

# 5

## Banque Populaire, accélérateur de croissance pour vos projets en franchise

Malgré un contexte économique incertain, **les franchisés font preuve d'un optimisme solide : 66% se déclarent confiants dans l'avenir.** Cette confiance se traduit par une stratégie d'investissement toujours très active : **50% prévoient des investissements significatifs dans les deux prochaines années (+7 pts en deux ans).**

Parmi les principaux projets d'investissement envisagés par les franchisés :

- **85% : achat d'équipements** (matériel, machine, véhicule, système d'information),
- **60% : travaux de rénovation du point de vente** (agrandissement, adaptation au nouveau concept),
- **43% : rénovation énergétique** pour réduire les coûts de fonctionnement,
- **40% : nouvelles technologies et innovation** (chiffre en forte hausse, +13 pts en un an).

Pour financer ces projets, les franchisés mobilisent à la fois des ressources internes et externes : 52% utilisent leurs fonds propres, tandis que 58% ont recours à l'emprunt bancaire ou au crédit-bail - un recours particulièrement fréquent chez les franchisés dont le chiffre d'affaires atteint 750 000 euros ou plus (74%).

**Lorsqu'ils choisissent leur banque, les franchisés privilégient avant tout la proximité** (44%, +6 pts en deux ans), puis **les solutions de financement proposées** (29%). **L'antériorité de la relation**, quant à elle, voit son importance légèrement diminuer (23%, -8 pts en deux ans).

En matière de bancarisation, près de 8 franchisés sur 10 (79%) sont aujourd'hui clients d'une seule banque, une proportion en hausse de 14 points en un an. À l'inverse, 21% déclarent être multi-bancarisés (-14 pts en un an), une situation plus fréquente chez les franchisés de grande taille (10 salariés ou plus, 35%) ou réalisant un chiffre d'affaires élevé (750 000 euros et plus, 32%).

Dans ce paysage, **Banque Populaire reste un partenaire de référence des franchisés**, accompagnant près d'un franchisé sur quatre dans le financement de son activité (24%).

### Accompagnement et financement : les clés du parcours franchisé

Concernant le financement de la création d'entreprise en franchise, les montants investis restent globalement stables : près de deux franchisés sur trois (63%) ont lancé leur activité avec un investissement initial inférieur à 200 000 euros, tandis que 37% ont investi 200 000 euros ou davantage.

Le financement bancaire constitue un pilier essentiel de la création d'entreprise en franchise. **Près de 8 franchisés récemment installés sur 10 (moins de 5 ans d'ancienneté) ont eu recours à un emprunt bancaire ou à un crédit-bail (79%, +15 pts en un an).** Parmi eux, **près d'un sur deux estime que le fait d'être franchisé a facilité l'obtention du crédit (46%).**

Parallèlement, le recours aux fonds propres tend à diminuer : 53% des franchisés récemment installés y ont eu recours, contre 64% en 2023, avec un apport moyen de 43 000 euros.

Avant d'ouvrir leur point de vente, les nouveaux franchisés se font principalement accompagner par un comptable ou expert-comptable (61%), une banque (48%) ou un professionnel du droit - avocat, notaire ou juriste (43%). D'autres sources peuvent également être sollicitées en amont du projet : 17% déclarent avoir visité le salon de la franchise ou de la création d'entreprise, 14% ont échangé avec d'autres franchisés du réseau, et 7% ont consulté un expert de la franchise.

#### 21<sup>e</sup> 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.

## Des réseaux tournés vers la performance et l'innovation

Du côté des franchiseurs, la confiance est également au rendez-vous : **91% se déclarent confiants dans l'avenir (+7 pts en un an).**

Cette confiance se traduit concrètement par une dynamique de développement toujours soutenue, avec de nombreux projets prévus dans les 12 prochains mois :

- **99% prévoient d'ouvrir au moins un nouveau point de vente (+8 pts en un an), avec en moyenne 9 ouvertures prévues** (en légère baisse par rapport aux années précédentes),
- **87% projettent de renforcer leur communication** autour de l'enseigne,
- **84% souhaitent développer davantage leur présence digitale,**
- **56% prévoient de diversifier leur offre ou leur activité,**
- 53% planifient l'ouverture de nouvelles succursales,
- 39% visent un développement à l'international.

**Dans ce contexte, Banque Populaire confirme sa place de leader auprès des franchiseurs** (près de 6 franchiseurs sur 10 en sont clients) et continue d'être perçue comme **la banque qui répond le mieux aux besoins des franchisés (62%).**

## Un modèle ancré dans l'économie locale et nationale

En matière d'implantation, trois franchisés sur quatre (75%) exploitent un seul point de vente par enseigne, tandis que 25% ont amorcé une stratégie de développement multisites (15% disposent de deux points de vente et 10% de trois ou plus).

Les intentions de développement restent stables par rapport à l'an dernier : 22% des franchisés envisagent d'ouvrir un nouveau point de vente, le plus souvent au sein de leur réseau actuel (77%).

Ces implantations suivent une logique de proximité : 75% s'implantent dans la même région que leur activité précédente, dont 61% dans le même département.

Cette stratégie d'expansion continue à soutenir la création d'emplois, bien que le rythme ralentisse : 40% des franchisés ont recruté au moins une personne au cours de l'année (-13 pts en un an).

**À travers leur capacité à se développer tout en maintenant un fort ancrage local, les réseaux de franchise - accompagnés par des partenaires bancaires engagés comme Banque Populaire - confirment leur rôle de moteur économique et social sur l'ensemble du territoire.**