

LE GUIDE fff DE LA FRANCHISE

les textes, les chiffres, les réseaux

ET POURQUOI
PAS MOI ?



Fédération
Française
Franchise

ET SI L'ENTREPRENEUR DE DEMAIN C'ÉTAIT VOUS ?



MAÉVA

FRANCHISÉE DANS L'OPTIQUE



VINCENT

FRANCHISÉ DANS LE SECTEUR DE L'HABITAT



CHLOÉ

FRANCHISÉE DANS LA RESTAURATION

**ET POURQUOI
PAS MOI ?**

Plus de 2000 concepts
dans 90 secteurs d'activité
pour reprendre le contrôle
de votre vie professionnelle !

jemelanceenfranchise.fr



fff Fédération
Française
Franchise

LE GUIDE fff DE LA FRANCHISE

les textes, les chiffres, les réseaux

Éditeur : Fédération Française de la Franchise

Édité en mars 2026

Dépôt légal mars 2026

ISSN 1956-9289 – 979-10-94126-13-4

Coordination :

Thomas Gancel et Hassina Kadem (FFF – 01 53 75 22 25)

Conception et réalisation :

Pascale Millan et Entre lignes 05 59 04 06 54

Couverture et traitement des illustrations :

Pascale Millan 06 16 48 39 27

Photos de couverture :

© Sébastien Duval – Pasquedelacom

Impression :

Avenue de la Com 01 60 10 20 30

© Fédération Française de la Franchise

Association régie par la loi de 1901

Délégation générale :

29, boulevard de Courcelles

75008 PARIS

Tél. 01 53 75 22 25

Site web : www.franchise-fff.com

Mail : info@franchise-fff.com

Tous droits de traduction, de reproduction et d'adaptation réservés pour tous pays (même pour une adaptation partielle) sous quelque forme que ce soit, y compris le stockage des données et leur transmission par voie de l'informatique sans autorisation écrite de l'éditeur.

CE GUIDE A ÉTÉ RÉALISÉ AVEC LE CONCOURS DE :



SOMMAIRE

ÉDITORIAL ■ le mot de la déléguée générale	7
---	----------

LA FRANCHISE EN PRATIQUE ■ définitions	8
---	----------

Qu'est-ce que la franchise ?	8
-------------------------------------	----------

Les avantages et les exigences de la franchise	10
---	-----------

Le parcours du futur franchisé	14
---------------------------------------	-----------

Comment choisir son secteur d'activité Katia Poiget, Caisse d'Épargne	14
--	----

Ne pas confondre vitesse et précipitation Olga Zakharova-Renaud, Orientis Legal	15
--	----

Comment construire son business plan Stéphanie Di Fusco, In Extenso	17
--	----

Les investissements à prévoir pour devenir franchisé Banque Populaire	22
--	----

Franchisés : maîtrisez vos assurances pour protéger votre réussite Macif	25
---	----

Le parcours du futur franchiseur	28
---	-----------

Devenir franchiseur : par où commencer ? Julien Siouffi, Franchise Board	31
---	----

Bien marketer la cession des points de vente franchisés Valérie Sourflais, CessionPME	35
--	----

Le parcours du franchiseur pour bien franchiser son concept à l'international François-Xavier Awatar, Lina Lahlou, CMS Francis Lefebvre	39
--	----

L'animation de réseau dès le premier franchisé FFF	43
---	----

LA FRANCHISE EN PRATIQUE ■ les textes utiles	46
---	-----------

La franchise et la loi	46
-------------------------------	-----------

Le code de déontologie européen de la franchise	52
--	-----------

Le document d'information précontractuel (DIP), modèle proposé par la FFF	60
--	-----------

Quelques clauses phares du contrat de franchise Lionel Lefebvre, Hubert Bensoussan & Associés	66
---	----

LA FRANCHISE EN PRATIQUE ■ la franchise en chiffres 70

La franchise en chiffres	70
21 ^e enquête annuelle de la franchise	74
L'impact économique de la franchise en France	76

LA FRANCHISE EN PRATIQUE ■ la FFF et ses services 79

La Fédération Française de la Franchise	79
L'Académie de la Franchise®	87
Les organes de médiation de la FFF	90
Les médiateurs de la médiation des réseaux	91
La franchise et l'arbitrage	93
La franchise et la RSE	95
La franchise à l'étranger	96
La Fédération Européenne de la Franchise	98
Le World Franchise Council	102
Rejoindre la FFF – devenir adhérent	106
La FFF, un engagement et des services	108
Témoignages de franchiseurs	112

ANNUAIRE DES ADHÉRENTS ■ enseignes et experts 114

Les enseignes	114
Les enseignes par activités	114
Les enseignes par apport personnel	117
Les enseignes (fiches descriptives)	120
Les experts	306
Présentation du Collège des experts de la FFF par la coordinatrice	306
Index des experts par spécialité	307
Les experts (fiches descriptives)	308

— La franchise, véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs

Story Building



**Un modèle d'entrepreneuriat
fondé sur le transfert du
savoir-faire, et partage de la
valeur entre franchiseurs et
franchisés**



**Un modèle vertueux pour
l'économie, créateur de
richesse et d'emplois**



**Un modèle efficace, moins
risqué, avec un retour sur
investissement plus rapide**

www.franchise-fff.com

La Fédération Française de la Franchise représente un modèle vertueux et efficace. 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.

Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise. Elle a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris qui est devenu le rendez-vous annuel international de la franchise.. Elle forme aux métiers de la franchise, depuis 2009, avec son Académie de la franchise, le premier organisme de formation aux différents métiers de la franchise destinés aux futurs franchisés, aux futurs ou actuels franchiseurs.



Véronique DISCOURS-BUHOT
Déléguée générale
de la Fédération Française
de la Franchise

LE MOT... DE LA DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE

Entreprendre n'a jamais été un acte anodin. En 2026, c'est un choix qui se fait avec lucidité, exigence... et une forte envie de sens.

Les entrepreneurs que nous rencontrons chaque jour à la Fédération Française de la Franchise partagent une même conviction : ils veulent construire un projet solide, utile, ancré dans la réalité de leur territoire, tout en étant accompagnés. Dans un environnement économique qui demande agilité et capacité d'adaptation, l'envie d'entreprendre est bien là — mais elle s'exprime différemment. Plus réfléchie, plus structurée, plus planifiée.

C'est précisément là que la franchise trouve toute sa force.

Modèle d'entrepreneuriat fondé sur la transmission d'un savoir-faire éprouvé, la répétition d'un succès, et le partage de la valeur. La puissance du collectif et la clarté des méthodes, apportent un cadre sécurisant sans brider l'esprit d'initiative. Elle permet de conjuguer autonomie entrepreneuriale et appui d'un réseau, innovation locale et puissance d'une marque, ambition personnelle et dynamique collective. Cette équation, particulièrement pertinente dans les périodes de tension et d'incertitude, explique pourquoi la franchise demeure un moteur important pour l'activité économique et l'emploi sur l'ensemble des territoires.

Les enseignes évoluent, investissent, professionnalisent toujours davantage leurs pratiques. Digitalisation des outils, accompagnement renforcé des franchisés, attention portée à la performance durable des points de vente : le modèle continue de se structurer pour répondre aux attentes des entrepreneurs d'aujourd'hui comme à celles des consommateurs.

Ce Guide FFF de la franchise 2026 a été pensé comme un véritable compagnon de route. Vous y trouverez des conseils pratiques partagés par les Experts du Collège de la FFF et nos partenaires, des repères pour comprendre le fonctionnement d'un réseau et les étapes clés de votre futur parcours. Vous y découvrirez également l'annuaire des réseaux et experts membres de la Fédération. Leur engagement à respecter le Code de déontologie européen de la franchise constitue un socle essentiel : celui de relations transparentes, équilibrées et responsables entre franchiseurs et franchisés.

