



Dès sa création en 1971, la Fédération Française de la Franchise s'est imposée comme référence, notamment en contribuant à l'élaboration du Code de déontologie européen de la franchise qui précise les bons usages et la bonne conduite des utilisateurs de la franchise en Europe.

50 ans plus tard, la Fédération continue d'être l'ambassadrice de ce modèle. Elle en fait la promotion, le défend et représente les intérêts de ses acteurs (environ 2 000 réseaux) auprès de futurs franchiseurs et franchisés, des pouvoirs publics et des différents décideurs économiques tant en France qu'à l'échelle européenne. Résolument tournée vers l'avenir, la Fédération Française de la Franchise œuvre au quotidien pour le développement et la pérennité du modèle.



### Le mot de la Déléguée générale Véronique Discours-Buhot

*“ Problèmes d'énergie, hausse des taux d'intérêt, contexte géopolitique, hausse des coûts d'exploitation... l'année 2022 ne nous aura pas épargné. Nous avons tous espéré une année de reprise, nous pourrions sans doute parler d'année de transition tant tous les paramètres ont été affectés. Si on pouvait craindre un gel des intentions d'investir, la réalité est tout autre. Les entrepreneurs font face. Encore une fois.*

*Crise après crise, les chefs d'entreprise s'adaptent. Malgré une année semée d'embûches, 2023 nous donne des raisons d'être optimistes. 82% des chefs d'entreprises se déclarent optimistes vis-à-vis de la situation économique de leur entreprise mais au-delà des chiffres, ne vivons pas cette période comme une fatalité.*

À nous de faire preuve de résilience. Notre modèle économique en est l'une des meilleures illustrations. La franchise, grâce à son concept associant liberté d'entreprendre et accompagnement d'un réseau, montre ici toute sa force et son adaptabilité. Par sa souplesse, le système de franchise est sans nul doute l'une des meilleures réponses aux temps que nous vivons. Dans un monde de plus en plus complexe et incertain, la franchise apparaît indéniablement comme un modèle d'avenir.

À nous de montrer notre capacité de mobilisation. J'en veux pour preuve le travail que nous menons auprès des pouvoirs publics pour faire valoir notre poids économique et l'importance de nos réseaux dans le tissu économique local et national, afin d'éclairer au mieux le législateur sur nos besoins et les risques opérationnels des projets de réglementation. Cette capacité de mobilisation s'illustre aussi par le travail de collaboration sans précédent, depuis les mesures covid, le plafonnement des loyers pour les PME l'an dernier, les Assises du commerce, jusqu'au récent projet de création du Conseil National du Commerce (CNC) pour lequel la FFF est partie prenante dans la rédaction d'une proposition au gouvernement. L'Etat devra s'engager et faire preuve de sa volonté d'action non pas simplement parce que notre secteur en a besoin mais parce que l'économie française a besoin du commerce et de ses Entrepreneurs en Franchise.

Souhaitons que 2023 permette à tous nos commerces de poursuivre la dynamisation de nos territoires ; que les effets ciseaux entre coûts d'exploitation et tensions sur les ventes puissent être dépassés. Souhaitons que 2023 nous permette de construire une véritable politique du commerce à long terme. La Fédération Française de la Franchise y prendra toute sa part.

À nous d'influencer les décisions qui bâtiront l'avenir ! ”

# NOS MISSIONS

## 1 PROMOUVOIR LE MODÈLE DE LA FRANCHISE

La Fédération Française de la Franchise a pour première mission de promouvoir la franchise. Elle s'adresse à la fois aux franchiseurs en activité comme aux futurs franchiseurs - tous chefs d'entreprise désireux de développer leur réseau - mais aussi aux (futurs) franchisés - tous candidats à la création d'entreprise - pour leur faire connaître les avantages et exigences d'un tel modèle. La FFF a créé Franchise Expo Paris il y a 40 ans afin de permettre aux porteurs de projet de rencontrer les enseignes développées en franchise. Elle participe par ailleurs à de nombreuses manifestations dans toute la France pour en faire la promotion et s'appuie sur la réussite et les témoignages de franchiseurs et franchisés pour valoriser le modèle.

