

rezo ●

Édition spéciale

1971-2021

50 ans de succès

fff Fédération
Française
Franchise



50
ans de...

succès, développement, émotions, rencontres,
partenariats, croissance, engagements,
résilience, dialogue, ...



Un demi-siècle d'histoire de la FFF Et un avenir toujours aussi prometteur !

L'histoire de la franchise en France est intrinsèquement liée à celle de la FFF. Il est des dates qu'il faut savoir célébrer, car ce sont des occasions idéales pour se poser, regarder le chemin parcouru et réfléchir sereinement à l'avenir.

De la relecture de ces 50 années de combat et d'engagement de la fédération et de ses membres, il se dégage quatre grandes étapes, marquées par des événements subis ou provoqués. Nous vous proposons à travers ce livre de revisiter ces 4 grandes périodes : l'éveil, la reconnaissance, l'élan et l'envol de la FFF et de la franchise.

Les 50 prochaines années restent à écrire... Travaillons ensemble au rayonnement de la franchise française, afin d'en faire un modèle de résilience et de performance pour notre pays.



Véronique Discours-Buhot,
députée générale de la FFF



Guy Gras,
président de la FFF

1971 - 1986

Visionnaires Détermination Stratégie

L'éveil

La franchise est née en 1965 et la FFF en 1971 ! 6 années à peine ont suffi à un groupe de quelques visionnaires, aux idées parfois révolutionnaires, inspirées d'expériences américaines, pour donner à ce mode de développement naissant une fédération chargée de mieux le défendre et le promouvoir.

C'est ainsi que la fédération du franchisage a vu le jour, suivie un an après du 1^{er} Code de déontologie de la franchise. Une première mondiale ! Cette phase d'éveil a été marquée par la naissance d'une vraie stratégie de développement pour la franchise en France. Une dynamique impulsée grâce à la détermination, la créativité et l'engagement d'hommes et de femmes de conviction.

34 réseaux de franchise en France en 1971

108 réseaux de franchise en 1977

7 adhérents FFF en 1971 et **35** en 1982

50 ans
de succès



Les réseaux emblématiques

Sont comptées parmi les premières franchises : La Lainière de Roubaix et ses trois enseignes **Pingouin, Stemm et Rodier, Catena** (quincaillerie, jardinage, équipement ménager), **Levitan** (mobilier), **Pronuptia** (robe de mariées), **Coryse Salomé** (soins du visage), **Novotel, Prenatal, Yves Rocher, Phildar...**

Les premières figures de la franchise

Homme de commerce et de communication, **Marc Goguet** (Catena) est à l'origine de la création de la Fédération Française de la Franchise en 1971. Dans cette aventure, il s'est entouré de **Jacques Cafler** (La Lainière de Roubaix), **Henri Michmacher** (Pronuptia), **Benjamin Amstutz-Mahler** (Laboratoires Simone Malher). A leurs côtés, 3 avocats ont apporté leur soutien, **Jean Paul Clément, Jean-Marie Leloup**, rejoints par **Gilles Amédée Manesme**.

Les événements marquants

1972 : 1^{er} code de déontologie de la franchise et naissance de la fédération européenne de la franchise à l'initiative de la France.

1973 : Tournées d'information sur la franchise dans les Chambres de commerce.

1977 : Lancement du Club de la franchise.

1982 : Création du salon de la franchise 1^{ère} édition au parc floral de Vincennes.



Les premiers réseaux adhérents FFF



Les premiers présidents de la FFF



Le premier salon international de la FFF

Combat Identité Fondamentaux

La reconnaissance

L'arrêt Pronuptia fait office de détonateur dans le milieu de la franchise : en prononçant la nullité d'un contrat de franchise, au regard de l'article 85-1 du Traité de Rome qui interdit les ententes entre entreprises, une Cour d'appel allemande rend illicite le modèle même de la franchise. Et met à mal quelques milliers d'entreprises françaises et européennes... Mais cet événement est aussi ce qui va signer l'acte de baptême de la franchise.

