

# La Fédération Française de la Franchise dévoile sa nouvelle identité visuelle

Engagée depuis 50 ans pour faire de la franchise un outil de développement et de dynamisme économique en France et dans le monde, la Fédération Française de la Franchise souhaite plus que jamais se positionner comme un accélérateur de la réussite des entrepreneurs et une fédération au service de ses franchiseurs et franchisés. Un engagement réaffirmé avec force en cette période de crise, que vient concrétiser **une nouvelle identité visuelle dévoilée en ce début d'année pour répondre à deux objectifs principaux : moderniser l'image de la FFF et réaffirmer le soutien et l'accompagnement de la Fédération à ses adhérents**. Ainsi, le sigle FFF a été retravaillé dans sa forme et ses couleurs, pour véhiculer les valeurs d'innovation, de partage, d'éthique et d'équité, chères à la Fédération.

## Une identité visuelle à l'image de la Fédération, moderne et proche de ses adhérents

Depuis 50 ans, la Fédération Française de la Franchise est la fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés et la représentante incontestable du modèle de la franchise en France. Un modèle d'entrepreneuriat vertueux, fondé sur le transfert de savoir-faire et le partage de valeurs entre franchiseurs et franchisés.

Imaginé par l'agence Story building, son nouveau logo vient ainsi traduire et concrétiser le **caractère convivial, proche et ouvert revendiqué par la Fédération**. En violet foncé, les deux premiers F symbolisent la stabilité et l'action de la FFF à l'égard de ses franchiseurs et franchisés. La barre du

deuxième F se prolonge à droite pour envelopper le troisième F – représentant des franchisés et franchiseurs – et vient incarner **l'accompagnement de la Fédération à l'égard des entrepreneurs**. Affirmé et élancé, son dessin traduit le dynamisme et l'intérêt de la franchise dans la création de lien social et le développement de l'économie locale. À droite de ce nouveau sigle, présenté à la verticale, le bloc marque bicolore "Fédération Française de la Franchise" ajoute de la lisibilité à ce nouveau logo et vient représenter le **caractère singulier et unique de la Fédération**.

## Des couleurs retravaillées

La FFF conserve son identité et ses couleurs – le violet et le orange – qui ont été retravaillées pour un **rendu plus moderne et lumineux, représentatif du caractère vertueux du modèle de la franchise**, créateur d'emplois et de richesses, y compris en période de crise.

Plus foncé, **le violet symbolise la stabilité de la Fédération** dans sa stratégie d'accompagnement, de formation des franchiseurs et des franchisés et de promotion du modèle de la franchise en France et en Europe.

Plus fraîche et lumineuse, **la couleur orange exprime elle l'énergie créative** qui anime les adhérents de la FFF, la jeunesse des nouveaux entrepreneurs qui chaque jour choisissent le modèle de la franchise et enfin, la réussite de ce modèle d'entrepreneuriat créateur de valeur et d'emplois.

La couleur violette :  
**stabilité**

La couleur orange :  
**énergie créative**

Le logo principal de la FFF :



Tous les autres logos de la FFF ont également été retravaillés et déclinés pour contribuer à cette nouvelle charte graphique globale et modernisée :



## À propos de la Fédération Française de la Franchise

Acteur majeur du dynamisme de l'économie française, la **Fédération Française de la Franchise** est la fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés depuis 1971. Elle représente le modèle de la franchise, un modèle d'entrepreneuriat fondé sur le transfert du savoir-faire et le partage de valeur. Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise, mais également de fédérer son écosystème et de créer les outils et l'environnement propice au développement et à la performance des réseaux de franchise. La Fédération Française de la Franchise a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris, devenu depuis un rendez-vous annuel international majeur de la franchise.

La franchise représente en France 2 049 réseaux, 78 218 points de vente franchisés, pour près de 68 milliards d'euros de chiffre d'affaires. L'activité génère 757 852 emplois (directs et indirects). En 2009, la FFF a créé L'Académie de la franchise, premier organisme de formation aux métiers de la franchise, dont l'offre est dédiée aux futurs franchisés, mais aussi aux futurs et actuels franchiseurs.

En savoir plus

[franchise-fff.com](http://franchise-fff.com)

