



2020

# RAPPORT D'ACTIVITÉ

ET PLAN D'ACTION 2021



## SOMMAIRE

L'ÉDITO	3
<b>2020</b>	
LA STRATÉGIE MENÉE	4
LE DÉVELOPPEMENT DE LA FFF	6
LES RÉUNIONS ADHÉRENTS	8
LA COMMUNICATION	10
LE SALON FRANCHISE EXPO PARIS	12
LE SERVICE JURIDIQUE	14
LA FORMATION	16
LA CRISE SANITAIRE	18
<b>2021</b>	
LES PRIORITÉS STRATÉGIQUES	20
LES 9 CHANTIERS DE LA FFF	21
LA COMMUNICATION	22
LES ACTIONS PRÉVUES	24
LES CONTACTS FFF	28



# — ÉDITO



**VERONIQUE DISCOURS-BUHOT**  
Déléguée générale FFF

Chers amis de la franchise,

L'année 2020 a commencé dans le calme, mais le calme a été de courte durée !

Les premiers mois de l'année ont été consacrés à la refonte du projet stratégique de la FFF et la définition de sa mission pour les années à venir : continuer à populariser le modèle de la franchise, en organisant sa montée en puissance en France et en Europe, avec une communication explicite, moderne et positive. Nous avons recensé tous les éléments qui font de la franchise un concept vertueux et un modèle économique prometteur. L'enjeu est aujourd'hui de mieux faire connaître les forces du modèle auprès d'un public plus large, plus jeune, et également des pouvoirs publics et des institutionnels.

**« L'enjeu est aujourd'hui de mieux faire connaître les forces du modèle auprès d'un public plus large, plus jeune. »**

La FFF a ensuite pris de plein fouet la crise liée au Covid-19. Cette crise a été brutale mais elle nous a obligé à nous projeter dans l'avenir : en un temps record, nous avons ouvert le grand chantier de la digitalisation de la FFF.

Les équipes ont rapidement mis en place de nouveaux outils permettant de transformer nos ateliers en webinars, et d'organiser les sessions de formation de l'Académie en format digital. Nous sommes la 1<sup>ère</sup> fédération à avoir organisé des webinars pour expliquer à ses membres les mesures gouvernementales et les aider à surmonter la crise.

Cette période a été un temps fort pour nous tous. Elle nous a permis de resserrer les liens entre l'équipe, ses membres, ses experts, ses administrateurs, et également avec nos partenaires. Nous avons essayé d'envisager la crise comme une opportunité d'avancer et de faire de nouvelles choses.

Nos projets pour 2021 sont nombreux et ambitieux. **Nous souhaitons préparer les 50 prochaines années de la fédération : développer nos membres et nos services pour augmenter la représentativité de la FFF en maintenant son image de sérieux, de professionnalisme et d'éthique.**

## — Le nouveau positionnement stratégique de la FFF

Le début de l'année 2020 a été l'occasion de remettre à plat le positionnement stratégique de la FFF, en redéfinissant les éléments de langage autour... Le travail a été mené sur plusieurs mois dans une démarche collective, avec la participation d'administrateurs, de partenaires, de prestataires de la FFF, aux côtés de l'équipe de permanents.

Le travail d'audit a d'abord commencé par plusieurs ateliers d'échange avec les partenaires de la FFF afin d'évaluer leur perception de la FFF aujourd'hui et leur projection de la FFF demain. Ensuite, des sessions de travail avec les équipes de la FFF ont permis de construire le positionnement de la FFF demain, d'élaborer sa plateforme de marque et de poser ses éléments de langage pour 2020.

### » Une reconnaissance du professionnalisme de la FFF

La fédération Française de la Franchise est apparue comme « une fédération solide sur le fond, armée », « avec une bibliothèque de compétences sérieuses ». En tant « réseau des réseaux », la FFF est reconnue pour « son éthique et son professionnalisme » et ses « initiatives nombreuses réalisées dans le temps », comme « des lignes de force et de continuité ».

« Ensemble, accélérons la réussite des entrepreneurs de la franchise ! »

### » Une ambition forte pour les années à venir

A la suite du travail d'audit, la mission qui a été définie pour la fédération est de continuer à populariser le modèle de la franchise, en organisant sa montée en puissance en France et en Europe, avec une communication explicite, moderne et positive.

### » Une nouvelle charte graphique

Pour réaffirmer son positionnement d'accélérateur de la réussite des entrepreneurs et de fédération au service de ses franchiseurs et franchisés, la FFF a modernisé sa charte graphique. Son nouveau logo se veut plus actuel et plus proche de ses publics. Les couleurs – le violet et le orange – ont été retravaillées pour un rendu plus moderne et lumineux. L'enjeu est de faire ressortir le caractère vertueux du modèle de la franchise, fondé sur le transfert de savoir-faire et le partage de la valeur, créateur d'emplois, de richesses et de lien social.





Verre de la franchise janvier 2021 :  
les vœux du président, de la déléguée générale  
et de la directrice du salon Franchise Expo Paris

## NOTRE STYLE

La FFF se reconnaît particulièrement dans les mots suivants :

- ✓ **ENTREPRENEUR**
- ✓ **EXPERT**
- ✓ **OUVERT**
- ✓ **CONVIVAL**
- ✓ **TENDANCE**

## NOS VALEURS

La FFF se définit dans certaines valeurs fondatrices :

- ✓ **ÉTHIQUE**
- ✓ **ÉQUITÉ**
- ✓ **INNOVATION**
- ✓ **PARTAGE**



Salon Franchise Expo Paris



Réunion régionale Grand Ouest chez Del Arte

## NOTRE CRÉDO

La franchise est un modèle d'avenir et un atout pour l'économie française :

- ✓ **Création d'entreprises et d'emplois**
- ✓ **Dynamisation des centres villes**
- ✓ **Lien social**
- ✓ **Mobilité professionnelle**
- ✓ **Envie d'entreprendre**

## — Le développement de la FFF : nouveaux adhérents en 2020

L'objectif de la FFF en 2020 a été de poursuivre son travail de développement, tout en maintenant la rigueur de la sélection. Le respect de la déontologie est un principe fondamental de l'adhésion à la FFF, que doit s'engager à respecter chaque membre. Un travail de fond a été mené par les équipes en interne pour fluidifier les processus d'adhésion sur le plan administratif et digitaliser certaines étapes.

L'année 2020 a vu l'adhésion de 10 nouvelles enseignes. Pour adhérer à la FFF, un réseau doit avoir au moins 2 points de vente franchisés, justifier d'un concept de qualité et du respect du Code de déontologie européen de la franchise et passer avec succès une commission d'admission.

### » La FFF a donc accueilli les nouvelles enseignes suivantes :

Merci +, Nachos, On Air, Comptoir de Location, Tutti Pizza, Aquatiris, Akena, Vie & Véranda, Boulanger, Crédit conseil de France. Les enseignes Elancia et La Vignery sont devenues membres actifs après 2 ans sous statut de nouvelle franchise.

# 10

nouvelles enseignes  
adhérentes  
en 2020



» Parallèlement la FFF compte 9 enseignes de moins (démissionnaires, exclues ou dépôt de bilan) : Planet Sushi, Moulin de Païou, Fiducée Gestion Privée, La Maison des Travaux, Michel Simond, Maison Caffet, Tohapi, Breal, Morgan.

» Le Collège des experts s'est enrichi de 5 nouveaux membres : Pascal Croze – Cléonet, Christophe Grison – Fidal, Cécile Peskine – Linkea, Abdel Tamrane – 1789.fr, Emmanuelle Courtet – Progressium. Un membre a été exclu : Richard Benon – avocat.

## PRÉSIDENT SORTANT

Michel Bourel (Cavavin) est salué pour le travail réalisé au cours de ses 2 mandats en tant que président de la FFF. Il a permis de faire avancer la réflexion sur différents sujets, tels que la multi-canalité, l'accès au financement, le développement à l'international des réseaux. Michel Bourel s'est attaché à mieux faire connaître les atouts de la franchise pour le développement des territoires auprès des politiques et des élus locaux.



