 40% des franchisés. Après une progression observée les années précédentes, cette proportion retrouve un niveau proche de celui mesuré en 2023, illustrant néanmoins une féminisation durable du modèle.

La diversité des parcours scolaires est également marquée. Parmi les nouveaux franchisés, 35% ont un niveau de diplôme inférieur ou égal au baccalauréat (CAP, BEP, Bac pro ou Bac), 44% sont titulaires d'un Bac +2 ou +3, et 21% d'un diplôme de niveau Bac +4 ou plus. Cette répartition souligne la capacité de la franchise à s'adresser à des profils très hétérogènes.

Les secteurs d'activité reflètent cette même diversité. Une majorité des franchisés évolue dans le commerce (55%), couvrant notamment l'alimentation, l'équipement de la maison et de la personne ou les commerces spécialisés, tandis que 45% exercent dans les services (CHR, coiffure, esthétique, automobile, immobilier, services aux particuliers et aux entreprises).

Lors de la création de leur entreprise en franchise, les niveaux d'investissement mobilisés sont variés. Parmi les franchisés ayant 10 ans ou moins d'ancienneté, 37% ont investi moins de 100 000 € pour se lancer, 23% entre 100 000 € et 200 000 €, et 40% plus de 200 000 €.

La franchise, un puissant levier de reconversion professionnelle

La franchise constitue par ailleurs une opportunité majeure de reconversion professionnelle. La majorité des franchisés étaient auparavant salariés, une proportion en nette progression (85%, +8 pts en 1 an).

Cette dynamique s'accompagne d'une mobilité sectorielle significative. Ainsi, 42% des franchisés ont changé de secteur d'activité en se lançant en franchise. Parmi eux, 26% ont opéré une reconversion totale, une proportion particulièrement élevée chez les franchisés plus seniors (36% chez les 50-64 ans). Parallèlement, 14% ont choisi de rester dans un secteur proche de leur activité précédente, une option en nette progression (+7 pts en 1 an).

Un ancrage territorial fort, au service du développement local

L'implantation des franchises s'inscrit dans une logique d'ancrage territorial. Près de six franchisés sur dix (59%) ouvrent leur point de vente dans la même département que leur activité précédente, une tendance encore plus prononcée chez les moins de 35 ans (71%). Plus largement, 82% des franchisés ont ouvert leur point de vente dans la même région que leur précédente activité.

Deux régions concentrent les principales ouvertures récentes : le Sud-Est (26%) et l'Ouest (26%), suivis du Nord-Est (20%), du Sud-Ouest (13%) et de l'Île-de-France (15%).

KANTAR

FFf Fédération Française

22^e ENQUÊTE ANNUELLE DE LA FRANCHISE
Étude par téléphone du 27/11 au 10/12/2023 auprès d'un échantillon représentatif de 400 franchisés. Étude en ligne du 14/10 au 09/12/2023 auprès d'un échantillon représentatif de 140 franchiseurs. Étude en ligne du 27/11 au 09/12/2023 auprès de 1010 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus. Échantillons constitués d'après la méthode des quotas.

213

BANQUE POPULAIRE +X

Une note complémentaire

1 La franchise, un tremplin pour se lancer dans l'entrepreneuriat

La franchise se développe sur l'ensemble du territoire : 10% des points de vente sont situés dans des communes de moins de 2 000 habitants, 30% entre 2 000 et 20 000 habitants, 30% entre 20 000 et 100 000 habitants et 30% dans des zones urbaines de plus de 100 000 hab. Ce maillage confirme le rôle de la franchise dans la dynamique économique locale.

Une dynamique de développement portée par des franchiseurs engagés

Malgré un contexte économique contraignant, le modèle demeure dynamique. Ainsi, 85% des franchiseurs ont ouvert au moins un point de vente en franchise au cours des 12 derniers mois. Ce niveau demeure élevé, bien qu'en retrait par rapport au point haut mesuré en 2024 (92%), et comparable à celui observé en 2023 (84%). En revanche, les franchiseurs ayant développé leur réseau ont ouvert davantage de points de vente : en moyenne 12 nouvelles implantations, contre 9 l'année précédente.