## 2 DÉFENDRE LES INTÉRÊTS ET PÉRENNISER LE MODÈLE

Après des pouvoirs publics et des différents décideurs économiques, la FFF agit pour que la franchise soit prise en compte dans les orientations du commerce national et que son expansion soit encouragée et favorisée.

## 3 FÉDÉRER L'ÉCOSYSTÈME FRANCHISEURS, FRANCHISÉS, PARTENAIRES, INSTITUTIONNELS, FINANCIERS, COLLECTIVITÉS LOCALES

## 4 CRÉER LES OUTILS ET L'ENVIRONNEMENT PROPICES AU DÉVELOPPEMENT ET À LA PERFORMANCE DES RÉSEAUX DE FRANCHISE

La Fédération Française de la Franchise a mis en place depuis sa création de nombreux services pour accompagner ses membres à être toujours en phase avec l'évolution du marché :

- La FFF organise des réunions, des ateliers, conférences et colloques, ainsi qu'une veille juridique et presse, etc.
- L'organisation d'événements phares réunissant l'ensemble des acteurs du monde de la franchise : Franchise Expo Paris, colloques, campagnes de communication...

La Fédération Française de la Franchise place la formation au cœur du processus de professionnalisation et de développement de la franchise. Créée en 2009, l'Académie de la franchise est l'organisme de formation de la FFF spécialisé 100% franchise et poursuit son objectif d'accompagnement aux futurs franchisés et (futurs) franchiseurs afin qu'ils acquièrent une plus grande maîtrise des métiers de la franchise et réussissent leurs projets. L'Académie propose une dizaine de formations qui permettent à tout réseau quel que soit son stade d'évolution, de trouver la formation adaptée à son besoin et à celui de ses collaborateurs qu'ils soient animateurs, directeurs de réseau, juristes, développeurs, etc.

Afin de favoriser la résolution d'éventuels conflits au sein des réseaux de franchise, la FFF a créé la Médiation Franchiseur-Franchisé (M2F) complémentaire aux deux voies déjà existantes, la justice d'État et la justice arbitrale. En 2011, la FFF a créé une Chambre de Médiation Franchise-Consommateurs (MFC) chargée de traiter des différends opposant les consommateurs à des franchisés et/ou franchiseurs.

# LA FRANCHISE, CRÉATRICE D'ACTIVITÉS ET DE RICHESSE

La franchise est un mode de collaboration entre deux entreprises indépendantes juridiquement et financièrement (le franchisé et le franchiseur). C'est une méthode qui permet à un indépendant d'entreprendre plus rapidement en optimisant ses chances de succès et à un franchiseur d'asseoir son développement commercial sur un réseau de chefs d'entreprise impliqués sur leur marché local. Présente dans presque tous les secteurs d'activité, la franchise est un modèle qui a fait ses preuves et sur lequel chacun trouve son avantage. C'est un véritable gage de la réussite des entrepreneurs !

## LES AVANTAGES... POUR LE FRANCHISÉ

- Le franchisé est propriétaire de son entreprise et est juridiquement indépendant
- Le franchisé bénéficie de l'image de marque et de la réputation de l'enseigne par rapport aux consommateurs
- Le franchisé bénéficie d'un système de gestion commerciale conçu et expérimenté par le franchiseur, d'où économie de temps et réduction du risque financier
- Le franchisé bénéficie de l'avantage compétitif par synergie économique et par l'innovation apportée par le franchiseur
- Le franchisé accède par la formation et les conseils et l'assistance permanents à une maîtrise professionnelle supérieure aux commerçants isolés
- Le franchisé bénéficie d'une meilleure rentabilité des capitaux investis par rapport au commerçant isolé grâce à leur optimisation et économies d'échelle permises par la standardisation des opérations

## LES AVANTAGES... POUR LE FRANCHISEUR

**La franchise apporte à l'entreprise du franchiseur une combinaison de moyens commerciaux et financiers :**

- Financement privilégié d'un réseau commercial
- Limitation de la capacité de réaction de la concurrence grâce à la conquête rapide d'un marché, aux effets financiers de la coalition économique du réseau, et à l'occupation du territoire par des emplacements de premier ordre
- Valorisation de la marque et la fidélisation de la clientèle

De 1983 à aujourd'hui, la franchise a acquis sa maturité. La force de la franchise, c'est la puissance du collectif, entre le franchiseur et le franchisé, une alliance entre deux chefs d'entreprise indépendants qui coopèrent pour développer leur entreprise. Au niveau local et national, la franchise représente un modèle commercial clé pour le développement de l'économie française qui contribue à la création d'emplois, à la professionnalisation du commerce et des commerçants, à la dynamisation des centres-villes et plus généralement à l'attractivité du territoire.