À la Fédération Française de la Franchise, notre rôle est de vous informer, de vous orienter et de contribuer à éclairer vos décisions. Choisir la franchise, c'est choisir d'entreprendre en étant entouré, formé et accompagné — une manière d'aborder l'avenir avec méthode et confiance.

Je vous souhaite une lecture inspirante et, peut-être, le début d'un projet entrepreneurial qui vous ressemble.

“ La franchise demeure un moteur important pour l'activité économique et l'emploi sur l'ensemble des territoires. ”

QU'EST-CE QUE... LA FRANCHISE ?

LES ÉLÉMENTS DU CONCEPT

LA FRANCHISE se définit comme une méthode de collaboration entre des entreprises juridiquement et financièrement indépendantes : le franchiseur et le franchisé. Son objet est d'exploiter un concept de franchise mis au point par le franchiseur et réitéré par le franchisé.

1. LES SIGNES DE RALLIEMENT DE LA CLIENTÈLE

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance de signes de ralliement de la clientèle mis à sa disposition. Il doit notamment lui garantir la validité de ses droits sur la ou les marques et/ou enseignes dont l'usage est conféré à quelque titre que ce soit, au franchisé.

Le franchiseur entretient et développe l'image de marque. Il veille au respect par le franchisé des prescriptions d'utilisation de la marque ou enseigne et des autres signes de ralliement mis contractuellement à sa disposition.

À l'issue du contrat, le franchiseur s'assurera de la non-utilisation des signes de ralliement de la clientèle par l'ancien franchisé. En cas d'exclusivité d'utilisation de la marque sur un territoire donné, le franchiseur en précise les modalités : objet, portée.

2. LE SAVOIR-FAIRE

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance d'un savoir-faire qu'il développe et fait évoluer.

Le franchiseur par une information et une formation adaptées le transmet au franchisé ou le met à sa disposition, et en contrôle l'application et le respect. Le franchiseur encourage et organise la remontée d'informations provenant des franchisés afin d'améliorer le savoir-faire.

Dans la période précontractuelle, contractuelle et postcontractuelle, le franchiseur empêche toute utilisation et toute transmission du savoir-faire, en particulier à des réseaux concurrents, pouvant porter préjudice au réseau de franchise.

3. L'ASSISTANCE TECHNIQUE ET COMMERCIALE

Le franchiseur assure au franchisé un accompagnement technique et commercial au montage du projet, à l'ouverture du point de vente et durant la durée du contrat.

Cet accompagnement assure au franchisé un transfert quasi permanent du savoir-faire et de ses évolutions. Il permet également au franchiseur de vérifier l'application du concept.

4. LA COLLECTION DE PRODUITS, SERVICES ET/OU TECHNOLOGIES

Le franchiseur met à la disposition du franchisé une gamme de produits, services et/ou technologies qu'il a conçue, mise au point, agréée ou acquise.

L'exclusivité réservée au franchisé, si elle existe, est clairement précisée en termes d'objet et de portée. Le franchiseur s'assure par tout moyen que la collection de produits et/ou de services offerts au consommateur est bien conforme à l'image de marque et ce au moyen d'une clause d'achats exclusifs pour les systèmes qui le justifieraient, en particulier lorsque les produits portent la marque du franchiseur.

LES QUATRE ACTEURS DE LA FRANCHISE

LE FRANCHISEUR

est un entrepreneur indépendant, personne physique ou morale

1. LE FRANCHISEUR

- Titulaire des droits sur les signes de ralliement de la clientèle au nombre desquels se trouve nécessairement une enseigne et/ou marque protégée, les droits devant être d'une durée au moins égale à la durée du contrat,
- offrant un ensemble de produits, services et/ou technologies,
- ayant mis au point et exploité avec succès un concept original dans une ou plusieurs unités pilotes,
- apportant à ses franchisés une formation initiale et permanente pour leur permettre d'appliquer son concept,
- consacrant à la promotion de sa marque, à la recherche et à l'innovation, les moyens humains et financiers permettant d'assurer le développement et la pérennité de son concept,
- lié à ses franchisés par un contrat auquel sera annexé le Code de déontologie européen de la franchise.

LE FRANCHISÉ

est un entrepreneur indépendant, personne physique ou morale, sélectionné par le franchiseur

2. LE FRANCHISÉ

- Animé d'un esprit d'entreprise, responsable des moyens humains et financiers qu'il engage et responsable à l'égard des tiers des actes accomplis dans le cadre de l'exploitation de la franchise,
- ayant la volonté de collaborer loyalement à la réussite du réseau de franchise en adhérant au principe d'homogénéité de ce réseau tel que défini par le franchiseur,
- engageant des moyens financiers afin de rétribuer le franchiseur pour ses apports,
- adhérant à l'esprit de la franchise.

LE RÉSEAU DE FRANCHISE est constitué du franchiseur et de ses franchisés, tous porteurs de la même enseigne, symbole de l'identité et de la réputation du réseau

3. LE RÉSEAU

- La force d'une enseigne et/ou marque est un élément qui influence de façon considérable l'acte d'achat du consommateur.
- Cette enseigne ou marque constitue la garantie de la qualité du service rendu au consommateur. Cette garantie est assurée par la transmission et par le contrôle du respect du savoir-faire et par la mise à disposition d'une gamme homogène de produits, services et/ou technologies.
- Le franchiseur se doit de contrôler le respect de tous les éléments constitutifs de l'image de marque par les franchisés, ceci afin de protéger le consommateur et les franchisés eux-mêmes.

LE CONSOMMATEUR (ou plutôt, LE CLIENT) est une personne qui achète pour son usage des produits et des services. C'est l'acteur le plus important de la franchise, mais aussi le plus difficile à cerner.

4. LE CONSOMMATEUR

- Ses habitudes de consommation sont différentes selon sa situation géographique. Il n'existe pas un consommateur type. L'entreprise a donc besoin de s'adapter pour répondre à ses attentes. Le consommateur évolue rapidement et l'entreprise est obligée de suivre ses mutations.
- Il achète moins, et surtout, il achète mieux et cherche « autre chose » dans la consommation. Mieux informé, plus exigeant dans ses achats, il privilégie les produits basiques pour mieux profiter de ses coups de coeur. Il est plus sélectif, plus réfléchi et détermine ses achats de façon plus raisonnée. Le consommateur d'aujourd'hui achète juste, au juste prix, la juste quantité, avec un souci croissant de l'environnement : il est devenu client.

LES AVANTAGES ET LES EXIGENCES DE LA FRANCHISE

POUR LE FRANCHISEUR

LES AVANTAGES

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

- moyens de financement privilégié d'un réseau commercial ;
- limitation de la capacité de réaction de la concurrence grâce :
 - à la conquête rapide d'un marché et au dynamisme des entrepreneurs franchisés,
 - aux effets financiers de la coalition économique du réseau (puissance d'achat),
 - à l'occupation du territoire sur des emplacements de premier ordre ;
- valorisation de la marque et fidélisation de la clientèle grâce à la conjonction des actions publicitaires nationales et régionales et à la présence de la marque sur le terrain ;
- contrôle de la distribution ;
- planification de la production pour les franchises de production-distribution.

LES EXIGENCES

• *Exigences financières*

L'importance des moyens à mettre en œuvre n'est pas proportionnelle aux besoins et aux moyens immédiats de la seule entreprise du franchiseur. Dès le départ, le franchiseur doit intégrer les exigences du réseau avant son lancement, en phase de lancement et en phase de maturité, et notamment les coûts :

- de mise au point du concept,
- d'expérimentation du concept,
- de développement,
- d'assistance,
- de recherche et d'innovation.