Après plusieurs années de combat, la Cour de Justice de Luxembourg reconnaît finalement en janvier 1986 que les clauses qui organisent la franchise ne sont pas des restrictions de concurrence. Et en décembre de la même année, la commission européenne rend la décision d'exemption individuelle portant sur la franchise Yves Rocher. Ces 2 décisions ont ouvert la voie au règlement d'exemption par catégorie, applicable à la franchise, le 30 novembre 1988. Une nouvelle ère s'ouvre alors, celle de l'essor d'un modèle qui définit ses fondamentaux, précise son cadre juridique et organise son écosystème.

En 1989 : **63** adhérents

600 réseaux de franchise

33 000 points de vente franchisés

143 milliards de francs de CA

50 ans
de succès



La petite histoire qui crée la grande

C'est l'histoire d'un litige entre la société Pronuptia de Paris GmbH de Francfort-sur-le-Main (le franchiseur), filiale d'une société française du même nom, et Madame Schillgalis de Hambourg qui exploite un commerce sous le nom Pronuptia de Paris (la franchisee). Le litige porte sur l'obligation de la franchisee de payer au franchiseur des arriérés de redevances sur son chiffre d'affaires des années 1978 à 1980. Nul ne se doutait que cette histoire nous mènerait aussi loin...

Une époque de combats constructifs !

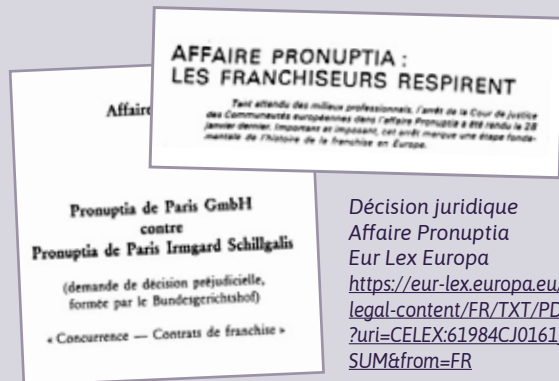
Trois combats ont mené à deux victoires fondatrices pour la franchise :

- le combat à Luxembourg de Michel Micmacher, PDG de Pronuptia pour défendre son contrat de franchise,
- le combat d'Yves Rocher pour obtenir l'exemption individuelle de son contrat de franchise,
- le combat à Bruxelles de la Fédération Française de la Franchise pour obtenir un règlement d'exemption applicable à tous les contrats de franchise.

Avec le règlement européen d'exemption par catégorie de 1988, la franchise est officiellement reconnue dans toute l'Europe.

Lancement de la lettre de la FFF

Dès ses premières années, la Fédération française de la franchise décide de communiquer auprès de ses adhérents au travers d'une lettre d'information. Appelée en 1971 « Franchising » et en 1981 « Franchise Actualités », « La lettre de la FFF » naît en 1988. Une version imprimée de 8 à 12 pages sur l'actualité de la franchise en France et à l'international : articles juridiques, nouvelles des adhérents, calendrier des formations, conférences et salons, petites annonces...



Décision juridique
Affaire Pronuptia
Eur Lex Europa
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:61984CJ0161SUM&from=FR>



« Toutes les causes du contrat indispensables pour la protection de l'identité et de la réputation du réseau sont valides. »
Cour de Justice de Luxembourg du 26 janvier 1986

La FFF modernise progressivement son image et édite sa lettre d'information.



1989 - 1999

Professionnalisation International Déontologie

L'élan

Avec la promulgation de la loi Doubin et l'application du 1^{er} règlement d'exemption européen en 1989, la franchise connaît un élan sans précédent. La franchise devient une stratégie de développement reconnue, mais demande encore à se professionnaliser.

Pour aider les franchisés à se décider en toute connaissance de cause, les franchiseurs se doivent dorénavant de leur transmettre les informations nécessaires à leur engagement. Cette exigence de transparence et de déontologie défendue par la FFF dès l'origine entre dans le champ d'application de la loi. S'ouvre alors une nouvelle période marquée par la réécriture du code de déontologie qui devient européen en 1992, une professionnalisation accrue des acteurs, un assainissement des pratiques et l'ouverture à l'international des réseaux.