*Michel Bourel a assuré la présidence de la FFF au cours de 2 mandats successifs*

## PRÉSIDENT ENTRANT



*Guy Gras reprend la présidence la FFF, mandat qu'il avait déjà occupé de 2008 à 2012.*

L'arrivée de Guy Gras (Yves Rocher) à la tête de fédération s'est déroulée dans un contexte inédit marqué par la crise sanitaire qui affecte particulièrement les commerces en franchise. La fédération salue sa forte implication dans la défense des intérêts de la franchise, sur le plan juridique et réglementaire. Sa présidence permet à la FFF d'avoir un représentant de poids en matière de lobbying auprès des différents pouvoirs publics.

## ADHÉSION

### » Commission d'admission : caution pour une franchise vertueuse

Un réseau ou un expert n'est admis qu'après un examen minutieux de son dossier de candidature, validé par une Commission d'admission puis soumis à l'approbation du Conseil d'administration de la FFF. Un travail de fond a été mené par les équipes en interne pour fluidifier les processus d'adhésion sur le plan administratif et digitaliser certaines phases. Toutes les étapes ont été remises entre les mains du responsable développement, en vue d'une plus grande efficacité et d'une meilleure communication avec le candidat. Avec le contexte du Covid-19, la commission d'admission peut dorénavant se dérouler en distanciel.

## AG FFF

### » Un nouveau président et de nouveaux administrateurs

L'Assemblée Générale extraordinaire de la FFF s'est réunie le 14 septembre dernier afin d'élire un nouveau président mais également de nouveaux administrateurs. Ainsi, outre Guy Gras, Claire Lanneau de Babychou Services, a rejoint le collège franchiseurs.

Le collège franchisés est passé de 3 à 5 franchisés, avec l'élection ou réélection de Sophie Lorain-Gangnon, Clarence Chapuy, Stéphanie Lemoine et Eric Azan, respectivement franchisés des enseignes Babychou Services, Les Menus Services, Jeff de Bruges et Quick.

## — Le partage de bonnes pratiques entre adhérents : des événements repensés en format virtuel

Le programme des activités de la FFF sur l'année 2020 a été très largement bousculé en raison de l'impossibilité de se réunir. Les événements physiques traditionnellement proposés aux adhérents ont dû être transformés en format digital, dès que cela était possible.

### » Des réunions adhérents organisées majoritairement en visioconférence

Fidèle à sa vocation de partage et de convivialité, la FFF a vécu les périodes de confinement de l'année 2020 comme une réelle privation. Si quelques rendez-vous ont pu se tenir en présentiel sur les mois de janvier-février et septembre-octobre, les habitudes de travail ont dû être revues en un temps record. Ainsi que le planning d'actions et les thèmes initialement prévus. Pour s'adapter à la nouvelle situation, ont été organisés en format digital :

- ✓ 25 ateliers techniques
- ✓ 4 réunions du Collège des experts
- ✓ La Conférence juridique du 17 décembre 2021
- ✓ Des réunions d'échanges quasi hebdomadaires pour faire face à la crise

### » La création et l'envoi d'une newsletter pour garder le lien

La FFF a mis en place une newsletter ACTU FFF envoyée toutes les deux semaines à l'ensemble des adhérents. Elle a eu un rôle dans le partage d'information sur les événements et actualités de la fédération : articles à la Une, dates des prochains RDV, replay des webinars, actualités des adhérents, nouvelles juridiques, agenda des prochaines formations...



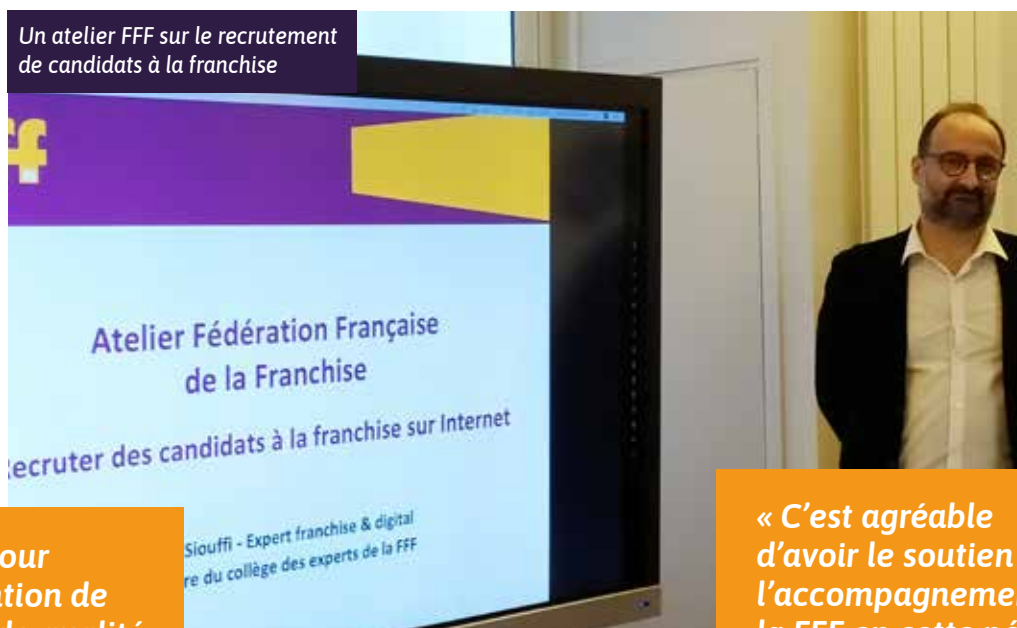
## LE COLLÈGE DES EXPERTS

### » Nouveau service : lancement de la Lettre des experts

Dans le contexte de la crise sanitaire, la FFF a créé un nouveau service dédié aux adhérents et alimenté par les experts du Collège : « La Lettre des experts ». Chaque expert FFF peut publier sur une page dédiée du site FFF un article - analyse, point de vue, réflexion - sur une thématique de sa spécialité donnant son éclairage sur la situation. Une nécessité qui s'est fait ressentir face aux besoins d'accompagnement des réseaux et qui est destinée à perdurer.



Un atelier FFF sur le recrutement de candidats à la franchise



« Merci pour l'intervention de très grande qualité qui sera utile pour accompagner les franchisés des réseaux dont nous nous occupons. Encore une fois, merci aux équipes de la FFF pour leur mobilisation. »

« C'est agréable d'avoir le soutien et l'accompagnement de la FFF en cette période. Un grand merci ! »



Une réunion de travail à la FFF

« La fédération fait un travail formidable et tellement essentiel en ce moment ! »



Une réunion régionale chez Fiducial à Lyon février 2020

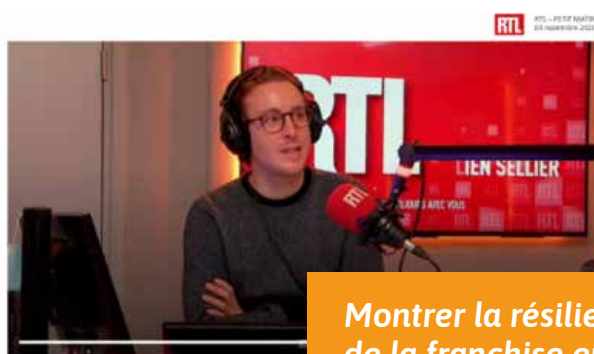
## — Actions de communication : valoriser le modèle de la franchise et les adhérents

La FFF a pour mission d'assurer la promotion de la franchise et de sa déontologie en faisant mieux connaître ses spécificités auprès d'un public de plus en plus large. Pour cela, la fédération s'est dotée d'outils de communication spécifiques et développe diverses actions valorisant ses adhérents franchiseurs et franchisés. En 2020, pour compenser l'absence d'événements physiques, la FFF a renforcé ses relations presse, sa communication éditoriale et ses partages sur les réseaux sociaux.

### » Relations presse : nouvelle agence et nouveaux axes de communications

Pour accompagner la reprise d'activité du secteur et relayer les sujets stratégiques liés à la franchise auprès d'une cible de médias économiques de poids, la FFF s'est attachée les services d'une nouvelle agence de relations presse. Celle-ci s'est donnée pour objectif de démontrer le rôle de guide et d'expert de la FFF sur les sujets liés à la franchise et au commerce, en portant haut et fort les enjeux économiques du secteur.