En matière de développement des réseaux, le principal enjeu des franchiseurs demeure la sélection des nouveaux franchisés (82%), et pour 45% d'entre eux, il s'agit même de l'enjeu prioritaire. Pour y répondre, près de deux tiers privilégient le recrutement parmi les salariés du réseau (63%), même si cette pratique recule légèrement par rapport à l'an dernier (70% en 2024).

Une fois les franchisés intégrés, l'accompagnement constitue un pilier central du modèle. Près de sept franchiseurs sur dix favorisent le coaching ou le parrainage des nouveaux entrants (69%, +6 pts en 1 an), et 86% renforcent la formation des franchisés. Cette logique s'étend aux salariés des points de vente : 85% des franchiseurs déclarent que le personnel des franchises bénéficie d'une formation initiale sur l'enseignement.

Au-delà du développement, les franchiseurs sont également attentifs à la pérennité de leurs réseaux. Parmi les enjeux identifiés figurent notamment l'accompagnement à la transmission des points de vente, considéré comme important par plus de la moitié des franchiseurs (54%), ainsi que la capacité à identifier de bons emplacements, citée par 45% d'entre eux.

Au fil des résultats, la franchise apparaît comme un cadre d'accompagnement structuré dans la durée, qui facilite l'entrée dans l'entrepreneuriat et soutient le développement des projets sur l'ensemble des territoires.

3/3

KANTAR

FFf Fédération Française

22^e ENQUÊTE ANNUELLE DE LA FRANCHISE
Étude par téléphone du 27/11 au 10/12/2023 auprès d'un échantillon représentatif de 400 franchisés. Étude en ligne du 14/10 au 09/12/2023 auprès d'un échantillon représentatif de 140 franchiseurs. Étude en ligne du 27/11 au 09/12/2023 auprès de 1010 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus. Échantillons constitués d'après la méthode des quotas.