• *Exigences stratégiques*

- le franchiseur se doit de développer une stratégie de différenciation par rapport à la concurrence.
- le franchiseur renonce à exploiter directement tout ou partie d'un territoire.
- le franchiseur est condamné à réussir ou à risquer la désintégration de son réseau en dépréciant un actif essentiel : sa marque.

POUR LE FRANCHISÉ

LES AVANTAGES

- Le franchisé est propriétaire de son entreprise, il est juridiquement indépendant.
- Le franchisé bénéficie de l'image de marque et de la réputation de l'enseigne par rapport au consommateur.
- Le franchisé bénéficie d'un système de gestion commerciale conçu et expérimenté par le franchiseur, d'où économie de temps liée à l'utilisation d'un savoir-faire existant et réduction du risque financier.
- Le franchisé bénéficie de l'avantage compétitif dû à la synergie économique du réseau d'une part et à la capacité d'innovation du franchiseur d'autre part.
- Le franchisé accède à une maîtrise professionnelle supérieure à celle de l'homme de métier isolé grâce à la formation, aux conseils et à l'assistance permanents, aux outils pédagogiques.
- le franchisé bénéficie d'une meilleure rentabilité des capitaux investis par rapport au commerçant isolé grâce à l'optimisation des capitaux investis et aux économies d'échelle permises par la standardisation des opérations.

LES EXIGENCES

- Le franchisé est tenu d'appliquer la stratégie commerciale du franchiseur.
- Le franchisé est tenu de respecter les normes du concept, les standards de qualité en tant qu'ambassadeur de l'enseigne.
- Le franchisé est obligé de suivre l'évolution du concept et du savoir-faire.
- Le franchisé est souvent obligé de s'approvisionner auprès du franchiseur ou des fournisseurs référencés.
- Le franchisé est tenu de rétribuer le franchiseur pour ses apports, généralement sous forme :
 - d'une redevance forfaitaire initiale ou droit d'entrée,
 - de royalties en contrepartie de :
 - la licence de marque,
 - l'assistance permanente,
 - la formation permanente,
 - la recherche et l'innovation.

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

Devenir franchisé(e) est une démarche qui engage une partie de votre vie et une partie de vos capitaux. Il s'agit d'une décision qui ne se prend pas à la légère. Il convient donc de prendre certaines précautions avant de se lancer, notamment en matière de recherche d'informations indispensables à une prise de décision saine. La FFF est en permanence à l'écoute des porteurs d'un projet de création d'entreprise en franchise...

Le « parcours du futur franchisé(e) » ci-dessous, certes non exhaustif, permettra aux candidat(e)s de se poser un certain nombre de bonnes questions (et de tenter d'obtenir les réponses !) avant de franchir le pas.

FAIRE SON AUTO-DIAGNOSTIC ET PRÉPARER SON PROJET DE FRANCHISE

- Avez-vous évalué vos aptitudes personnelles et professionnelles ?
- Quel intérêt portez-vous au(x) secteur(s) d'activité(s) sélectionné(s) ? Sont-ils compatibles avec votre personnalité et vos valeurs personnelles ?
- Votre environnement familial adhère-t-il au projet ?
- Vos moyens financiers sont-ils suffisants ?
- Sur le plan professionnel, quels sont vos objectifs et vos ambitions ?
- Êtes-vous mobile géographiquement ?

MIEUX CONNAÎTRE LA FRANCHISE

Vous pouvez notamment :

- Assister au stage de formation « Devenir franchisé(e) » de l'Académie de la franchise® (<https://www.franchise-fff.com/services-outils/formations-en-franchise/catalogue-des-formations/>),
- Visiter les salons de la franchise : Franchise Expo Paris (www.franchiseparis.com) et les salons étrangers,
- Consulter le site de la FFF, www.franchise-fff.com,
- Lire et connaître le Code de déontologie européen de la franchise (voir p. 52-59),
- Consulter la presse (franchise, création d'entreprise, secteurs d'activité),
- Rencontrer des personnes compétentes engagées activement dans le monde de la franchise (franchisés, franchiseurs, juristes, banquiers, experts-comptables...).

CHOISIR SON RÉSEAU DE FRANCHISE

Vous devez évaluer les réseaux qui vous intéressent en fonction de :

- L'existence de la maîtrise du concept,
- La différenciation et l'originalité du savoir-faire,
- La qualité de la formation dispensée (initiale et continue),
- L'existence et la qualité du manuel opératoire,
- La qualité des produits et/ou des services vendus,
- La rentabilité des unités pilotes,
- La sélection rigoureuse des franchisés opérée au sein du réseau,
- L'innovation régulière du franchiseur,
- La communication interne/externe dans le réseau,
- L'assistance apportée au réseau (nombre et qualité des animateurs),
- Le leadership du franchiseur, sa maîtrise du métier de franchiseur,



N'oubliez pas

La formation
de la FFF

« Devenir franchisé »

<https://academie-franchise.catalogueformpro.com/>

- L'engagement du franchiseur à respecter le code de déontologie européen de la franchise. Les adhérents de la FFF s'y sont engagés.

Sur tous ces sujets, le franchiseur lui-même peut vous fournir un certain nombre d'informations. Vous avez également tout intérêt à rencontrer les franchisés du réseau. Programmez de cinq à dix visites, en qualité de simple client et en qualité de candidat à la franchise.

ÉTUDIER LE DOCUMENT D'INFORMATIONS PRÉCONTRACTUEL (DIP)

Il vous est transmis par le franchiseur lorsque vous vous sentez prêt à avancer sur le projet avec lui. Le franchiseur est dans l'obligation de vous accorder un minimum de vingt jours pour analyser les informations qu'il contient.

- Interrogez-vous sur l'expérience dans le métier du ou des dirigeant(s) du réseau,
- Analysez les étapes d'évolution du réseau (preuve de dynamisme),
- Faites-vous aider par des spécialistes pour l'étude du contrat de franchise et des comptes du franchiseur (vérifiez notamment que les deux derniers exercices vous ont été transmis, ou que l'on vous a donné des raisons valables pour expliquer leur absence),
- N'hésitez pas à comparer le DIP qui vous est remis avec le modèle proposé par la FFF (voir p. 60-64).

ANALYSEZ LE POTENTIEL DU MARCHÉ

Il s'agit d'un point important qu'il ne faut pas négliger.

Il vous appartient de réaliser une étude de marché. C'est un « métier ». Il est préférable de se faire aider par des spécialistes qui maîtrisent les méthodes d'évaluation.

ÉLABORER UNE ÉTUDE FINANCIÈRE

- Budgéter vos besoins et vos ressources de façon réaliste, en tenant compte de la conjoncture.
- N'omettez pas de vous interroger sur le retour sur investissement.
- Réalisez vous-même l'étude ou faites vous aider par un expert comptable.

Lorsque tous ces points sont validés, et si votre candidature est retenue par le franchiseur, il vous restera à définir avec votre franchiseur la date d'ouverture de votre point de vente et mettre en place un rétroplanning (recherche de local, travaux, formation, etc.)

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

COMMENT CHOISIR SON SECTEUR D'ACTIVITÉ

Le choix du secteur d'activité est fondamental lors de la phase de réflexion de votre projet entrepreneurial. Il est primordial de choisir un secteur en développement pour assurer la viabilité à long terme de votre entreprise et vous permettre d'y exploiter et développer vos talents.

1. ANALYSER LE MARCHÉ

Les franchiseurs que vous allez rencontrer vont vous apporter des éléments sur leurs marchés. Il conviendra de ne pas se limiter à ces informations. Vous devrez étudier les tendances sociétales et de consommation pour identifier les secteurs porteurs. Analyser la demande dans votre région et dans la zone de chalandise où vous souhaitez vous implanter. Identifiez qui sont vos clients potentiels et comment les atteindre facilement.