En lien avec le contexte économique, la fermeture puis la réouverture des commerces, l'agence a pu organiser des prises de parole de la Déléguée générale dans des médias d'opinion : le Figaro, Challenge, LSA, RTL, France 3...



*Montrer la résilience du modèle de la franchise en période de crise et sa pertinence pour la relance de l'économie.*

» Twitter

3250 abonnés,  
soit + 146 fans nets  
484 tweets  
41 2900 impressions  
organiques  
1624 engagements

» LinkedIn

5456 abonnés,  
soit + 1885 fans nets  
290 publications  
174 820 utilisateurs atteints  
229 938 impressions  
17 363 engagements

» Facebook

2 566 fans,  
soit + 310 fans nets  
198 publications  
46 895 impressions organiques  
28 650 impressions payées  
1 018 engagements

» Communication éditoriale :  
6 magazines rezo et refonte  
du guide de la franchise

Destiné aux adhérents de la FFF et à ses partenaires, le magazine rezo est diffusé à 2500 exemplaires, selon un rythme bimestriel. En 2020, il a été décidé de produire le magazine majoritairement en format digital en raison des contraintes de confinement.



<https://www.franchise-fff.com/base-documentaire/category/170-lettre-rezo>



L'annuaire « Toute la franchise » traditionnellement édité en début d'année a été totalement refondu en 2020. Il est remplacé par le « Guide FFF de la franchise », en format uniquement digital, avec une maquette entièrement revue. L'offre de sponsoring et de commercialisation associé au Guide a été repensée à cette occasion.

» Communication digitale :  
actions sur le blog et  
les réseaux sociaux

Hébergé sur le site de la FFF, le blog de la FFF permet une diffusion et un partage d'actualités sur la franchise, la fédération et ses adhérents. En moyenne, 4 articles sont mis en ligne sur le blog chaque mois. Les contenus sont ensuite relayés sur les réseaux sociaux de la FFF.



ÉTUDES FFF

» Les chiffres de  
références du secteur

Chaque année la FFF produit des statistiques et des études sur le secteur de la franchise. Ces éléments sont repris tout au long de l'année par les médias et professionnels du secteur. L'étude d'impact recense le nombre de franchiseurs et de franchisés, la répartition par secteur d'activité, le chiffre d'affaires généré par le secteur et son évolution dans le temps. L'Enquête annuelle de la franchise, réalisée en collaboration avec la Banque Populaire et Kantar, permet de dresser le portrait type du franchisé et du franchiseur et de mesurer l'évolution du paysage de la franchise en France.



Etude d'impact 2020 (chiffres 2019)  
<https://www.franchise-fff.com/franchise/les-chiffres-cles>

16<sup>ème</sup> Enquête annuelle de la franchise  
<https://www.banquepopulaire.fr/professionnels/conseils/enquete-de-la-franchise/>

## — Salon Franchise Expo Paris : un modèle qui se réinvente en toutes situations

Après plusieurs tentatives de report, le salon Franchise Expo Paris n'a finalement pu se tenir en 2020 en raison des contraintes sanitaires. Les équipes de la FFF et de Reed Expositions ont dû adapter le modèle par un format en visioconférence, permettant aux réseaux de rencontrer des candidats à la franchise et de poursuivre leur développement.

### » Franchise Expo Online : 1<sup>ère</sup> édition du 26 au 28 octobre 2020

Une fois définitivement prise la décision d'annuler le salon Franchise Expo Paris en 2020, la plateforme Franchise Expo Online (FEO) a été développée en 4 semaines. Cet outil 100% digital facilite la mise en relation des franchiseurs et des candidats.

La 1<sup>ère</sup> édition de FEO a donc pu se tenir du 26 au 28 octobre et a réuni à distance 302 exposants et 2952 candidats. Un événement qui a connu un fort succès auprès des exposants pour qui la participation était gratuite s'ils s'étaient initialement inscrits au salon.

**+1000**

rendez-vous  
planifiés

**franchise expo Paris Online**  
La plateforme de mise en relation franchiseurs & candidats 100% digitale

La plateforme Franchise Expo Online réunit exposants et candidats à la création d'entreprise, futurs franchiseurs, investisseurs, master franchisés et partenaires business.

Vous aurez la possibilité d'assurer des rendez-vous en visioconférence avec des contacts qui correspondent à vos besoins. Un véritable agenda se construit avec vos rendez-vous qui se placeront selon vos disponibilités sur les jours d'ouverture de la plateforme !

Au programme : votre profil exposant détaillé, gestion avec plusieurs collaborateurs possibles, demandes de rendez-vous dans les 2 sens, système de visioconférence intégré, export des coordonnées des contacts de rendez-vous acceptés.

**1<sup>ÈRE</sup> ÉDITION | 26 – 28 OCTOBRE 2020**

**302** Exposants connectés

**2952** Candidats connectés

251 enseignes | 20 experts de la FFF | 6 banques | 5 villes & territoires | 20 médias & institutionnels

**+1000** RDV planifiés

Sur les 3 jours  
700 rdv à l'initiative des exposants  
300 rdv à l'initiative des visiteurs  
4 RDV en moyenne effectués par participant

## Une première expérience riche d'enseignements

- ✓ Le digital pour compenser l'absence de salon
- ✓ L'accès à un catalogue de candidats
- ✓ Les rendez-vous en visioconférence pour garder le contact



### » Des points d'amélioration à envisager

- Encourager les candidats à accepter les demandes de rendez-vous
- Avoir un moyen de contacter les participants en dehors de la visioconférence
- Inciter davantage les candidats à remplir leur fiche

### » 3 Facebook Live pour annoncer l'événement

En amont de l'évènement Franchise Expo Paris Online, 3 webinars diffusés en live sur Facebook ont été organisés pour expliquer les bases de l'entrepreneuriat en franchise. A chaque session, plusieurs intervenants sont intervenus aux côtés de la FFF pour rappeler les fondamentaux, expliquer les 3 étapes d'un projet en franchise, et donner des cas concrets d'entrepreneurs franchisés ayant réussi.



### SALONS RÉGIONAUX

#### » Des interventions en virtuel sur la franchise

A la demande des organisateurs de conférences et salons régionaux, la FFF a participé à des tables rondes sur la franchise et/ou la création d'entreprise en franchise. Cette année, ces événements se sont tenus en virtuel : Salon des transitions professionnelles, Salon des micro entreprises (SME), Salon de la création d'entreprise à La Roche-sur-Yon...

### PARTENARIATS FFF

#### » La FFF participe à des événements partenaires

Fidèle à sa tradition de prendre la parole sur la franchise dans les universités et sur les salons, la FFF planifie également chaque année des interventions chez certains de ses partenaires. En 2020, la FFF est intervenue dans plusieurs webinars organisés par les organismes suivants : Mood Media, Sémaphores, CCI Nice, CCI Avignon, Cédants et repreneurs d'affaires...

## — Lobbying et médiation : le juridique au service de la franchise

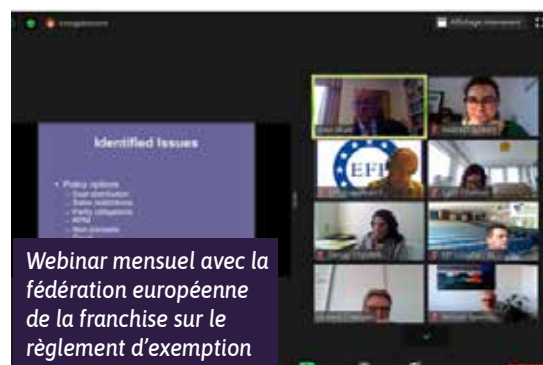
Un rôle-clé de la FFF est de fait connaître et défendre les spécificités de la franchise afin qu'elles soient prises en compte par le législateur, les instances décisionnaires et plus globalement l'ensemble de l'écosystème. En 2020, outre les nombreux sujets liés à la crise sanitaire, la fédération a mené diverses actions de lobbying au niveau national et européen. Elle a également poursuivi l'animation de ses deux services de médiation : M2F et MFC.