BANQUE POPULAIRE +X

BANQUE POPULAIRE +X

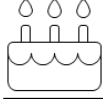
FFf Fédération Française Franchise

4

Les grands enseignements ***Franchisés et Franchiseurs*** ***Profils***

Profils des franchisés

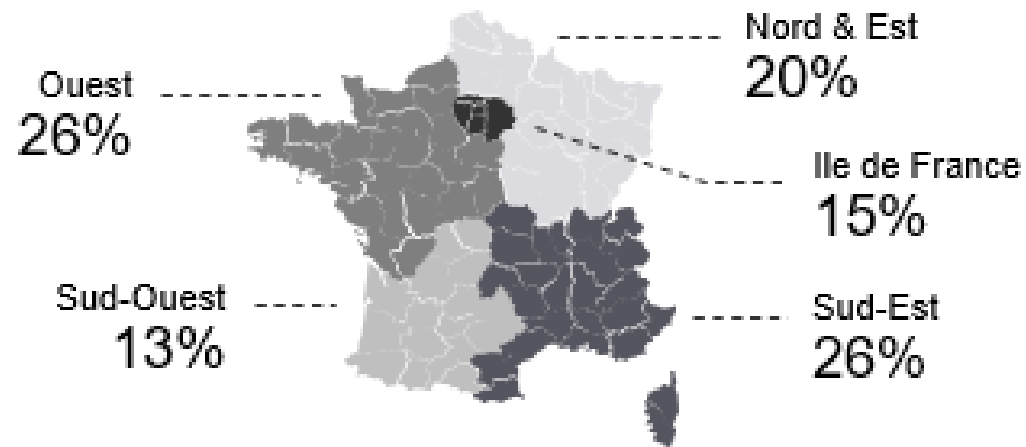
Âge
moyen
47 ans



10,4 Salariés en
moyenne

14 Ans d'ancienneté
dans le réseau

Régions



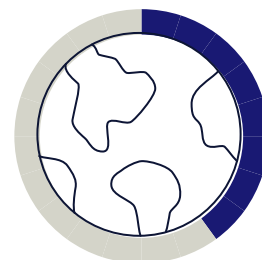
Profils des franchiseurs



29 ans
ancienneté
moyenne de
l'enseigne

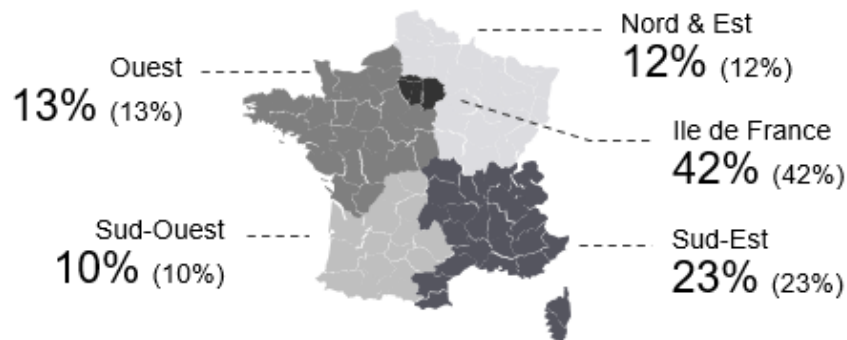
62% des répondants
adhérents à la
FFF Fédération
Française
Franchise

182 Points de vente en moyenne
dont 108 en franchise



36%
Ont des points de vente
à l'étranger

Régions



5

Les grands enseignements
La franchise,
un tremplin pour se lancer
dans l'entrepreneuriat

La franchise, un tremplin pour se lancer dans l'entrepreneuriat



30% des Français aimeraient créer leur entreprise
dont 45% chez les 18-24 ans



dont **51%** envisagent de le faire en franchise
dont 65% chez les 18-24 ans

Franchisés



Niveau de diplôme

35% Avant Bac, Bac ou Bac pro
44% Bac +2/3
21% ≥ Bac +4

35%

des franchisés n'auraient pas créé leur entreprise sans la franchise



La franchise présente sur tout le territoire (hors Île-de-France)

10% < 2 000 hab.
30% Entre 2 000 et 20 000 hab.
30% Entre 20 000 et 100 000 hab.
30% > 100 000 hab.

85% sont d'anciens salariés

Franchiseurs

Parmi les enjeux majeurs des franchiseurs :

54%

Accompagner et faciliter la transmission des points de vente

82%

Sélectionner de nouveaux franchisés

Pour **45%** c'est l'enjeu principal



Près de **7 franchiseurs sur 10** favorisent le coaching ou le parrainage des nouveaux franchisés

+6 pts en 1 an

63%

-7 pts en 1 an

privilégient la sélection des franchisés parmi les salariés du réseau

85% Ont inauguré au moins un point de vente au cours des 12 derniers mois

5

Les grands enseignements ***La franchise,*** ***la force du collectif en action***

La franchise, la force du collectif en action



Franchisés



Franchiseurs



5

Les grands enseignements
La franchise,
un modèle responsable
ancré dans les territoires

La franchise, un modèle responsable ancré dans les territoires



81% des Français attendent de leurs commerçants qu'ils s'engagent activement en faveur de l'éco-responsabilité
dont 85% chez les 18-24 ans

dont **55%** ne sont pas prêts à payer plus cher

Franchisés

61%

78%
chez les
18-34 ans

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



Ce qu'ils constatent chez leurs clients :

69%

Une volonté
de donner
du sens à leur
consommation



63%

Une attente en
faveur des produits
éco-responsables

+6 pts
en 1 an

56%

+7 pts
en 1 an

74%
chez les
18-34 ans

Demande d'informations sur l'origine et la fabrication
des produits

Plus de
9 franchisés
sur 10 mettent en place des
mesures contribuant
à fidéliser leurs salariés

Franchiseurs

Les franchiseurs se reconnaissent un rôle important
sur les grands enjeux RSE* :

95%

+3 pts
en 1 an

dans la défense
des causes sociétales
(égalité hommes-femmes,
juste rémunération des
producteurs ...)