90 adhérents FFF en 1995

540 réseaux de franchise en 1999

29 000 points de vente franchisés

et **196** milliards de francs de CA en 1999

50 ans
de succès



Création de nouvelles instances

La FFF se structure et s'organise autour de nouveaux comités. La création du Collège des experts et d'un Comité de recherche scientifique permet de professionnaliser davantage le métier de franchiseur d'en comprendre mieux les leviers. Parallèlement, un Comité de dialogue franchisé et un Comité de médiation franchiseur-franchisés voient le jour pour fluidifier les échanges entre les parties. Les franchisés font leur entrée à la FFF.

La FFF, pilier de la franchise à l'international

Afin de créer un écosystème de dimension internationale et faciliter l'exportation d'enseignes françaises, la FFF œuvre au développement des fédérations européenne et mondiale. La FFF prend la tête de la Fédération européenne de la franchise de 1993 à 1997. Elle est à l'origine de la création du World franchise Council en 1994. Elle pousse également à l'internationalisation du salon de la franchise de Paris.

Communication et promotion de la franchise

A cette période, la FFF met en place ses outils de communication pour promouvoir la franchise à l'extérieur. Elle crée le premier guide de la franchise en 1995 qui recense tous les réseaux se développant en franchise en France. Le site internet de la FFF voit le jour en 1999. Parallèlement, le salon de la franchise se poursuit chaque année à Paris Porte de Versailles ...



Comités, réunions et conventions : multiplication des instances de dialogue.



Le salon Franchise Expo Paris s'internationalise

Lancement du 1^{er} guide de la franchise en 1995



Maturité Renouveau Dialogue

L'envol

La franchise désormais mature peut prendre son envol. Le dialogue franchiseur-franchisé s'organise année après année, le salon de Paris devient le plus emblématique au monde. En 20 ans, le secteur va connaître des taux de croissance élevés, passant de **550** réseaux en 2000 à **1960** en 2021, de 32 000 points de vente franchisés à 75 000.

Une période riche, marquée par l'élargissement de l'écosystème autour d'un panel d'experts toujours plus complet : banquiers, conseils, avocats, chercheurs, experts comptables, en financement, en communication, en nouvelles technologies collaborent en vue de professionnaliser le modèle. C'est aussi l'époque de la transformation de la fédération avec la digitalisation de ses outils, de ses modes de communication et de son image.

En 2021 : **179** adhérents FFF,
1965 réseaux de franchise,
75 000 points de vente franchisés
et **69** milliards d'euros de CA



Une école de formation pour tous les professionnels

L'école de la franchise devient l'Académie de la franchise en 2008. Une décision qui s'accompagne d'une structuration de l'offre en plusieurs programmes et d'un élargissement des thèmes proposés. Année après année, le nombre de stagiaires augmente : ils ont été 123 en 2009 et 271 en 2021 à suivre une formation au sein de l'Académie de la franchise. Des formations sur mesure sont progressivement mises en place au sein des réseaux.



L'Académie devient une école reconnue pour la qualité de ses formations.

FFF, acteur engagé du Commerce

Pour faciliter la résolution à l'amiable des litiges, la FFF crée en 2011 le Comité de médiation franchise-consommateurs. Cette démarche innovante est le signe de l'engagement de la FFF en faveur d'un commerce dynamique et à l'écoute de ses clients. De même, la FFF se rapproche progressivement des autres fédérations de commerce afin de défendre les intérêts et le poids du commerce dans le paysage économique français.



La FFF s'engage aux côtés des acteurs du commerce en France.



Les 40 ans de la FFF en 2011 : une occasion de fête et de retrouvailles.