2. CONSIDÉRER LA CONCURRENCE

L'analyse de la concurrence vous permettra également de juger de la saturation d'un secteur d'activité. Prenez en compte la localisation où vous souhaitez entreprendre car certaines franchises nécessitent un positionnement stratégique, comme pour le prêt à porter où une implantation dans une rue commerçante ou une zone à fort trafic est requise. Les franchiseurs vont pouvoir vous livrer des éclairages mais cela ne devra pas empêcher votre propre diagnostic.

3. ÉTUDIER LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

Informez-vous sur les différents modèles économiques des franchises dans votre secteur. Certains offrent des marges plus élevées ou des coûts d'entrée plus bas. Évaluer les coûts d'investissement initiaux et les frais récurrents associés. Assurez-vous que vous disposez des ressources nécessaires pour démarrer et maintenir votre activité en élaborant un business plan détaillé.

4. ÉVALUER VOS INTÉRÊTS ET COMPÉTENCES

Un secteur d'activité qui vous passionne est essentiel pour rester motivé. Évaluez vos compétences et vos savoir-faire. La franchise est le modèle qui permet d'exploiter une activité même sans expérience grâce à l'accompagnement du franchiseur. Cependant certaines franchises peuvent nécessiter des compétences spécifiques comme la boulangerie ou l'optique...

EN CONCLUSION

Choisir un secteur d'activité pour exploiter une franchise nécessite une réflexion approfondie alliant analyse de marché, viabilité économique et critères personnels. Prenez le temps de bien réfléchir, n'hésitez pas à solliciter des experts en franchise ou à vous référer aux études de la FFF, de l'indicateur de la franchise mais également aux concours ou trophées dédiés à la Franchise. Cela vous aidera à prendre une décision éclairée et maximiser vos chances de succès.

KATIA POIGET

Responsable Franchise/Prescription/Commerce Associé & Large Pro
Direction du Marché des Professionnels – Caisses d'Épargne

Il est primordial
de choisir un
secteur en
développement.



**CAISSE
D'ÉPARGNE**
Vous être utile.

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

NE PAS CONFONDRE VITESSE ET PRÉCIPITATION

QUELQUES CONSEILS AUX FUTURS FRANCHISÉS

Le choix d'une franchise est un projet d'entreprise, mais aussi un choix de vie.

Il est important de bien réfléchir, se renseigner et se faire accompagner avant de signer son contrat

SE RENSEIGNER

Pour permettre au futur franchise de s'engager en connaissance de cause, le franchiseur doit lui transmettre un Document d'Information Précontractuelle (D.I.P.), dont le contenu est déterminé par la loi : articles L.330-3 et R.330-1 du code de commerce.

Si le DIP donne les premières informations utiles, **il faut aller plus loin** : rencontrer des franchiseés de votre choix, prendre contact avec l'association des franchiseés si elle existe, consulter sur infogreffe.fr ou pappers.fr les comptes des franchiseés des villes similaires. Sachez que les informations obligatoires qui figurent dans le code de commerce ne sont pas exhaustives, le franchiseur doit communiquer au candidat franchise **toute information, en lien avec le contrat, importante pour son consentement**. Il faut donc poser toutes les questions, même si elles fâchent : statistiques sur la rentabilité des points de vente, le turnover...

Renseignez-vous sur votre franchiseur : sa personnalité, ses compétences, son parcours. Attachez une attention particulière à l'**étude de marché** : l'emplacement commercial est primordial pour la réussite de votre entreprise.

Ne signez pas le contrat de franchise avant de valider votre emplacement par le franchiseur car le temps jouera contre vous : alors qu'il a payé le droit d'entrée et suivi la formation initiale, le franchiseé qui n'a toujours pas d'emplacement se trouvera en tenailles entre les frais déjà engagés et l'absence de chiffre d'affaires. Il risque alors se rabattre sur un emplacement moins bon.

Lorsque l'emplacement est validé, prévoyez dans le bail une clause suspensive de signature du contrat de franchise qui vous permettra de vous désengager sans payer une indemnité au bailleur si votre projet n'aboutit pas.

LIRE ET COMPRENDRE SON CONTRAT

Les contrats de franchise sont complexes, il y en a autant que de réseaux. Cependant, voici quelques conseils simples pour une première lecture.

Qui signe le contrat ? Constituez une société commerciale, ne le signez jamais à titre personnel car cela affectera votre patrimoine personnel aux dettes de la société. Méfiez-vous également des obligations de « porte-fort » et de solidarité.

Quels sont les droits et les obligations des parties ? Si les obligations du franchiseur tiennent en trois lignes et les obligations du franchisé constituent le reste du contrat, cela devrait vous interpeller.

Quelles sont les exclusivités contractuelles ? Si l'exclusivité territoriale est un avantage pour le franchisé, les obligations d'exclusivité à sa charge (d'activité, d'approvisionnement etc.) vont restreindre sa liberté commerciale et peuvent générer des surcoûts qui ne sont pas toujours justifiés.

Vérifiez les **conditions de sortie** : certaines clauses ont un effet post-contractuel et vous obligeront de modifier votre local pour le différencier du concept franchisé (les exigences et le budget à affecter pourront être plus ou moins conséquents), vous empêcheront de poursuivre librement votre activité (clause de non-concurrence) ou de céder votre entreprise (clause de préemption, offre préalable ou promesse de vente etc.).

Il n'est pas toujours aisé de négocier les termes du contrat de franchise. Si vous n'êtes pas en mesure de le faire, il est important, a minima, de comprendre à quoi il vous engage. Surtout, prenez le temps, n'hésitez pas à interroger votre futur franchiseur sur tous les points qui ne vous paraissent pas clairs. Ne vous fiez pas à l'argument « *c'est une clause de style, on ne l'applique jamais* ». N'oubliez pas, le contrat signé fait la loi des parties, chacune de ses dispositions devrait être appliquée et chaque partie pourrait exiger son accomplissement.



ORIENTIS LEGAL
Avocats des Franchisés

OLGA ZAKHAROVA-RENAUD

Avocat Associé – Orientis Legal
renaud@orientis-legal.com

Membre du Collège des Experts de la FFF

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

COMMENT CONSTRUIRE SON BUSINESS PLAN

Le business plan est un document essentiel qui vous permet de structurer la stratégie de votre projet de franchise. Obtenir des financements, convaincre de potentiels futurs partenaires ou encore mettre en valeur votre projet sont autant de raisons qui expliquent la nécessité de rédiger un tel document. Le succès de votre demande de financement dépendra bien souvent de la qualité de votre business plan. Grâce à ce document, vos partenaires auront une vision complète de l'écosystème de votre projet.

Document indispensable lors d'une création en franchise et véritable outil de pilotage, le business plan n'est pas à prendre à la légère : plan de financement, coûts, étude de faisabilité, rentabilité, objectifs, risques et opportunités, étude de la concurrence... sont la liste non exhaustive des éléments qui peuvent être nécessaires.

Lors de la création en franchise, il peut être difficile de se lancer dans la rédaction d'un business plan, il s'agit néanmoins d'une étape incontournable afin de garantir votre succès entrepreneurial, car le business plan démontre par écrit la valeur ajoutée de votre projet.

Il est généralement composé de deux parties :

- La première retrace l'histoire du projet, la stratégie et la vision à moyen terme intégrant tous les aspects juridiques et marketing du projet. Cette première partie parle de vous en tant que porteur de projet, de l'enseigne que vous avez choisi de rejoindre, de la structure du projet, du marché, de votre vision et de votre stratégie.
- La deuxième partie est une traduction chiffrée de la première qui comprend principalement votre plan de financement, les résultats financiers attendus, le seuil de rentabilité, le tableau de trésorerie. Il s'agit des prévisions financières de votre projet.