91%

dans la protection
de l'environnement
(réduction du gaspillage,
recyclage...)



97%

+6 pts
en 1 an

pensent qu'il est important
de s'engager en faveur
du développement
économique local



83%

+13 pts
en 1 an

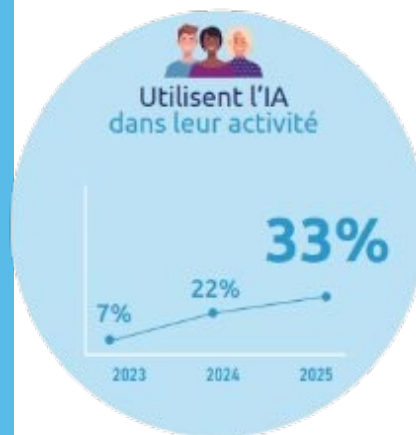
estiment être acteurs de la
revitalisation des villes

Les grands enseignements
L'intelligence artificielle,
au cœur de la transformation
digitale de la franchise

L'intelligence artificielle, au cœur de la transformation digitale de la franchise



Franchisés



Franchiseurs



7

Les grands enseignements
Cession-transmission :
un enjeu clé
pour la pérennité des réseaux

Cession-transmission : un enjeu clé pour la pérennité des réseaux



Franchisés

Parmi les franchisés de 55 ans et plus

48%

ont envisagé ou engagé des démarches pour préparer la transmission ou la cession de leur activité

Les scénarios envisagés pour la transmission du point de vente :



- 30%** le céder à un autre franchisé du réseau
- 28%** le vendre à un repreneur extérieur au réseau
- 23%** le transmettre à un proche (famille, salarié ...)

40% ont besoin d'aide ou d'accompagnement pour faciliter leur future transmission

- 21%** des conseils juridiques ou administratifs
- 15%** une mise en relation avec d'éventuels repreneurs
- 14%** un accompagnement individuel par un expert ou un consultant

Franchiseurs

65% rencontrent des difficultés pour assurer la transmission de certains points de vente

Les principaux freins à la reprise :

- 64%** Trouver un repreneur (manque de candidats ou de profils adéquats)
- 50%** Valorisation trop élevée du point de vente par le franchisé sortant
- 35%** Obtenir un financement
- 31%** Manque de préparation / d'anticipation du franchisé cédant



Pour **73%** des franchiseurs, la transmission ou reprise est un enjeu pour leur réseau

Pour **24%** c'est l'enjeu majeur

49% ont mis en place des dispositifs pour accompagner la transmission au sein du réseau



81% un accompagnement personnalisé du cédant

63% un appui au repreneur dans le montage financier du projet

59% des campagnes de communication ou de recrutement ciblées sur les repreneurs

Les grands enseignements
Banque Populaire, le partenaire
des entrepreneurs en franchise

Banque Populaire, le partenaire des entrepreneurs en franchise

Franchisés

Franchisés ≤ 10 ans d'ancienneté

73%

estiment que le fait d'être franchisé a favorisé l'octroi d'un crédit

69%

ont eu recours à un emprunt bancaire ou au crédit-bail

Près d'**1 franchisé sur 4** envisage de réaliser des investissements dans les 24 prochains mois

En tête des projets d'investissement :

75% Travaux de rénovation du point de vente

66% Achat d'équipements (matériel, véhicule...)