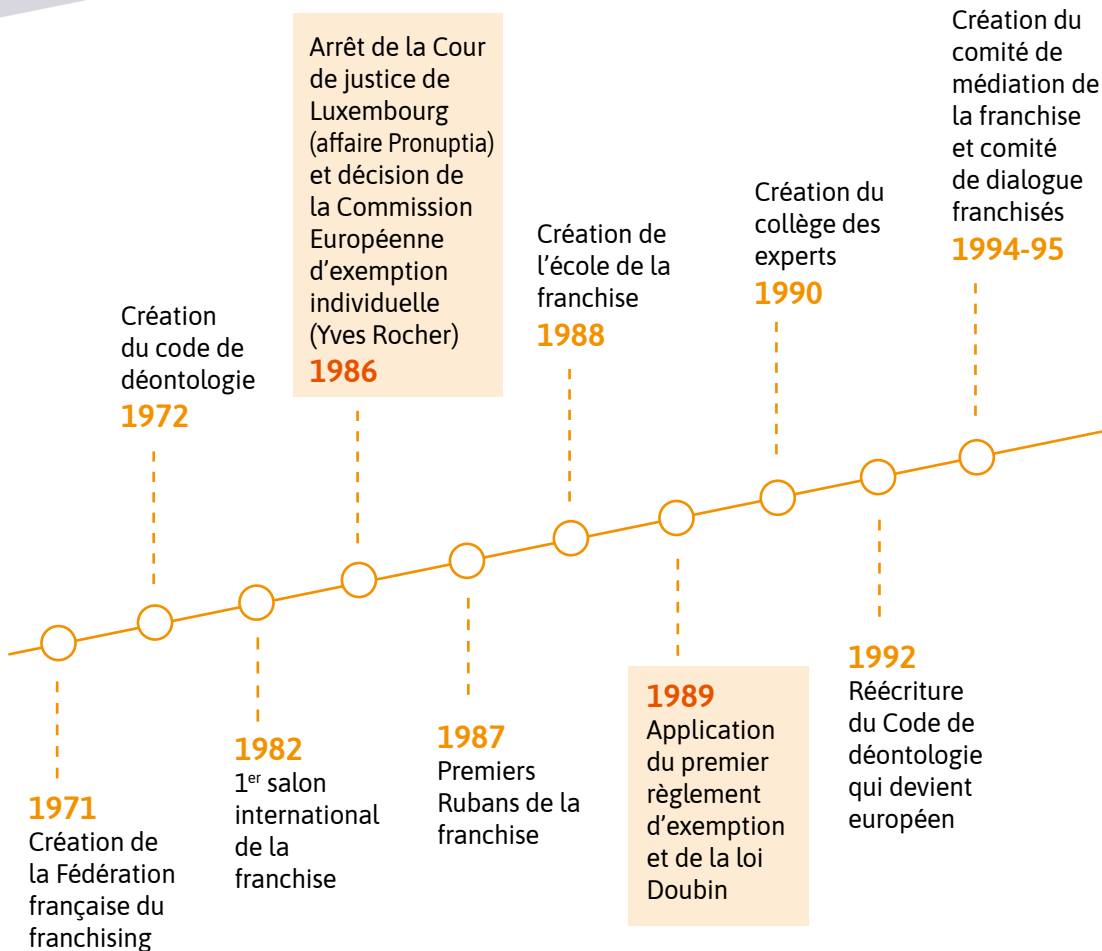
Ouverture, dialogue et modernité

La FFF prend la décision en 2004 de refondre sa Lettre d'information et d'en faire un magazine plus complet. Rezo voit le jour et devient un support d'information adressé à l'ensemble de l'écosystème franchise. 2008, la FFF prend une autre décision fondatrice : celle d'ouvrir ses instances de décisions aux franchisés, 3 postes sont créés au Conseil d'Administration. 2 postes de plus ont été créés en 2020, ce qui marque un dialogue renforcé au sein de la fédération.

