

2

La franchise, une dynamique collective face à la conjoncture

74% +4 pts en 1 an
des Français font régulièrement leurs achats **dans des commerces de proximité**



Ce qui incite les Français à **fréquenter un commerce** plutôt qu'un autre :

74% 
les **prix** compétitifs

57% 
la **relation humaine** avec le commerçant et les employés

50% 
des articles **fabriqués en France** ou **localement**

48% 
des **promotions** et **réductions** exclusives

Franchisés



Près de **9** franchisés sur **10** estiment qu'appartenir à un réseau de franchise représente **un avantage pour innover ou s'adapter** aux nouvelles tendances du marché

40% 
ont **créé au moins un emploi** dans l'année

82% 
ont l'intention de **rester dans le réseau** au terme de leur contrat de franchise

88% 
sont **satisfaits de la qualité d'animation et d'accompagnement** de leur franchiseur

Principales actions des franchisés au cours des 12 derniers mois

75% 88% chez les 18-34 ans
ont **renforcé les relations humaines** avec leurs clients

64% 
ont **suivi des formations** grâce à leur franchiseur

Franchiseurs

98% 
ont **engagé des projets de transformation** au cours des 12 derniers mois

90% +4 pts en 1 an
Animation du réseau et **dynamique collective**

88%
Fréquentation du point de vente

83% +6 pts en 1 an
Évolution de leur concept*

83% +6 pts en 1 an
Formation de leurs franchisés

80% 
des franchiseurs ayant fait évoluer leur concept voient **leur chiffre d'affaires progresser**

dont **64%**
dès la première année



* Process de vente, gamme, offre, rénovation architecturale.

21^e ENQUÊTE ANNUELLE DE LA FRANCHISE

Étude par téléphone du 8/10 au 19/11/2024 auprès d'un échantillon représentatif de 401 franchisés. Étude en ligne du 16/10 au 2/12/2024 auprès d'un échantillon représentatif de 144 franchiseurs. Étude en ligne du 20 au 25/11/2024 auprès de 1010 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus. Échantillons constitués d'après la méthode des quotas.