### » Le lobbying : des actions de veille et d'influence au niveau national et européen

La FFF est reconnue comme l'autorité de la franchise auprès de toutes les instances publiques ou privées, nationales, européennes et mondiales. En 2020, sa volonté a été d'élargir sa sphère d'influence sur des sujets connexes à ceux de la franchise, mais pouvant impacter les commerces en franchise.

### » La mise à jour du règlement d'exemption européen

La FFF a poursuivi, en lien étroit avec l'EFF, son travail auprès de la Commission européenne, au sujet de la révision du règlement d'exemption qui arrive à expiration le 31 mai 2022 ainsi que de ses lignes directrices. Un groupe de travail constitué d'un directeur juridique, d'un professeur de droit, d'un avocat et de la responsable juridique de la FFF travaille depuis fin 2018 sur les contributions de la FFF sur le sujet.




La FFF a organisé des webinars sur des sujets thématiques d'importance

### » Les mesures de soutien liées à la crise sanitaire

La FFF a travaillé en grande proximité avec le ministère à Bercy, aux côtés des autres fédérations du commerce, afin de faire en sorte que franchisés et franchiseurs soient inclus dans les dispositifs d'aide de l'Etat. La FFF a pu faire remonter au ministère les manques ou difficultés ressenties sur le terrain par ses adhérents. La volonté du gouvernement de travailler dans le dialogue et d'apporter des réponses concrètes et opérationnelles est saluée par la FFF.

### » Les autres sujets de lobbying suivis par la FFF

La FFF s'attache également à suivre des sujets non directement liés à la franchise mais qui peuvent impacter les commerces en franchise : la transposition en droit français de la directive européenne Omnibus en matière de protection du consommateur au sujet des annonces de réduction de prix, projet de loi sur la publicité lumineuse dans l'espace public, question de la prise en charge des loyers pendant la crise.



*Pour favoriser le règlement à l'amiable des litiges entre un franchiseur et un franchisé d'une part ou un franchisé et un consommateur d'autre part, la FFF a poursuivi en 2020 l'action de ses services de médiation. Fait notable : la FFF a dématérialisé l'ensemble de ses process de médiation.*

## MÉDIATION FRANCHISEUR-FRANCHISÉS (M2F)

La médiation Franchiseur-Franchisés est dédiée aux litiges entre un franchiseur et un ou plusieurs franchisés. En 2020, la M2F a élargi son champ de compétence : un ou plusieurs franchisés éventuellement constitués en association peuvent désormais saisir la chambre. La FFF a également renouvelé la liste de ses médiateurs et organisé une nouvelle session de formation, avec un volet en visioconférence et un volet en présentiel.

2

médiations  
franchiseur-franchisés  
actuellement  
en cours

580

dossiers de médiation  
Franchise Consom-  
mateurs reçus

## MÉDIATION FRANCHISE CONSOMMATEURS (MFC)

En 2020, compte tenu du nombre croissant de dossiers, la FFF a souhaité réserver le service de médiation Franchise-Consommateurs à ses seuls adhérents. Le service médiation a réalisé un travail de dialogue en profondeur avec les enseignes les plus souvent impliquées dans les litiges pour essayer d'améliorer leurs propres services clients.

### PROSPECTIVE FFF

#### » La FFF se dote d'un nouvel outil d'Intelligence Artificielle pour quantifier le risque judiciaire

La FFF a établi un partenariat avec la start-up Law Case Analytics afin de mettre au point conjointement un outil de quantification du risque judiciaire adapté aux enjeux spécifiques de la franchise. Son objectif : permettre aux franchiseurs et franchisés d'évaluer et de quantifier le risque lié à un litige né ou à venir, grâce à l'analyse de l'ensemble des éléments de jurisprudence sur un sujet donné. L'outil est une aide à la décision permettant aux réseaux d'adapter leur stratégie et d'envisager le cas échéant des solutions de médiation. La FFF est fière de proposer ce service innovant à ses membres. Une bonne manière de prendre une longueur d'avance !

## — L'Académie de la franchise : former les professionnels aux spécificités du modèle

En 2020, l'Académie de la franchise a poursuivi son travail de formation des professionnels de la franchise. Son activité est structurée en 4 grandes classifications : les futurs franchisés, les futurs franchiseurs, le développement, le management et l'animation. La FFF propose également des stages de formation en entreprise, définis sur-mesure selon les besoins de l'enseigne adhérente ou non adhérente.

### » La digitalisation des formations en réponse à la crise COVID-19.

L'année a été fortement marquée par la crise sanitaire. De nombreuses sessions de formation ont dû être annulées en raison des confinements et de l'indisponibilité des professionnels de la franchise en période de gestion de crise. Toutefois, la FFF a pris le parti de transformer ses programmes de formation en format digital, à chaque fois que cela a été possible. La FFF s'est par ailleurs équipée d'un nouveau matériel audio de qualité permettant la tenue de formations en système mixte (présentiel / visioconférence).

# 15

programmes de formation  
proposés en 2020 à  
distance ou en présentiel

# 3

promotions en 2020  
« Animateur de réseau »



Formation Animateur  
de Réseau – promo 23  
terminée en janvier 2020

### » Nouveauté : lancement de deux nouveaux programmes en visioconférence

2 nouvelles formations ont été lancées en 2020 pour répondre aux enjeux actuels des professionnels de la franchise.

- *Chasse digitale de candidats* : formation qui vise à maîtriser les outils nécessaires à la mise en œuvre d'une stratégie digitale de génération de candidats.

- *Le franchiseur face à la cession de l'entreprise de son franchisé* : formation destinée à aborder les fondamentaux de la transmission d'entreprise et définir le rôle des acteurs entrant en jeu dans une cession.



## L'ACADÉMIE EN CHIFFRES

### » Une progression malgré le contexte sanitaire

Au total, le nombre de jours de formation dispensés par l'Académie (inter-entreprises et intra-entreprises) s'est élevé à **50 en 2020**, contre 72 en 2019.

Soit **248 personnes formées** en 2020 contre 234 en 2019, un chiffre en progression malgré le contexte sanitaire inédit.

## FORMATIONS INTRA-ENTREPRISES

### » Du sur-mesure pour son entreprise

Deux réseaux ont souscrit à des sessions de formation de l'Académie qui ont été délivrées au sein de leur entreprise, sur les thèmes « *Recrutement, intégration et évolution des franchisés* » et « *Comprendre les comptes annuels de ses franchisés* ». Un formateur de l'Académie s'est déplacé pour former un groupe de collaborateurs.

## LES « ESPOIRS DE LA FRANCHISE »

### » Une nouveauté FFF pour les jeunes concepts

Les Espoirs de la franchise est l'incubateur de la FFF. Lancée par l'Académie de la franchise en 2019, cette nouvelle offre a accompagné 6 jeunes concepts sur 2 ans. **Son objectif** : les initier au métier de franchiseur et leur apprendre à structurer leur tête de réseau, avec un package de formations spécifiques pour répondre à leurs besoins.

## SATISFACTION

### » Des formations jugées très enrichissantes

Quel que soit le programme suivi, les retours des stagiaires sont très positifs : « *J'ai pu approfondir mes connaissances sur le plan juridique, du recrutement, des stratégies à mettre en place. Les différents échanges avec les experts, les franchiseurs expérimentés ou les formations proposées par la FFF sont très enrichissants et permettent de gagner en expérience.* »

## CERTIFICATIONS

### » Une reconnaissance de la qualité des formations

La qualification de l'Académie de la franchise auprès de l'OPQF a été reconduite en 2020 (pour une durée de 4 ans). Cette qualification est essentielle dans la reconnaissance de l'Académie comme organisme de référence pouvant délivrer des formations certifiantes. Ainsi, 20 certificats CP-FFP « *Animateurs/trices de réseaux* » ont été délivrés sur l'année 2020, au terme du cycle du même nom.