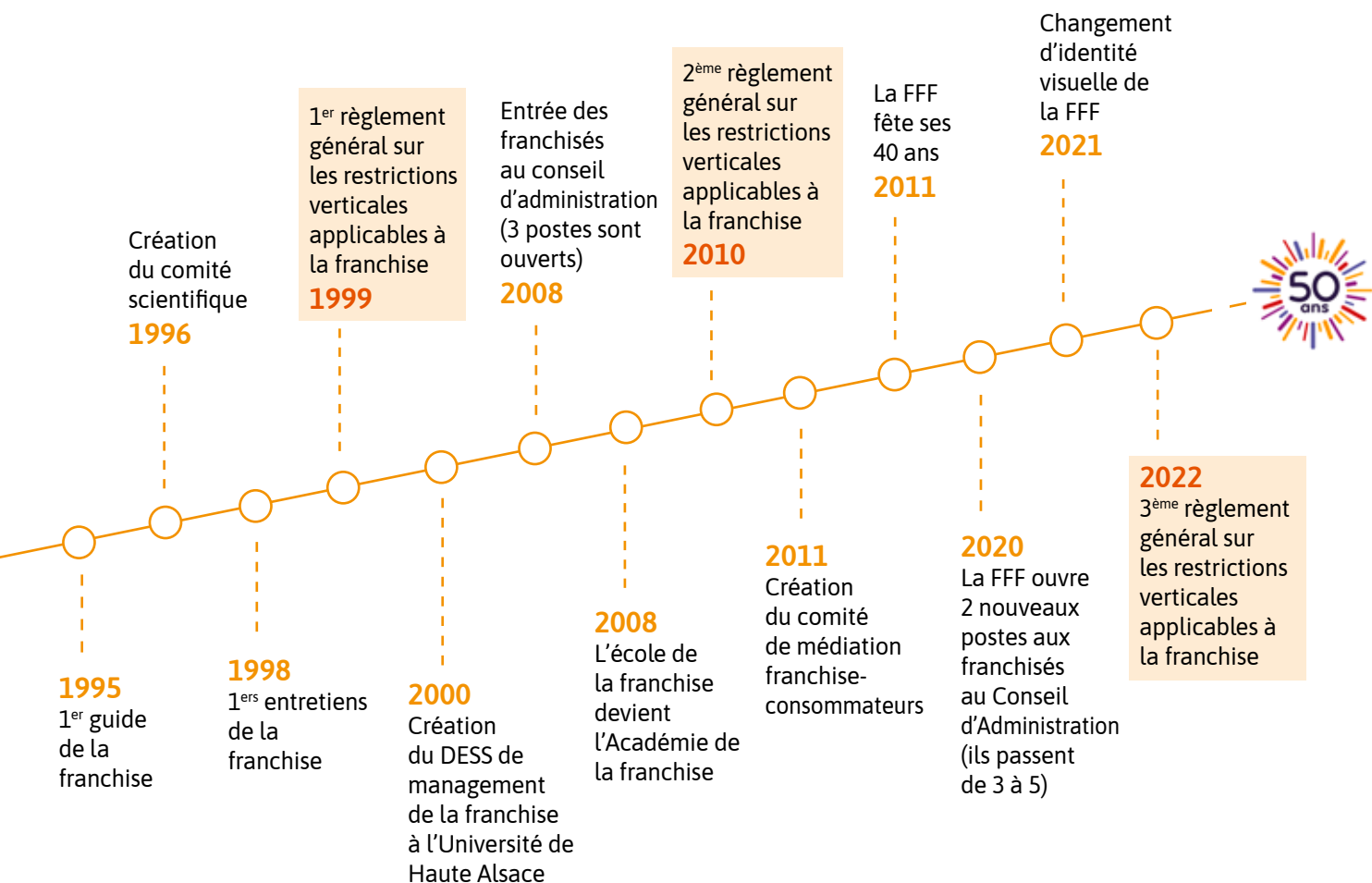


La lettre de la FFF devient le magazine rezo, lancement du 1^{er} numéro en mars 2004.

Dates-clés



50 ans
de succès



La franchise en France au 1^{er} rang européen

14 000 enseignes opèrent en Europe,
contre 3 472 aux Etats-Unis
et 4 000 en Chine

21% des enseignes
françaises sont
exportatrices

1965

réseaux de franchise en France

68,79
milliards € de CA

79 134

points de vente franchisés

795 441

emplois directs et indirects

179

réseaux de franchise
adhérents FFF

360

enseignes dans l'équipement
de la personne et 111 dans
l'équipement de la maison

202

enseignes dans les services
aux personnes et 124 dans
les services aux entreprises

210

enseignes dans la
restauration rapide et 100
dans la restauration à thème

50 ans
de succès

36 ans

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

30

jours de formation
initiale en moyenne
reçue par le franchisé

271

personnes formées
à l'Académie de
la Franchise

84%

des franchisés ont l'intention
de rester dans le réseau au
terme de leur contrat

9 franchisés sur 10

recommandent le modèle de la franchise

1 franchisé sur 2

a changé de secteur par rapport
à son activité précédente

12

points de vente ouverts
en moyenne au cours
des 12 derniers mois
par les franchiseurs

7 franchiseurs sur 10

proposent une offre écoresponsable

La création d'entreprise séduit les Français(es) !