46% Travaux de rénovation énergétique

66%

sont confiants en l'avenir de leur activité



Franchiseurs



Pour

66%

+4 pts en 1 an

des franchiseurs, Banque Populaire est la banque qui répond le mieux aux besoins des franchisés

96%

envisagent des investissements dans les 12 prochains mois

75%

Renforcer la communication de l'enseigne

-12 pts en 1 an

68%

Investir dans la digitalisation et l'intelligence artificielle (outils métiers, animation réseau, pilotage)

-16 pts en 1 an

50%

Diversifier l'offre, l'activité

35%

Tester ou développer de nouveaux formats de distribution (Corners, Foodtrucks, points de vente mobiles / éphémères)

94%

des franchiseurs ont l'intention d'ouvrir un nouveau point de vente dans les 12 prochains mois

85%

-6 pts en 1 an

sont confiants en l'avenir de leur réseau

***En avant-première,
notre nouvelle campagne
de communication :
Banque Populaire, 1^{ère}
Banque de la Franchise***

UNE CAMPAGNE DÉVOILÉE LORS DU SALON FRANCHISE EXPO PARIS

**ENTRE VOUS ET NOUS,
ÇA A TOUJOURS MARCHÉ À LA**
Franchise.

Banque Populaire est la 1^{re} Banque de la Franchise*.
Venez rencontrer la banque qui répond le mieux aux besoins
des acteurs de la franchise sur le stand **G14-H13**.

BANQUE POPULAIRE 
la réussite est en vous

*Source : 22e enquête annuelle de la franchise BP / FFF / Kantar.

BANQUE
COOPÉRATIVE ET LOCALE

ENTRE VOUS ET NOUS,
ÇA A TOUJOURS MARCHÉ À LA
Franchise.

Banque Populaire est la 1^{re} Banque de la Franchise*.
C'est pourquoi nous proposons un financement exclusif pour vous installer.

**PRÊT CRÉATION
FRANCHISE** **Taux 1% (1)**

BANQUE POPULAIRE 
la réussite est en vous

El 20 de mayo de 1991, el Gobierno de la República de Argentina emitió un decreto que estableció la Ley de Expropiación de Bienes de Interés Público. Este decreto estableció que el Estado argentino tenía el derecho de expropiar los bienes de interés público para fines de desarrollo económico y social. El decreto también estableció que el Estado argentino tenía el derecho de expropiar los bienes de interés público para fines de desarrollo económico y social. El decreto también estableció que el Estado argentino tenía el derecho de expropiar los bienes de interés público para fines de desarrollo económico y social.

BANQUE
COOPÉRATIVE ET LOCALE

**UN FINANCEMENT EXCLUSIF
POUR S'INSTALLER EN FRANCHISE**

Avec un recours limité
aux garanties personnelles⁽¹⁾

 **À 1%,**
jusqu'à 50 000 €⁽¹⁾

QUAND ? Une première ou nouvelle installation ou une reprise en franchise (commission-affiliation, coopérative, concession ou licence de marque).

POURQUOI ? Financer le droit d'entrée à l'enseigne, y compris la formation initiale, et toutes dépenses liées à l'installation.

COMBIEN ? Le montant du prêt à 1% est plafonné à 50 000 € et sous réserve de souscription d'un prêt complémentaire au moins égal au prêt à 1%⁽¹⁾.

COMMENT ? Avec un recours limité aux garanties personnelles⁽¹⁾, en domicilia-
vant vos flux chez Banque Populaire (encaissements domiciliés chez Banque
Populaire). 100 % du prêt garanti par SOCAMA, dont 50 % contre-
garanti par le FEI (Fonds Européen d'Investissement) dans le cadre
du Prêt SOCAMA Création⁽¹⁾

 Prenez dès maintenant rendez-vous avec un conseiller.

30% des Français aimeraient créer leur entreprise* | **51%** d'entre eux envisagent de le faire en franchise

[illegible]

EN TOUTE
Franchise
ON VOUS DIT MERCI.

Banque Populaire est la 1^{re} Banque de la Franchise*.
Venez rencontrer la banque de plus d'1 franchiseurs sur 2
et de plus d'1 franchisés sur 4 sur le stand **G14-H13**.

BANQUE POPULAIRE 
la réussite est en vous

*Source : 22e enquête annuelle de la franchise BP / FFF / Kantar.

BANQUE
COOPÉRATIVE ET LOCALEBANQUE POPULAIRE 

FF Fédération Française Franchise