## COURS UNIVERSITAIRES

### » Majoritairement réalisés en visioconférence

79 heures de cours ont été dispensés en 2020, dont la plupart en visioconférence. Le format et la pédagogie de la formation ont dû être adaptés en conséquence. Les cours ont été délivrés au sein de 9 universités ou écoles dans lesquelles la FFF intervient traditionnellement : IGR Rennes, UHA Colmar, université de Rennes, université de Bourgogne Dijon, IAE Lyon, AUDENCIA Nantes, IAE Saint Etienne, IPAG Paris, IUT de Bordeaux.

## — Crise sanitaire : les actions menées par la FFF pour soutenir ses adhérents

Pour accompagner et informer ses adhérents dans cette crise exceptionnelle, la FFF a adapté son organisation et ses actions. Son objectif a été de les aider à mettre en place diverses actions pour diminuer l'impact de l'épidémie sur leur activité et celles de leurs franchisés. Toute l'équipe de la FFF s'est mobilisée afin d'accompagner les adhérents au plus près de leurs besoins.

### » Information continue aux enseignes adhérentes

Tenir ses adhérents informés de l'évolution presque quotidienne des réglementations liées au Covid-19 a été le premier objectif de la FFF. Elle a adressé chaque jour à ses adhérents des emailings sur les actualités concernant les mesures gouvernementales, la parution des décrets et ordonnances, etc...

- *Page internet spécial Coronavirus*

Dès le début du premier confinement, la FFF a mis en place une page internet dédiée au Coronavirus et actualisée chaque jour, où sont recensés : les mesures gouvernementales, les décrets, les communiqués de presse, les restrictions... Sur cette page internet, un espace « la Lettre des experts » dédié aux conseils et recommandations émanant des experts du Collège et à destination des enseignes a également été institué.

- *Revue de presse*

La revue de presse a été adaptée pour être entièrement dédiée à la thématique du Coronavirus, avec des articles sur les mesures gouvernementales, les divers impacts sur l'économie ou les actions des différents acteurs. Elle est désormais diffusée chaque vendredi.

### » Un programme d'ateliers et réunions chaque semaine

Pour informer plus en détails les enseignes adhérentes et leurs franchisés sur les moyens de résister à la crise et les enjeux juridiques, la FFF a mis en place des rendez-vous réguliers dont un programme de webinars dédiés.

- *Cercle des responsables juridiques*

A compter du 1<sup>er</sup> avril 2020, les directeurs juridiques des enseignes adhérentes se sont réunis toutes les semaines, le vendredi de 14h30 à 15h30, pour échanger sur les problématiques rencontrées au sein de leur propre réseau.

- *Réunions d'échange ponctuelles*

Parallèlement, des réunions d'échange se sont tenues sur les sujets suivants : les loyers, la relance, les relations franchiseur - franchisés.

## » Actions de lobbying ciblées

La FFF a mené un travail de lobbying actif sur les sujets liés à la crise impactant les commerces franchisés. Son objectif : faire en sorte que tous les franchisés soient inclus dans les dispositifs d'aide. Certaines actions ont été menées en lien avec les autres organisations professionnelles liées au commerce. La FFF a ainsi participé à la médiation organisée à l'initiative de Bruno Le Maire au sujet des loyers avec les fédérations de commerçants et les fédérations de bailleurs. Elle a, en outre, participé pendant toute la crise à l'assemblée plénière du Medef tous les mardis matin et participé à des réunions hebdomadaires avec le CDCF et le GPS.



### • Réunions ministérielles

La FFF a participé à plusieurs conférences téléphoniques organisées par le ministère avec les organisations professionnelles, pour mesurer l'impact de la crise sur les différentes filières économiques et les informer sur les mesures prises par le gouvernement en direction des entreprises.

### • Sondage

Pour connaître l'impact concret de la crise sur l'activité de ses adhérents, la FFF leur a envoyé chaque semaine un sondage les questionnant sur la fermeture des commerces, la baisse de CA, les actions mises en place, la demande de chômage partiel ou de reports fiscaux... Ce sondage a permis de faire remonter les problématiques rencontrées sur le terrain auprès de Bercy.

**MALGRÉ LES CONTRAINTES,  
LA FFF A RÉPONDU PRÉSENT !**

## » Service aux adhérents

Toute l'équipe de la FFF s'est mobilisée pour apporter un service réactif et de qualité qui a été apprécié par ses adhérents.

« Je prends connaissance tous les jours des informations liées au Covid-19 que vous adressez aux membres de la FFF, informations fort utiles ! » « Je tiens à vous remercier pour votre investissement et réactivité en cette période très difficile. »

« Je tenais sincèrement à vous remercier pour tout ce que la FFF fait pour les réseaux de franchise, ces aides, en ces temps anxiogènes, sont extrêmement précieuses. »



## » Soutien aux commerçants

La FFF s'est associée à plusieurs organisations professionnelles du commerce pour demander une meilleure prise en compte de la situation des commerçants. Elles ont parlé d'une seule voix sur plusieurs sujets d'importance :

- la question des loyers,
- la réouverture des commerces,
- le renforcement des aides gouvernementales.

## » 13 webinars dédiés à la crise et à la reprise

De mars à juin, la FFF a mis en place une série de 13 webinars animés par des experts de la FFF dédiés à la gestion de la crise et à la relance :


- l'activité partielle,
- le développement en période de confinement,
- l'animation de réseau en contexte de crise,
- le business plan de sortie de crise...

## — Les priorités stratégiques 2021 : Imposer la franchise comme le modèle économique de la relance et poursuivre la modernisation de l'image de la FFF

En 2020, la franchise a démontré sa vigueur dans un contexte perturbé en continuant d'afficher des chiffres positifs. Pour autant, son fonctionnement et ses atouts sont encore largement méconnus des entrepreneurs indépendants, des pouvoirs publics et plus généralement des acteurs économiques.

Pour l'année en cours, le challenge va être de moderniser l'image de la franchise et de la fédération. Ceci afin de démontrer l'adéquation du modèle de la franchise avec les besoins des nouveaux entrepreneurs et les enjeux liés à la relance de l'économie de notre pays. Avec 3 objectifs-clés :

- ☑ *Imposer la franchise comme un modèle économique innovant et solide, créateur de valeur et d'emploi incontournable à l'essor de l'économie du pays.*
- ☑ *Faire reconnaître la franchise comme véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs.*
- ☑ *Continuer d'imposer la franchise vertueuse comme meilleur moyen de créer, de développer ou de transmettre son entreprise.*



« La franchise est un modèle d'entrepreneuriat moderne, dynamique et résilient, au service de l'économie de notre pays. »

# LES 9 CHANTIERS PRIORITAIRES DE LA FFF

---

1

## DYNAMISER L'IMAGE DE LA FRANCHISE ET DE LA FFF

Par un travail de refonte de la communication de la FFF, le déploiement de sa nouvelle charte graphique et des actions renforcées sur les réseaux sociaux.

2

## RENFORCER LES ACTIONS AU NIVEAU POLITIQUE

Afin de mieux faire reconnaître les atouts de ce modèle d'entrepreneuriat pour relever les défis économiques et sociétaux actuels de notre pays.

3

## OFFRIR AUX ADHÉRENTS DES OPPORTUNITÉS D'ÉCHANGE

Sur des sujets d'actualité tels que les effets des textes de loi en cours sur la franchise, l'omnicanalité, ou la RSE comme élément du savoir-faire des enseignes.

4

## DÉVELOPPER LES PARTENARIATS INTERNATIONAUX

En renforçant les échanges de bonnes pratiques avec la fédération européenne de la franchise - dont la FFF est à l'origine - et le World Franchise Council et en créant davantage de liens avec les fédérations nationales.

5

## POURSUIVRE LA PROFESSIONNALISATION DE LA FRANCHISE

En élargissant l'offre de formation de l'Académie de la franchise, et en conduisant des projets de recherche scientifique répondant aux besoins de l'évolution de la franchise.

6

## RENFORCER L'ÉCOUTE DE SES ADHÉRENTS

En multipliant les réunions ad hoc et les Commissions pour favoriser les échanges entre pairs sur des sujets concrets - avec l'appui du Collège des experts - et en pérennisant les sondages pour relayer les inquiétudes du terrain auprès des pouvoirs publics.