QUELLES SONT LES BONNES TECHNIQUES POUR FAIRE UN BON BUSINESS PLAN ?

Vous pouvez commencer par répondre aux questions suivantes :

- Qui suis-je ?
- Pourquoi avoir choisi ce secteur d'activité ?
- Les avantages de l'enseigne sélectionnée ?
- Pourquoi avoir sélectionné cet emplacement ?
- Quand vais-je le faire ?
- Comment vais-je le faire ?
- Combien cela va-t-il me rapporter ?
- Pourquoi est-ce que je fais tout cela ?

En effet, le business plan doit démontrer que vous connaissez aussi bien votre marché que vos concurrents et que le choix de l'enseigne est une réelle valeur ajoutée. Vous devez également être capable de mettre votre projet en perspective sous tous ses aspects. Soyez particulièrement attentif à la rédaction de votre business plan et notamment à celle de la première partie puisqu'elle servira de base à la seconde. **Il est essentiel de bien la développer avant d'en effectuer la traduction chiffrée.** Une fois la seconde partie réalisée, vérifiez bien que les deux parties se répondent et qu'elles sont concordantes.

QUELS SONT LES CONSEILS DE L'EXPERT ?

PREMIER CONSEIL :

La forme compte autant que le fond voire plus car l'objectif est d'attirer l'attention du lecteur ce qui suppose une présentation attractive. Le banquier va évidemment accorder une grande importance aux chiffres notamment en terme de sérieux et de viabilité du projet mais il est essentiel de le convaincre du potentiel du projet en premier lieu. Ce n'est que s'il est séduit par la présentation qu'il étudiera ensuite les éléments financiers. La présentation doit donc être aérée et claire autant que faire se peut. **Mettez en avant vos compétences et expériences. L'idée est de montrer que vous comprenez les enjeux de votre projet et que vous êtes à même de les gérer.** La présentation de l'enseigne doit être détaillée. Les couleurs et photos apportent une plus-value visuelle non négligeable et permettront au lecteur de se souvenir de vous. La lecture de votre Business Plan doit être agréable et percutante.

DEUXIÈME CONSEIL :

L'étude de marché effectuée par des spécialistes reste un incontournable. Il est important de **bien documenter** la seconde partie : **citez vos sources et vos références**, pensez à insérer des graphiques et de tableaux pour faciliter la lecture des chiffres et montrer au lecteur que vous avez saisi tous les enjeux de votre projet.

TROISIÈME CONSEIL :

Un bon business plan **optimisera les chances de réussite** de votre projet à coup sûr. Ce document servira de structure à vos actions et permet une communication facile de votre projet. Il est évidemment amené à évoluer dans le temps. Il est important de se faire accompagner par des experts-comptables spécialistes en commerces organisés dont l'expérience vous fera gagner un temps précieux.

In Extenso
Experts-Comptables

STEPHANIE DI FUSCO

Directeur National
Marché Franchise & Commerce Organisé
stephanie.di-fusco@inextenso.fr
Membre du Collège des Experts de la FFF



RAYONNEZ.

Acteurs de la franchise et du commerce organisé,
bénéficiez d'une palette étendue de services avec
les moyens humains et matériels d'un réseau national

- Un accompagnement à la création
- Une gestion éclairée
- Une relation de proximité
- Un pilotage quotidien simplifié



Expertise-comptable • Conseil • Audit • Juridique • Social • Paie

In Extenso
ENTREPRENEZ L'AVENIR.

**Stéphanie
Cinato di Fusco**

Directeur National
Marché Franchise
& Commerce Organisé

04 72 60 36 68

stephanie.di-fusco@inextenso.fr



AVEC



**J'ARRIVE AVEC UNE IDÉE,
JE PARS AVEC UNE ENTREPRISE !**

Mon Pass Créa, c'est un **parcours personnalisé**, des **outils gratuits** et un **accompagnement** pour créer une entreprise en toute sécurité.

Rendez-vous sur bpifrance-creation.fr

— Envie d'entreprendre, devenez franchisé !



Découvrez la franchise en suivant notre formation
« Devenir franchisé » sur www.formation-franchise.com

La franchise est un véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs.
Un modèle d'entrepreneuriat fondé sur le transfert du savoir-faire
et le partage de la valeur.



**Vous êtes un entrepreneur
indépendant** tout en étant
accompagné.



**Vous bénéficiez de la
transmission d'un savoir-faire,**
de formations d'assistance, et
de la force d'un réseau.



**Vous optez pour un modèle
efficace** qui augmente
vos chances de réussite
et accélère le retour sur
investissement.

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

LES INVESTISSEMENTS À PRÉVOIR

POUR DEVENIR FRANCHISÉ

Si plus d'un tiers des Français aimerait créer son entreprise, plus de 5 sur 10 envisagent de le faire en franchise.

La création d'une entreprise en franchise nécessite comme toute création d'entreprise des investissements dont le montant global est souvent supérieur en franchise qu'en tant qu'entrepreneur isolé.

Si plus d'un tiers des Français aimerait créer son entreprise, plus de 5 sur 10 envisagent de le faire en Franchise et ce chiffre monte à plus de 6 sur 10 chez les 18-24 ans*. La création d'une entreprise en franchise nécessite comme toute création d'entreprise des investissements. Le coût global des investissements apparaît souvent supérieur pour la création de son entreprise en franchise que l'équivalent en tant qu'entrepreneur isolé. En effet, les franchisés bénéficient en plus d'une marque, d'un modèle éprouvé, de la transmission du savoir-faire et de l'accompagnement du franchiseur. Ces atouts ont un coût à l'installation et permettent un retour sur investissement plus rapide.

Il est nécessaire de recueillir auprès de votre franchiseur les investissements type à réaliser en fonction de la surface de vente et du type d'implantation ainsi que les ratios d'exploitation constatés dans son réseau. Vous trouverez également dans le DIP (document d'informations précontractuel) le détail des dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne.

Les niveaux d'investissements requis sont très variables selon les secteurs d'activité, les concepts et le lieu d'implantation : le fonds de commerce (ou le droit au bail) notamment est plus coûteux dans les grandes villes et en centre-ville plutôt qu'en zone rurale ou en périphérie. Il y a des possibilités de création d'entreprise en franchise pour toutes les bourses : 63 % des franchisés déclarent que la création de leur entreprise en franchise leur a coûté moins de 200 K€*.

Coût total de la création d'entreprise (franchisés ≤ de 5 ans d'ancienneté)

19%	Moins de 50 000 euros
51%	Entre 50 000 et 200 000 euros
30%	Plus de 200 000 euros

Outre le droit d'entrée à l'enseigne, l'un des premiers investissements sera de réaliser l'étude du marché local ; elle est incontournable pour bien mesurer le potentiel commercial de la zone (à ne pas confondre avec l'état local du marché fourni par le franchiseur dans le DIP). Elle doit être réalisée avant de se rapprocher de son expert-comptable, afin de travailler au prévisionnel d'activité et au plan de financement. Elle peut être réalisée par le franchisé et l'on peut faire appel à une entreprise spécialisée.

Les investissements seront composés du droit d'entrée à l'enseigne (et de la formation si non incluse), les frais de création de la société, l'acquisition du fonds de commerce ou droit au bail, le dépôt de garantie, les frais d'agence

*Source: 21^e enquête de la franchise Banque Populaire / fff

immobilière, les travaux, les aménagements (matériel et mobilier, conformes au concept architectural de l'enseigne), l'informatique, les stocks éventuels, le BFR (Besoin en fonds de roulement), la communication de lancement... rien ne doit être oublié !