28%

des Français(es) aimeraient
créer leur entreprise, 1 sur 2
chez les moins de 35 ans.

43%

des créateurs
d'entreprise envisagent
de le faire en franchise



Marc Goguet

président de la FFF de 1971 à 1975

« On a créé la FFF en juin 1971. Le dernier F était là pour franchising : on n'osait pas appeler ça franchise. C'est passé à franchisage un peu plus tard puis à franchise. »



Henri Micmacher

président de la FFF en 1978

« La franchise signifie égalité. Dans l'équilibre commercial qui est créé, les deux plateaux de la balance sont stabilisés quels que soient les poids et les pesanteurs qui vont s'y accumuler. A tout moment, la communauté d'intérêt doit rester parfaite. »



Jean Bréville

président de la FFF de 1985 à 1989 puis de 1995 à 1996

« Il fallait créer l'image d'une franchise pure et dure. Je voulais construire un concept clair de la franchise et la distinguer le plus clairement, le plus positivement possible des autres formes de commerce associé. »



Michel Micmacher

président de la FFF de 1990 à 1994

« La FFF est une fédération de professionnels gérée par des professionnels. L'un de ses atouts : la culture de la transparence, de la démocratie et du consensus. »



Jacques Cafler

président de la FFF de 1976 à 1978

« Le travail de réflexion-élaboration s'organisa vite dans un petit groupe composé autour du lanceur d'idée Marc Goguet. Nos réunions avaient pour but de rédiger « mot à mot » un Code de déontologie qui deviendrait le fondement même de la franchise. »



Benjamin Amstutz-Mahler

président de la FFF de 1978 à 1984

Décrit comme un homme cultivé, sincère, enthousiaste et sociable, Benjamin Amstutz-Mahler est décédé accidentellement à 51 ans. La franchise lui doit son Salon.



Pierre Elmalek

président de la FFF de 1994 à 1995

C'est sous l'impulsion de Pierre Elmalek que les franchisés ont fait leur entrée à la FFF avec la création du comité de dialogue.



Philippe Jambon

président de la FFF de 1996 à 2000

« La franchise m'a tout simplement permis d'aller beaucoup plus vite, à une époque où la concurrence était déjà bien en place. C'était en 1986. Je faisais de la franchise sans le savoir. J'ai rencontré Chantal Zimmer qui m'a proposé de rentrer à la FFF... le début d'une longue histoire. »



Pierre Normand

président de la FFF de 2000 à 2004

« La FFF doit toujours avoir une longueur d'avance. Toutes les idées qu'a eues la FFF se sont révélées excellentes et porteuses de progrès. Pourquoi ? Parce qu'elle regroupe des entrepreneurs de tous les secteurs, qui vivent chaque jour la réalité de la franchise. »



Francis Lacroix-Dubarry

président de la FFF de 2004 à 2008

« La fédération est à l'origine du code de déontologie, adopté dans le monde entier. (...) D'autre part, la fédération a mis en place de nombreux outils destinés aux franchiseurs et aux candidats franchiseurs comme aux franchisés et aux candidats franchisés. »



Guy Gras

président de la FFF de 2008 à 2012 et depuis 2020
Président de l'EFF de 2012 à 2016

« La FFF est en ordre de marche pour défendre et promouvoir un modèle résilient et performant. Plus que jamais, nous sommes aux côtés de tous les entrepreneurs pour promouvoir ce modèle économique dynamique, qui permet d'entreprendre à tout âge - notamment les jeunes et les seniors - et dans de très nombreux secteurs d'activité. »



René Prévost

président de la FFF de 2012 à 2016

« Notre objectif est de continuer à démocratiser le modèle de la franchise tout en veillant au respect du code de déontologie. Rappelons le caractère fructueux de la franchise en termes de contribution économique et de création d'emplois, permettant d'ouvrir de nouveaux horizons à toutes les personnes désireuses d'entreprendre. »