7

## ATTIRER TOUJOURS PLUS DE MEMBRES

Tout en restant sélectif et en imposant le Code de déontologie, et afin d'augmenter la représentativité de la FFF et de promouvoir un modèle de franchise vertueuse, dans lequel tous ses adhérents se reconnaissent.

8

## SENSIBILISER LES RÉSEAUX À LA RSE

En leur fournissant les bases de réflexion et de formation leur permettant de développer et déployer leur propre politique de RSE.

9

## ASSURER ET PRÉPARER L'AVENIR DE LA FFF

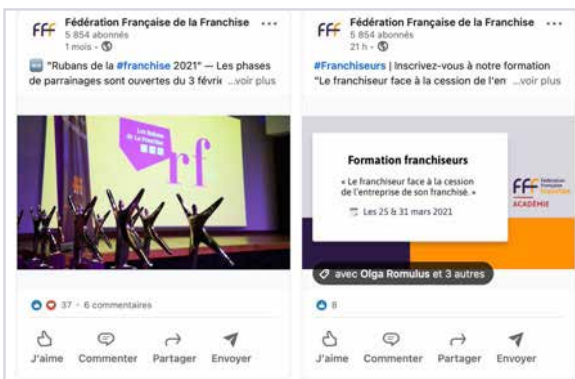
En adaptant toujours sa gouvernance aux exigences du futur, en préparant les célébrations du cinquantenaire de la FFF et en proposant un salon en septembre 2021.

## — Une communication plus moderne et des actions proactives envers un public plus large

Pour mieux faire connaître la FFF, son rôle et ses missions, et faire valoir les vertus de la franchise, la fédération entend agir en 2021 de manière beaucoup plus proactive. La crise sanitaire liée au Covid-19 a empêché en 2020 la tenue de plusieurs temps forts de la franchise : Franchise Expo Paris, Entreprendre en franchise, les Entretiens de la franchise... Sa volonté en 2021 est de reprendre la main sur le terrain de la communication : prises de paroles médiatiques fortes, communication digitale renforcée, actions vers de nouvelles cibles...

### » Une image renouvelée et plus moderne

Suite à la refonte de la charte graphique de la FFF en 2020, il est prévu d'appliquer les nouveaux éléments graphiques sur l'ensemble des supports de communication de la fédération (sites, plaquettes, etc). Les nouveaux éléments de langage de la FFF seront également déclinés sur tous les supports pour clarifier son positionnement. Il a été décidé d'accentuer la communication digitale avec plus de publications sur les réseaux sociaux et de vidéos pouvant séduire une cible de jeunes entrepreneurs.



### » Une communication plus digitale pour mieux toucher ses publics

En complément des actions de communication déjà en place - magazine rezo, newsletters, salons et événements à Paris et en région ... - la FFF souhaite réfléchir à de nouvelles actions de communication digitale, davantage orientées sur les réseaux sociaux, pour le bénéfice de ses adhérents. Cette réflexion et la mise en oeuvre de ces actions seront appuyées par la création d'une Commission communication regroupant des administrateurs et l'équipe de la FFF.

### » L'attribution des prix et distinctions

Les lauréats des **Révélation de la franchise 2020** seront mis à l'honneur sur Franchise Expo Paris 2021 en raison de l'annulation du salon en 2020. Le concours sera par ailleurs relancé en 2021 avec une attribution des prix en septembre 2021 sur FEP.

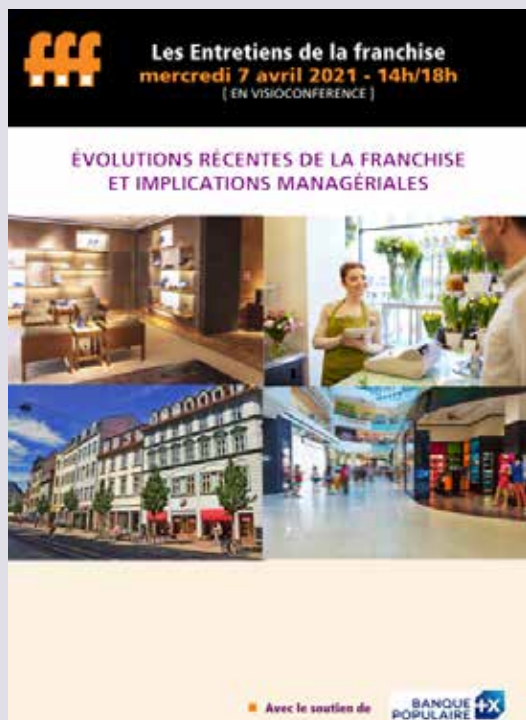
Les **Rubans de la franchise** seront organisés en 2021 (tous les 2 ans) afin de distinguer les franchisés, franchiseurs et partenaires qui se sont particulièrement impliqués en faveur du développement ou de la promotion de la franchise. La cérémonie de remise des distinctions aura lieu également sur Franchise Expo Paris en septembre 2021.



## EVENEMENTS

### » Entretiens de la franchise

Les **Entretiens de la franchise** qui n'ont pu se tenir en 2020 sont reportés au 7 avril 2021. Ils seront organisés en visioconférence et présenteront les résultats du programme de recherche scientifique de la FFF sur le thème : « *Les évolutions récentes de la franchise et leurs implications managériales* ».



### » 50 ans de la FFF

Les **50 ans de la FFF** (1971-2021) sont prévus en janvier 2022, en présentiel. La dimension événementielle de cet anniversaire sera travaillée tout au long de l'année 2021 pour en faire un rendez-vous marquant qui projette la fédération dans ses 50 prochaines années.

### » 39<sup>ème</sup> Salon Franchise Expo Paris

Il est en principe prévu que le prochain salon Franchise Expo Paris se tienne à l'automne, du 26 au 29 septembre 2021. Le salon compte déjà sur l'inscription de 400 enseignes. Pour cette nouvelle édition, Franchise Expo Paris prépare des outils digitaux d'accompagnement au recrutement pour les enseignes d'une part, et au développement de leur projet pour les candidats d'autre part, avant, pendant et après le salon. La communication sur le salon est repositionnée sur une cible plus large « La franchise pour tous les âges, toutes les régions et tous les budgets » afin d'attirer de nouveaux profils : jeunes entrepreneurs, seniors...



## STRATÉGIE DE RELATIONS PRESSE

### » Des actions plus proactives et des prises de parole affirmées

Dans le contexte de la relance économique, la FFF entend marquer davantage son discours auprès des médias d'opinion. Les axes de communication qui ont été retenus :

- La résilience de la franchise en temps de crise et sa solidité pour participer à l'essor de l'économie du pays.
- Les vertus du modèle pour créer, développer ou transmettre son entreprise, à tous les âges, notamment chez les jeunes.
- La responsabilité sociale des entreprises, sujet intrinsèquement lié au modèle de la franchise.

## — Les services aux adhérents : des services renforcés et mieux valorisés pour un développement plus dynamique

Le développement et la valorisation des différents services de la FFF (juridique, animation, formation, communication...) permettront de mieux faire connaître le savoir-faire de la FFF et développeront l'envie de rejoindre la fédération. La communication rajeunie permettra également de dynamiser l'image de la FFF auprès de potentiels adhérents. L'esprit de partage et de collaboration doit convaincre les candidats de leur intérêt à faire partie de l'écosystème.



### » Le développement de la fédération

La FFF doit se développer pour augmenter sa représentativité en nombre d'adhérents. Les objectifs de 2021 consistent à générer davantage de contacts, améliorer le taux de concrétisation et établir une liste de réseaux-cibles.

**Poursuivre le développement de la FFF tout en veillant au respect des règles de déontologie**

Pour cela, la FFF se donne les moyens suivants :

- L'amélioration du nombre de contacts entrants «spontanés» grâce à une communication plus ciblée et des valeurs réaffirmées, et une visibilité renforcée sur le digital (vidéos, réseaux sociaux, interviews, teasing...)
- Des recommandations émanant de la communauté de la FFF : administrateurs, experts, adhérents... qui doivent devenir prescripteurs de la fédération.
- L'amélioration de l'organisation interne par la mise en place d'outils de CRM permettant de quantifier et qualifier nos actions de développement, et ainsi de les optimiser.