### **Oui, la franchise crée des entreprises**

84 497 franchisés ont créé leur entreprise. Elle constitue un formidable outil de reconversion professionnelle et est accessible à tous les âges et contribue ainsi à la lutte contre le chômage.

### **Oui, la franchise crée et sauvegarde des emplois**

Un franchisé emploie en moyenne 9 salariés en équivalent temps plein. Et puisqu'une franchise permet de développer un réseau, des emplois indirects sont aussi créés chez le franchiseur et les fournisseurs.

### **Oui, la franchise participe à la modernisation du commerce**

L'hôtellerie, l'alimentaire, le bio, les fleuristes en sont des exemples. En effet, les franchiseurs font évoluer leur concept et leur savoir-faire pour répondre aux attentes de leurs franchisés et de leurs clients.

### **Oui, la franchise sauve des entreprises**

De plus en plus de commerçants traditionnels viennent à la franchise afin d'assurer leur avenir. Ils se donnent ainsi, tout en restant indépendants, les moyens modernes pour se développer et pérenniser leur modèle.

### **Oui, la franchise dynamise l'activité locale des villes et centres-villes**

33% des implantations en franchise se font dans les villes de moins de 20 000 habitants. Les magasins sont à la fois en centre-ville, périphérie et centres commerciaux.

# LA FRANCHISE EN CHIFFRES



**1 972** RÉSEAUX  
DE FRANCHISE

**84 497** POINTS DE VENTE  
FRANCHISÉS

**828 178** EMPLOIS DIRECTS  
ET INDIRECTS



**76,6** MILLIARDS D'EUROS  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES  
GLOBAL



**35 ans** AGE MOYEN À L'OUVERTURE  
DU PREMIER POINT DE VENTE

**36%** DES FRANCHISÉS SONT  
DES FEMMES (+5 points en 1 an)



**32%** Y VOIENT LA POSSIBILITÉ  
D'ACQUÉRIR UN NOUVEAU  
SAVOIR-FAIRE

**29%** DE REPRENDRE LE CONTRÔLE  
DE LEUR VIE

**44%** DES FUTURS CRÉATEURS  
FRANÇAIS D'ENTREPRISE  
ENVISAGENT DE LE FAIRE  
EN FRANCHISE EN 2022

Taille de la ville d'implantation  
(hors Ile-de-France) :



**39%** ONT MOINS DE  
20 000 HABITANTS



**30%** ONT ENTRE 20 000  
ET 100 000 HABITANTS



**31%** ONT PLUS DE  
100 000 HABITANTS



**52%**

DES FRANCHISÉS CHOISISSENT LA  
FRANCHISE POUR BÉNÉFICIER D'UN  
ACCOMPAGNEMENT ET DE MOYENS  
POUR DÉVELOPPER LEUR AFFAIRE



**6 franchisés sur 10**

UTILISENT LES SALONS POUR  
SÉLECTIONNER LES NOUVEAUX  
FRANCHISÉS

**23 ans**

ANCIENNETÉ MOYENNE  
DES ENSEIGNES

Source : Indicateurs clés de la Franchise 2022 / Enquête Banque Populaire-Kantar-FFF-2022



Contacts médias :



Camille Fièvre et Peter Even  
TeamRPFranchise@monet-rp.com  
Tél : 02 53 35 50 20

**fff** Fédération  
Française  
Franchise

29 boulevard de Courcelles 75008 Paris  
[www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)  
[www.formation-franchise.com](http://www.formation-franchise.com)  
Franchise Expo Paris : [www.franchiseparis.com](http://www.franchiseparis.com)