Face aux dépenses nécessaires à la création de l'entreprise, les sources de financement sont généralement composées des apports personnels de l'entrepreneur qui peuvent être complétés par des aides à la création d'entreprise et/ou par un prêt d'honneur et du financement bancaire. 79 % des franchisés récemment installés ont eu recours au financement bancaire (et/ou au crédit-bail) pour financer la création de leur entreprise en franchise*.

Et près de 1 franchisé sur 2 estime que le fait d'être franchisé a favorisé l'octroi d'un crédit.





PROFESSIONNELS ET INDÉPENDANTS

Vous êtes un professionnel, vous êtes protégé.

Exercer votre métier en toute sérénité, nos équipes viennent à votre rencontre pour vous conseiller sur l'assurance :

- de votre activité ;
- de vos biens professionnels ;
- de vos véhicules professionnels ;

et vous proposent des solutions pour votre protection et celle de vos salariés.

Pour plus d'informations sur nos offres, contactez nos conseillers spécialisés

► N°Cristal 09 69 39 49 45 ou rendez-vous sur macif.fr

APPEL NON SURTAXE



La Macif,
c'est **vous.**

Les garanties sont accordées dans le conditions et limites du contrat souscrit.

Crédit photo : Johnér / GraphicObsession.

MACIF - MUTUELLE ASSURANCE DES COMMERÇANTS ET INDUSTRIELS DE FRANCE ET DES CADRES ET SALARIÉS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE. Société d'assurance mutuelle à cotisations variables. Entreprise régie par le Code des assurances. Siège social: 1 rue Jacques Vandier 79000 Niort.

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

FRANCHISÉS :

MAÎTRISEZ VOS ASSURANCES POUR PROTÉGER VOTRE RÉUSSITE

En rejoignant un réseau de franchise, vous bénéficiez d'un concept éprouvé et d'un accompagnement précieux. Cependant, la responsabilité de la protection de votre entreprise vous incombe pleinement. Bien s'assurer n'est pas seulement une obligation contractuelle et légale, c'est le rempart indispensable pour pérenniser votre activité.

LES ASSURANCES POUR UNE PROTECTION SERENIE

Pour vous concentrer pleinement sur le développement de votre entreprise, trois types d'assurance sont nécessaires, voire obligatoires selon votre situation :

- **La Responsabilité Civile Professionnelle (RC Pro)** : Elle couvre les dommages (matériels, corporels ou immatériels) causés à des tiers (clients, fournisseurs, passants) dans le cadre de votre exploitation. Selon votre activité (avocat, expert comptable...), elle est obligatoire.
- **La Multirisque Professionnelle** : Elle protège vos biens professionnels. En cas d'incendie, de dégât des eaux, de vol ou de vandalisme, elle permet de couvrir vos locaux, votre stock et votre matériel de pointe souvent imposé par le concept. Là aussi cette assurance est obligatoire si vous êtes locataire ou copropriétaire
- **La Perte d'Exploitation** : Trop souvent négligée, cette garantie est pourtant celle qui sauve les entreprises après un sinistre majeur. Elle compense la baisse de votre chiffre d'affaires et permet de faire face à vos charges fixes (loyers, salaires...) le temps de la reprise.

DES SOLUTIONS ADAPTÉES À VOTRE PROFIL

Chaque entreprise a ses spécificités. Une franchise de restauration n'aura pas les mêmes besoins qu'une agence de services à la personne ou qu'une boutique de prêt-à-porter. Votre assureur doit proposer des **solutions spécifiques à votre entreprise** qui tiennent compte :

1. De la valeur réelle de votre matériel professionnel, marchandises, aménagements, mobiliers...
2. De votre zone géographique et des risques qui y sont liés.
3. Des spécificités liées à votre métier.

FAIRE ÉVOLUER SES CONTRATS : UNE NÉCESSITÉ ABSOLUE

Votre entreprise est une entité vivante. Votre situation lors de l'ouverture ne sera plus la même après 12 ou 24 mois. **Il est impératif d'informer votre assureur de toute modification majeure de votre activité.**

Pourquoi est-ce crucial ? Tout changement non déclaré peut rendre votre contrat inadapté, voire caduc. En cas de sinistre, le risque majeur est de se confronter à un refus d'indemnisation totale, une couverture très insuffisante et même entraîner une résiliation du contrat. Les situations suivantes doivent impérativement faire l'objet d'une mise à jour de votre contrat :

- Changement d'adresse : Vos garanties sont liées à un lieu précis.
- Croissance de l'activité : Une augmentation significative de votre chiffre d'affaires ou de la valeur de vos stocks/équipements.
- Évolution du métier : L'ajout d'une nouvelle activité (ex: vente de produits alimentaires en complément de la vente de vêtements...)

Cet article vous a été utile ? Pensez à vérifier dès aujourd'hui la date de votre dernier point d'assurance pour éviter toute mauvaise surprise en cas de sinistre.

LA SOLUTION MACIF : L'HUMAIN ET L'EXPERTISE À VOS CÔTÉS

À la Macif, nous savons qu'un franchisé n'est pas un numéro. C'est un entrepreneur qui participe à l'économie locale. Fidèles à nos valeurs mutualistes, nous avons conçu nos offres pour les franchisés en alliant **solidarité et performance**.

Ce que nous vous apportons concrètement :

- **Une analyse experte de votre réseau** : Nous travaillons en amont avec votre tête de réseau pour identifier précisément les zones de risque. Vous n'avez pas besoin d'être un expert en assurance, nous le sommes pour vous.
- **La simplicité avant tout** : Nous vous proposons les garanties adaptées en un contrat clair et lisible.
- **Un accompagnement de proximité** : En cas de sinistre, vous n'êtes pas seul face à un serveur vocal. Nos conseillers et nos experts sont à vos côtés pour vous permettre de reprendre votre activité au plus vite.
- **La prévention** : Parce que le meilleur sinistre est celui qui n'arrive pas, nous vous accompagnons aussi avec des conseils de prévention adaptés à votre local et à votre activité.

Envie d'en savoir plus et de vous assurer avec la Macif ?

Contactez-nous au **09 69 39 49 45** (appel non surtaxé) du lundi au vendredi de 8 heures à 20 heures et le samedi de 9 heures à 17 heures, ou flashez le QR code suivant :



Les garanties sont accordées dans les conditions et limites du contrat souscrit.



**La Macif,
c'est vous.**

MACIF MUTUELLE ASSURANCE DES COMMERÇANTS ET INDUSTRIELS DE FRANCE ET DES CADRES ET SALARIÉS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE. Société d'assurance mutuelle à cotisations variables. Entreprise régie par le Code des assurances. Siège social : 1, rue Jacques-Vandier, 79000 Niort.

PRÊT BOOST – FRANCHISES

Les dirigeants de TPE et PME en franchise font face à de nombreux enjeux : des **imprévus** du quotidien, une **concurrence** accrue ou encore des **fluctuations saisonnières**. Pour répondre à ces enjeux, Bpifrance Flash ⚡ adapte son Prêt Boost en partenariat avec la Fédération Française de la Franchise (FFF) pour soutenir les franchises et :

● Renforcez sa structure financière

- Faites face aux fluctuations de trésorerie et sécurisez votre développement.

● Accélérez la croissance de votre franchise

- Développez de nouveaux projets, investissez dans la formation et modernisez vos outils de gestion.

● Engagez-vous dans une croissance responsable

- Financez des travaux d'aménagement écoresponsables et intégrez des pratiques durables.