**Déjà 3 nouveaux adhérents en 2021**

- Gautier (mobilier)
- La Cabane d'Achille & Camille (micro-crèches)
- Espaces Atypiques (agences immobilières)

### RECHERCHE SCIENTIFIQUE

#### » Franchise et RSE : un sujet prospectif porté par le comité scientifique de la FFF

Fin 2021, une équipe de chercheurs de l'Université de Haute Alsace remettra les résultats de son rapport de recherche sur le thème « Franchise et RSE : impact social et environnemental de la franchise. » La présentation de ce rapport fera l'objet d'un événement organisé en partenariat avec la Banque Populaire. Le comité scientifique de la FFF, présidé par Claude Nègre, se donne pour objectif d'éclairer les adhérents de la FFF sur des sujets prospectifs pouvant impacter le modèle de la franchise dans le futur. C'est particulièrement le cas de la RSE, très certainement destinée à faire partie intégrante du savoir-faire des franchiseurs.





**Valoriser les actions du service juridique et proposer des services plus variés pour maintenir la dynamique de partage entre les responsables juridiques.**

#### » Le service juridique

Chaque mois, un webinar juridique sera organisé en fonction des demandes et remontées des adhérents. La crise du Covid-19 a contribué à resserrer les liens entre les responsables juridiques des enseignes adhérentes et à créer un vrai esprit de communauté. Certains rendez-vous vont être instaurés durablement – en particulier le créneau du vendredi 14h30-15h30 – afin d’aborder des questions concrètes remontées du terrain. Des groupes de travail virtuels ou présentiels sur des sujets d’actualité seront organisés avec production de notes à l’issue. Chaque mois, un webinar juridique mensuel présentera l’actualité jurisprudentielle.

#### » Les actions de lobbying

Les actions de lobbying seront davantage mises en avant. La communication « institutionnelle » de la FFF auprès d’une cible de décideurs doit être renforcée et clarifiée autour des nouveaux éléments de langage.

Bien que reconnue comme vertueuse, la franchise est toujours en danger : ses composantes, ses ressorts, ses exigences sont parfois méconnus de certains politiques ou intellectuels. Il appartient donc à la FFF de rappeler son dynamisme, son caractère vertueux et de promouvoir encore et toujours son code de déontologie, véritable pierre angulaire de la fédération et de ses adhérents.

Au niveau européen, la FFF se bat pour faire intégrer une définition de la franchise dans le règlement d’exemption afin de protéger sa singularité et d’apporter la sécurité juridique indispensable à son bon développement. Il s’agit également de faire en sorte que les textes à venir tiennent compte de la dimension désormais omnicanale des commerces et services en franchise.

#### OUTILS JURIDIQUES

#### » 2 nouveautés pour les adhérents

- le lancement de l’outil CASE LAW ANALYTICS et l’animation d’un club des utilisateurs,
- la refonte de la base de documentation juridique, via l’outil CRM, avec une interface facilitant les échanges écrits entre adhérents.

Webinar FFF avec le Ministre en charge du Commerce Extérieur février 2021



### » La médiation Franchiseur-Franchisés

La montée en puissance de la médiation Franchiseur Franchisés est envisagée, avec un objectif d'augmenter fortement sa visibilité. Des actions de promotion vont être menées pour mieux faire valoir ce service : participation aux cafés de la médiation, rédaction d'articles, participation à des colloques...

### » Le programme d'animation des adhérents

Le programme d'animation de la vie des adhérents prévoit une reprise progressive en présentiel ou à défaut en visioconférence, même s'il est difficile de se projeter compte tenu des contraintes sanitaires encore fortes.

- 3 réunions régionales, au cours desquelles un franchiseur accueille chez lui les autres franchiseurs de sa région pour une journée d'échanges d'expérience sur des sujets proposés par la FFF ou les franchiseurs eux-mêmes.
- Des ateliers techniques transformés en webinars.
- La création et animation de 2 clubs - le Club des développeurs de réseaux et le Club des animateurs de réseaux - dans l'objectif de favoriser les échanges de pratiques entre pairs d'une même fonction.
- L'organisation de groupes de travail sur des sujets-clés, avec une Commission RSE et une Commission omnicanalité et e-commerce, afin de travailler sur des thématiques précises avec des spécialistes issus des réseaux.

**Organiser un retour progressif en présentiel**



## » Renforcer et retravailler l'offre de formation de l'Académie de la franchise, avec de nouveaux programmes et formats digitaux

La FFF, centre de formation de la franchise, souhaite continuer de développer et de professionnaliser l'Académie de la franchise. La période « Covid » a perturbé l'année 2020 et le démarrage de 2021. Toutefois, les contraintes ont permis de repenser l'offre de formation en la rendant plus digitale, dès lors que les modules pouvaient s'adapter.

## » Objectifs 2021 pour l'Académie

La mutation du service formation passera par plusieurs choix stratégiques.

- La création de nouveaux programmes de formation à destination des franchiseurs mais également des franchisés, afin d'être « au plus proche » des problématiques de ces publics.
- L'optimisation de l'organisation et la mise en place d'outils numériques.
- Le renforcement de l'image de l'Académie de la franchise grâce à une communication digitale et des témoignages vidéos.
- La poursuite des formations dédiées aux fondamentaux du métier de franchiseur.
- L'intervention de la FFF dans différentes écoles et universités afin de participer à la formation initiale des futurs acteurs de la franchise.

**Objectif 2021 :  
obtenir la  
qualification  
QUALIOPi pour  
l'Académie de  
la franchise**

## » Programme de formations

Pour compléter l'offre de formation dédiée aux têtes de réseau, la FFF créera une offre de formation pour les franchisés sur les sujets RH, comptables, juridiques... L'Académie développera également des formations « sur- mesure » pour les réseaux.

## » Les Espoirs de la franchise

En raison du succès de la promotion 1 qui s'est terminée en 2020 après deux ans d'un parcours très bénéfique selon ses participants, l'Académie souhaite lancer une promotion 2. Le programme « Les Espoirs by l'Académie » est dédié aux futurs et/ou très jeunes franchiseurs afin de les guider sur le chemin de la déontologie et du professionnalisme dans leur développement.

### NOUVEL OUTIL

## » Mise en place d'un outil CRM interne à la FFF

L'année 2020 a été consacrée au choix d'un outil de CRM qui doit permettre de mieux gérer les actions de la FFF et avoir une vue sur les actions de ses adhérents, afin de mieux répondre à leurs attentes. L'outil Franchise on Cloud a été sélectionné. Sa mise en place se fera sur l'année 2021. Parallèlement, il a été décidé de souscrire à un logiciel pour alléger le volet administratif de l'Académie. Le choix s'est porté sur Digiforma, solution spécialisée pour les organismes de formation (convocation, facturation...)

## — Contacts FFF

### COORDONNÉES DE LA FFF

29, boulevard de Courcelles - 75008 Paris - Tél. : 01 53 75 22 25

Accès : Métro : Villiers, lignes 2 et 3 Bus : 30 et 84

### INTERNET

Site de la fédération française de la franchise : [www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)

Site « Entreprendre en franchise : pourquoi pas vous ? » : [www.entreprendre-franchise.com](http://www.entreprendre-franchise.com)

Site de l'Académie de la Franchise : [www.formation-franchise.com](http://www.formation-franchise.com)

Blog de la FFF : [www.blog-franchise-fff.com](http://www.blog-franchise-fff.com)



### ÉQUIPE PERMANENTE



**Véronique DISCOURS-BUHOT**

Déléguée générale

[v.discours-buhot@franchise-fff.com](mailto:v.discours-buhot@franchise-fff.com)

01 53 75 22 25



**Martine CHABROL**

Responsable administrative,  
opérationnelle et comptabilité

[m.chabrol@franchise-fff.com](mailto:m.chabrol@franchise-fff.com)

01 53 75 30 69



**Boris FLECHE**

Responsable formation  
et développement

[b.fleche@franchise-fff.com](mailto:b.fleche@franchise-fff.com)