Michel Bourel

président de la FFF de 2016 à 2020

« Nous avons de la chance d'avoir une fédération forte, bien organisée et crédible face à ses interlocuteurs. Crédible parce que représentative, crédible aussi grâce à la qualité de ses adhérents, de ses travaux, des idées qu'elle défend et de par la manière dont elle les défend. »



Jacques Dalby

délégué général de la FFF de 1971 à 1982

« Je travaillais à l'époque aux Filatures Prouvost. J'ai pris en supplément les fonctions de délégué général. C'était un démarrage très pragmatique, on n'avait pas beaucoup d'argent. Donc on faisait beaucoup de choses par soi-même. »



Chantal Zimmer

déléguée générale de la FFF de 1985 à 2019

« Intégrité, respect, excellence et confiance sont les valeurs qui ont porté la FFF. La confiance se mérite et elle se construit. C'est pourquoi la principale force de la franchise, c'est la place de l'Homme au cœur du dispositif. Son dynamisme et son engagement font son succès ou son échec. »



Paul Dompnier

délégué général de la FFF de 1982 à 1985

Véronique Discours-Buhot

déléguée générale de la FFF depuis 2019

« La franchise a traversé le temps et démontré sa résilience et son adaptabilité. C'est un modèle d'entrepreneuriat unique et actuel qui répond à bien des défis de notre société et économie ! »

Engagement Responsabilité Innovation

L'exigence

La FFF, solide de par sa notoriété, son autorité, sa représentativité est respectée en France et dans le monde. Tout ce travail a été fait par les franchiseurs, les franchisés, les experts, et tous les partenaires de l'écosystème qui ont cru en la FFF. Tout au long de son histoire, elle a montré qu'elle savait s'adapter aux enjeux de son temps.

Aujourd'hui, la franchise est plus que jamais tournée vers l'avenir. Elle est une réponse au désir d'entrepreneuriat et de travail collaboratif, et aux critères de responsabilité sociale et environnementale tant attendus par les citoyens.

Les défis à relever

- La reconnaissance du modèle comme un atout pour l'économie de notre pays et la vitalité de nos territoires,
- Positionner la franchise comme un moteur de l'entrepreneuriat,
- L'adaptation à l'évolution du commerce et des services (digitalisation, RSE, ...)
- Le développement des enseignes françaises à l'étranger.

50 ans
de succès



Poursuivre nos actions collectivement

Il nous faut poursuivre le travail dans la continuité des 50 années passées. Tout en ayant en tête nos devoirs à accomplir collectivement. Devoir de mémoire, pour ne pas oublier les racines qui nous fondent. Devoir de transmission, pour assurer la pérennité de la franchise. Devoir de vigilance, pour préserver l'indépendance de la FFF, et l'intérêt général de son action. Devoir d'anticipation, pour préserver les atouts de la franchise.

Accomplir nos engagements en accord avec notre raison d'être

« Ensemble, accélérons la réussite des entrepreneurs de la franchise ! ». La raison d'être de la FFF, définie collectivement en 2020, l'oblige à agir avec éthique, équité, innovation et partage. Ces 4 valeurs guident nos actions et notre manière d'être. Ainsi, nous voulons continuer à soutenir l'entrepreneuriat en faisant preuve de toujours plus d'expertise, d'ouverture et de convivialité !

Notre ambition pour l'avenir de la franchise et de la FFF

Continuer de faire de la franchise française un fleuron de l'économie française qui rayonne à l'international : cet objectif nous demande d'innover sans cesse. Il nous faut accompagner nos adhérents à relever les défis qui les attendent : ceux de la digitalisation, de la responsabilité sociale et environnementale, du dialogue et du partage. La franchise a montré dans son histoire ses qualités d'adaptation et de résilience. Ensemble, nous pouvons oeuvrer pour qu'elle soit le fer de lance d'un commerce engagé et durable pour demain.



La FFF et ses adhérents : une volonté de construire à collectivement.



La FFF, un lieu de convivialité



La mission de la FFF : promouvoir l'entrepreneuriat en franchise.



fff Fédération
Française
Franchise

29, boulevard de Courcelles - 75008 Paris

Tél. : 01 53 75 22 25

www.franchise-fff.com

www.formation-franchise.com

www.blog-franchise-fff.com