06 18 52 63 21



**Sandrine LANOIX**

Assistante communication  
et formation

[s.lanoix@franchise-fff.com](mailto:s.lanoix@franchise-fff.com)

01 53 75 22 25



**Rose-Marie MOINS**

Directrice développement  
et animation

[r.m.moins@franchise-fff.com](mailto:r.m.moins@franchise-fff.com)

06 71 88 45 79



**Stéphanie BOUTILLON**

Responsable communication

[s.boutillon@franchise-fff.com](mailto:s.boutillon@franchise-fff.com)

01 53 75 22 25



**Agnès PARENT**

Responsable juridique

[a.parent@franchise-fff.com](mailto:a.parent@franchise-fff.com)

01 53 75 22 25



**Delphine PIERRE-JEAN**

Secrétaire commerciale  
et accueil

[info@franchise-fff.com](mailto:info@franchise-fff.com)

01 53 75 22 25



**Orlane ROUTIER**

Juriste

[o.routier@franchise-fff.com](mailto:o.routier@franchise-fff.com)

01 53 75 22 25

## — Administrateurs

### COLLÈGE FRANCHISEURS



**PRÉSIDENT**  
YVES ROCHER  
Guy GRAS  
*Directeur juridique*



AGE D'OR SERVICES  
Ghislaine HARDEL  
*Directeur Général*



AU BUREAU  
Charles DOREMUS  
*Directeur Général*



GROUPE BABYCHOU SERVICES  
Claire LANNEAU  
*Dirigeante Fondatrice*



CACHE CACHE  
Benjamin AMICE  
*Directeur Général délégué*



CAVAVIN  
Olivier MERMUYS  
*Directeur Général*



ELEPHANT BLEU  
Yves BROUCHET  
*Directeur Général*



FRANPRIX  
Emmanuel de COURREGES  
*Directeur franchise*



JEFF DE BRUGES  
Philippe JAMBON  
*Président*



L'ONGLERIE  
Laurent TREUIL  
*Directeur associé en charge  
du développement*



LE JARDIN DES FLEURS  
Benoît GANEM  
*Président Directeur Général*



LES MENUS SERVICES  
Corinne DUPLAT  
*Directeur Général*



MIDAS  
Denis SEGUIER  
*Directeur de Zone Internationale  
Midas International*



MERCURE  
Christine GARNIER  
*Vice-Présidente*



NESTENN  
Olivier ALONSO  
*Président*



QUICK  
Laurent PAREAU  
*Directeur Réseau*

### COLLÈGE FRANCHISÉS



CAVAVIN  
Alain LE MAY  
*franchisé*



JEFF DE BRUGES  
Stéphanie LEMOINE  
*franchisée*



QUICK  
Eric AZAN  
*franchisé*



LES MENUS SERVICES  
Clarence CHAPUY  
*franchisée*



BABYCHOU SERVICES  
Sophie LORAIN-GANGNON  
*franchisée*

## — Adhérents

5ÀSEC  
 ACTIONCOACH  
 ADA  
 ADHAP SERVICES  
 AFR  
 ÂGE D'OR SERVICES  
 AKENA HOTELS  
 AMORINO  
 ANGE  
 APEF  
 API  
 AQUATIRIS  
 AQUILA RH  
 ATILA  
 AU BUREAU  
 AU NOM DE LA ROSE  
 AUCHAN SUPERMARCHÉ  
 AUTOSMART  
 AVIVA  
 AXEO SERVICES  
 B&B HOTELS  
 BABYCHOU SERVICES  
 BEAUTY SUCCESS  
 BNI FRANCE  
 BONOBO  
 BOULANGER  
 BRIOCHE DOREE  
 BUFFALO GRILL  
 BURGER KING  
 BUT  
 CACHE-CACHE  
 CARRÉ BLANC  
 CARREMENT FLEURS  
 CARTRIDGE WORLD  
 CASH CONVERTERS  
 CASH EXPRESS  
 CASINO SUPERMARCHÉ  
 CAVAVIN  
 CENTRE SERVICES  
 CLAIR DE BAIE  
 CLASS'CROUTE  
 CŒUR DE FLEURS  
 COFFEA  
 COMFORT  
 COMPTOIR DE LOCATION  
 COMTESSE DU BARRY  
 COURTEPAILLE  
 CREDIPRO  
 CREDIT CONSEIL DE FRANCE  
 CUISINE PLUS  
 DAL'ALU  
 DANIEL MOQUET SIGNE VOS ALLÉES  
 DARJEELING  
 DARTY  
 DE NEUVILLE  
 DECATHLON  
 DEL ARTE  
 DESSANGE  
 DETAILCAR  
 DISTRI CLUB MÉDICAL  
 DOC'BIKER  
 DOM&VIE  
 DOMIDOM  
 DOMINO'S PIZZA  
 EASY CASH  
 EAT SALAD  
 ÉCOTEL  
 ELANCIA  
 ÉLÉPHANT BLEU  
 ERA IMMOBILIER  
 ESPACES ATYPIQUES  
 EUROPCAR INTERNATIONAL  
 EWIGO  
 FAMILY SPHERE  
 FEU VERT  
 FIRMIN  
 FITNESSBOUTIQUE  
 FLUNCH  
 FRANCK PROVOST  
 FRANPRIX  
 GAUTIER  
 GEMO  
 GÉNÉRALE DES SERVICES  
 GÉNÉRALE D'OPTIQUE  
 GRANDOPTICAL  
 GUY HOQUET L'IMMOBILIER

HAPPY  
 HIPPOPOTAMUS  
 HOMEBOX  
 HYDROPARTS ASSISTANCE  
 IBIS  
 IBIS BUDGET  
 IBIS STYLES  
 INDIANA CAFÉ  
 IRRIJARDIN  
 ISOCOMBLE  
 IXINA  
 JEAN LOUIS DAVID  
 JEFF DE BRUGES  
 JULES  
 KEEP COOL  
 KELLER WILLIAMS  
 KEYMEX  
 KFC  
 KIABI  
 KID'S POUX  
 LA BOUCHERIE  
 LA CABANE D'ACHILLE & CAMILLE  
 LA CERVOISERIE  
 LA COMPAGNIE DES PETITS  
 LA COMPAGNIE DU LIT  
 LA CROISSANTERIE  
 LA GRANDE RÉCRÉ  
 LA MIE CÂLINE  
 LA PATATERIE  
 LA VIE CLAIRE  
 LA VIGNERY  
 LDLC.COM  
 LE JARDIN DES FLEURS  
 LEONIDAS  
 LES MENUS SERVICES  
 L'ONGLERIE  
 MAIL BOXES ETC.  
 MAISONS PIERRE  
 MÉDOR ET COMPAGNIE  
 MEMPHIS  
 MERCI PLUS  
 MERCURE  
 MIDAS  
 MIKIT  
 MONCEAU FLEURS  
 MONDIAL TISSUS  
 MONOP'  
 MONOPRIX  
 NACHOS  
 NATILIA  
 NATURALIA  
 NESTENN  
 NICOLAS  
 NINKASI  
 NORAUTO FRANCHISE  
 NOVOTEL  
 O2 CARE SERVICES  
 ON AIR FITNESS  
 ORCHESTRA  
 O'TACOS  
 OYA  
 PAUL  
 PEGAST  
 PETITS-FILS  
 PICARD  
 PITAYA  
 POINT CHAUD  
 PRÉSERVATION DU PATRIMOINE FRANÇAIS  
 QUADRO  
 QUALITY  
 QUICK  
 RÉAUTÉ CHOCOLAT  
 RENT A CAR  
 REPAR'STORES  
 SAINT ALGUE  
 SIGNARAMA  
 SOCOO'C  
 SPAR  
 SPEED BURGER  
 SPEEDY  
 STUDIOSANTE®  
 TABLAPIZZA  
 TOM&CO  
 TOP OFFICE  
 TOUT & BON  
 TRYBA  
 TUTTI PIZZA  
 UCAR RENT SMARTER  
 VIE & VERANDA  
 VILLAVERDE  
 VIVAL  
 WSI  
 YVES ROCHER  
 YVES THURIÈS CHOCOLATIER RÉCOLTANT