DESRIPTIF

Durée de 3 à 5 ans, **sans garantie personnelle demandée**
Jusqu'à 1 an de différé

A partir de **5.000 €**
et jusqu'à **75.000 €**

ÉLIGIBILITÉ

Entreprise créée il y a **plus de 3 ans**
avec un effectif de **2 à 49 salariés**
et un **expert-comptable**.

L'entreprise doit **disposer d'un emprunt bancaire** avec une durée restante de remboursement d'au moins 3 ans.

BPIFRANCE FLASH ⚡

**UN PRÊT SANS FRICTION, POUR
UNE EXPANSION SANS LIMITE**

Découvrir l'offre ➡



bpifrance

LE PARCOURS

DU FUTUR FRANCHISEUR

La franchise est-elle une stratégie de développement adaptée à votre projet ?

Si vous vous posez cette question, sachez que la franchise est une affaire de professionnels qui ne laisse pas de place à l'amateurisme. C'est pourquoi nous vous proposons de prendre connaissance des étapes à suivre (non exhaustives) que nous avons élaborées dans le but de lancer votre réseau.

DÉFINIR SON CONCEPT

Le concept est la mise en place opérationnelle du marketing mix :

- La marque,
- Les produits et/ou services.

Et définit :

- Le positionnement prix,
- La communication,
- L'emplacement...

L'ÉTUDE PRÉALABLE DE FAISABILITÉ

Effectuer une étude de faisabilité du projet en tenant compte :

- De son attractivité sur le marché,
- De la concurrence dans le secteur,
- De vos capacités structurelles et financières,
- De vos objectifs commerciaux.

LA RENTABILITÉ DU CONCEPT

L'élaboration d'un certain nombre d'outils sera nécessaire afin de mesurer la rentabilité de votre concept en fonction de votre situation.

1. Si vous n'avez pas encore d'unité pilote

Le business plan de l'unité pilote permettra de confirmer ou d'infirmer la faisabilité du projet (rentabilité du concept et donc du franchisé).

2. Si vous avez déjà une ou plusieurs unité(s) pilote(s)

Le business plan de la société « tête de réseau » du franchiseur vous détaillera un plan de développement qui reprendra les éléments suivants :

- Objectifs d'ouverture,
- Évaluation des coûts liés aux ouvertures des points de vente franchisés,
- Évaluation des besoins liés au développement (ces deux premiers points vous permettront notamment de déterminer le montant de votre droit d'entrée),
- Évaluation des besoins en animation de votre futur réseau (fréquence à laquelle vous suivrez votre réseau),
- Évaluation des services apportés aux franchisés
- Évaluation des montants à investir en recherche et développement (ces trois derniers points vous aideront à déterminer le montant des redevances à demander à vos franchisés)

TEST DU CONCEPT : LE SITE PILOTE

Le concept que vous souhaitez développer en réseau sous forme de franchise devra être testé au préalable, d'où la nécessité de mettre en place une ou plusieurs unités pilotes servant à expérimenter le concept dans sa globalité. Le but de l'opération étant de parvenir à modéliser le concept, notamment sous les angles suivants :

- La possibilité de réitérer le concept,
- La politique d'implantation,
- Les signes de ralliement de la clientèle (agencements, couleurs, enseigne, etc.),
- La politique de communication,
- La politique commerciale, etc.

LE MONTAGE JURIDIQUE

En fonction du concept que vous souhaitez développer, il faudra choisir la forme juridique adéquate.

Prenez les conseils d'un avocat spécialisé en franchise (cf. Liste du Collège des experts, p. 306-335) qui vous orientera vers la forme juridique la plus adaptée (franchise, concession, licence, etc.)

NORMALISATION DU SAVOIR-FAIRE

Vous devrez élaborer votre manuel opératoire dans lequel devront être recensés tous les éléments du savoir-faire.

Lorsqu'un manuel opératoire est bien réalisé, un franchisé doit y trouver toutes les réponses à ses questions. N'oubliez pas de réfléchir aux méthodes de réactualisation du manuel opératoire.

Le manuel opératoire pourra être remis (ou rendu accessible, sur intranet par exemple) en fin de formation initiale, ce qui apporte un support de qualité post-formation aux franchisés.

ÉLABORATION D'UN PLAN DE FORMATION

La formation est considérée comme un des éléments clefs de la franchise. Elle doit permettre aux franchisés d'avoir accès à une maîtrise professionnelle supérieure à celle du commerçant indépendant isolé.

Elle peut comprendre aussi bien des éléments théoriques (culture d'entreprise, politique commerciale) que pratiques (argumentaires de vente, gestion des stocks, etc.)

Elle est dite initiale pour celle qui se déroule avant l'ouverture du point de vente et continue en cours de contrat pour suivre et appliquer les évolutions du savoir-faire.

LE RECRUTEMENT DE VOS FUTURS FRANCHISÉS

La sélection des franchisés lors du recrutement est un des principes directeurs du Code de déontologie européen de la franchise (article 4: Le franchiseur sélectionne et n'accepte que les franchisés qui, d'après une enquête raisonnable, auraient les compétences requises – formation, qualités personnelles, capacités financières – pour l'exploitation de l'entreprise franchisée).

La sélection des candidats est considérée comme l'un des facteurs clefs de succès dans le développement du réseau de franchise, il faudra alors définir et modéliser les points suivants :

- Un profil de franchisé
- Une politique et des méthodes de recrutement.



N'oubliez pas

La FFF vous propose le **stage « Créer et développer son réseau de franchise »** (3 jours),

vous permettant de maîtriser au mieux ces étapes.

(<https://www.franchise-fff.com/services-outils/formations-en-franchise/catalogue-des-formations/>)

MANAGEMENT DE RÉSEAU

Gérer un réseau de franchisés est un véritable métier qui ne s'improvise pas. Pour manager votre réseau, il vous faudra :

- Un contrat de franchise bien construit, parfaitement adapté à votre concept.
- Une animation de réseau pour dynamiser et suivre les franchisés. Prévoir l'intégration d'un ou plusieurs animateurs.
- Des instances de dialogue avec les franchisés qui permettront de maintenir en permanence l'échange et la transmission d'informations. Elles peuvent prendre plusieurs formes : commissions, groupes de travail, conventions, etc.

LE LANCEMENT DU RÉSEAU

Le lancement du réseau, c'est-à-dire le début du recrutement des candidats, peut maintenant débiter. Les outils du lancement, en tant qu'adhérent :

- une visibilité sur le site de la FFF : www.franchise-fff.com
- la participation au salon Franchise Expo Paris : www.franchiseparis.com
- une présence sur le portail : www.observatoiredelafranchise.fr
- la presse spécialisée et sectorielle.

Retrouvez notre offre de formation complète sur :

www.formation-franchise.com

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

DEVENIR FRANCHISEUR :

PAR OÙ COMMENCER ?



Un concept est franchisable sous trois conditions :

- une exploitation rentable,
- un savoir-faire substantiel,
- une marque distinctive.

Vous rencontrez le succès ? Vous souhaitez vous développer en réseau ? Vous êtes attiré par les success stories de la franchise ? Des candidats vous sollicitent ponctuellement ?

Quelles que soient vos raisons, vous envisagez de vous lancer en franchise, et vous vous interrogez : par où commencer ?

Le préalable : Évaluer la franchisabilité de son concept

Un concept est franchisable sous trois conditions : une exploitation rentable, un savoir-faire substantiel, une marque distinctive. Votre franchisabilité peut-être diagnostiquée lors d'un entretien informel de 45 minutes environ.

LES ÉTAPES DE LA MISE EN FRANCHISE D'UN CONCEPT

1. LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

Il s'agit de déterminer la rentabilité du concept pour le futur franchisé, c'est-à-dire de calculer combien il coûte et il rapporte. Cela permet de construire vos six centres de profit de franchiseur : la marque, la formation, la centrale d'achat, l'assistance, les logiciels et la communication.

2. LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Sur la base d'un objectif de développement, par exemple 3/5/7 franchisés en année 1/2/3, le business plan du réseau va permettre de projeter les moyens à mettre en œuvre pour assurer notamment la formation, l'animation et la communication des franchisés.

3. LA DÉCOUVERTE DU CONCEPT PAR LES CANDIDATS

Pour répondre aux demandes d'information des candidats, il vous faut des outils afin de vous assurer du consentement éclairé de vos franchisés, avant la signature du contrat de réservation de territoire : plaquette de premier contact, guide du franchisé, support de rendez-vous, guide de l'immersion, etc.

4. LE SOURCING DE CANDIDATS

Vous êtes désormais prêt à rencontrer des candidats. Le marketing digital, les événements et le relationnel sont les principales sources de contacts. On considère en général que le taux de conversion de demandes d'information en franchisés est de 1 à 2 %.

5. L'ASSISTANCE PRÉCONTRACTUELLE

Dès votre contrat de réservation de territoire signé, vous assistez votre franchisé, sans vous substituer à lui, dans sa recherche d'emplacement, la création de sa société, la réalisation de son prévisionnel et l'obtention de son

financement, qui sera le déterminant de la signature du contrat de franchise définitif.

6. L'INTÉGRATION AU RÉSEAU

Ca y est, votre franchisé intègre le réseau, et vous le formez, l'assistez dans ses travaux et son recrutement, et préparez à ses côtés son ouverture, avec le plan de communication adéquat et l'assistance au démarrage de son exploitation.

7. LES 120 PREMIERS JOURS

C'est le temps du pilotage par les chiffres, où vous allez le guider dans ses actions en lui indiquant les ratios commerciaux, d'exploitations et financiers de référence du concept, et les actions qu'il doit mener pour les atteindre afin de connaître à son tour la réussite.



JULIEN SIOUFFI

Franchise Board

Membre du Collège des Experts de la FFF

— La franchise, véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs



**Un modèle d'entrepreneuriat
fondé sur le transfert du
savoir-faire, et partage de la
valeur entre franchiseurs et
franchisés**



**Un modèle vertueux pour
l'économie, créateur de
richesse et d'emplois**



**Un modèle efficace, moins
risqué, avec un retour sur
investissement plus rapide**

www.franchise-fff.com

La Fédération Française de la Franchise représente un modèle vertueux et efficace. 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.

Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise.

Elle a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris qui est devenu le rendez-vous annuel international de la franchise.. Elle forme aux métiers de la franchise, depuis 2009, avec son Académie de la franchise, le premier organisme de formation aux différents métiers de la franchise destinés aux futurs franchisés, aux futurs ou actuels franchiseurs.

Rencontrez des entrepreneurs en quête d'opportunités

CessionPME.com, depuis 25 ans la plateforme
incontournable pour entreprendre



Des entrepreneurs,
commerçants, cadres en
reconversion, investisseurs,
en recherche active



Des profils qualifiés en
**phase de concrétisation de
leur projet** de reprise ou de
création d'affaires



Une audience large,
diversifiée et **prête à
investir**

CessionPME Franchise

Développez & Pérennisez votre réseau



Diffusez vos **opportunités de cession** et vos **projets d'implantation** partout en France.



Renforcez l'**attractivité de votre concept** au sein d'un **écosystème entrepreneurial unique**.

+ de 150 000
opportunités
Création/Reprise

+ de 2000
affaires sous
enseignement

+ 250 000
mises en relation
annuelles

5.7 millions
de visites
annuelles

LE PLUS GRAND PORTAIL D'ANNONCES PROFESSIONNELLES
franchise@cessionpme.com - www.cessionpme.com/franchise



LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

BIEN MARKETER LA CESSION DES POINTS DE VENTE FRANCHISÉS :

UN ENJEU STRATÉGIQUE POUR LES RÉSEAUX

Dans un marché où les repreneurs se font plus rares, plus exigeants et mieux informés, la manière dont une enseigne organise et promeut ses opportunités de reprise devient un enjeu de compétitivité majeur

La France entre dans une phase de transmission entrepreneuriale sans précédent. Environ 370 000 entreprises, détenues par des dirigeants issus du baby-boom, vont devoir changer de mains dans les prochaines années. Ce mouvement structurel, qui touche également les réseaux de franchise, interroge leur capacité à accompagner la cession des points de vente partenaires.

Dans un marché où les repreneurs se font plus rares, plus exigeants et mieux informés, la manière dont une enseigne organise et promeut ses opportunités de reprise devient un enjeu de compétitivité majeur. Marketer la cession des unités franchisées devient un levier de performance pour la pérennité du réseau et pour la valorisation de la marque.

LA CESSION : UNE ÉTAPE NATURELLE DU CYCLE ENTREPRENEURIAL

La cession s'inscrit pleinement dans le cycle de vie d'une entreprise : après la phase de création viennent la croissance, la maturité puis la transmission. Cette séquence, souvent perçue comme administrative, constitue en réalité un moment stratégique pour la tête de réseau.

Sans accompagnement, cette étape peut fragiliser l'équilibre local : perte de motivation du franchisé sortant, baisse d'activité, dégradation de l'image, voire disparition de l'affaire. Or, chaque défaillance individuelle peut avoir un effet domino sur le réseau tout entier.

À l'inverse, une transition préparée et valorisée permet de maintenir la dynamique commerciale, de rassurer les équipes et de garantir la continuité de l'exploitation. Par son soutien, le franchiseur renforce son image de partenaire durable et la crédibilité du réseau.

La transmission en franchise étant une relation tripartite, la tête de réseau se positionnera comme un facilitateur entre vendeur et repreneur et aura à cœur de permettre une cession équitable dans les meilleures conditions.

“

Bien marketer une cession, c'est construire une offre de reprise claire et désirable.

”

SÉDUIRE LES REPRENEURS : UNE MISE EN VALEUR DÉCISIVE

Dans le contexte concurrentiel où l'offre de reprise excède la demande, un dossier mal présenté ou mal positionné perd rapidement de sa capacité à séduire.

Bien marketer une cession, c'est construire une offre de reprise claire et désirable :

- Mettre en avant les performances économiques et la rentabilité avérée.
- Valoriser la notoriété du site, son emplacement, sa clientèle et son potentiel de développement.
- Illustrer la pertinence du concept, la solidité du modèle économique et la qualité de l'accompagnement proposé par l'enseigne.

La cession de l'unité en franchise devient une opportunité entrepreneuriale crédible et attractive, à la hauteur du concept qu'elle incarne.

ASSISTER LE CÉDANT ET PÉRENNISER LE RÉSEAU

Bien que les modalités financières et fiscales de la transmission incombent à l'entrepreneur et à son expert-comptable ; l'éclairage de la direction financière de l'enseigne peut être appréciable.

Le franchisé sortant, souvent concentré sur la gestion quotidienne ou en fin de cycle, n'a ni le temps ni les outils pour promouvoir efficacement sa cession. Le franchiseur dispose, quant à lui, d'atouts décisifs : une vision d'ensemble du réseau, une marque forte, un système de communication maîtrisé et la capacité à qualifier les candidats.

En accompagnant les transmissions d'un point de vue marketing, le franchiseur :

- **garantit la cohérence de son réseau** et la stabilité de sa **présence territoriale** ;
- **sélectionne des repreneurs** alignés avec son concept et ses valeurs ;
- **protège la réputation de l'enseigne** et la valeur perçue de son **modèle économique**.

L'enjeu dépasse donc la transaction individuelle : il s'agit de préserver la continuité de la promesse de marque et la confiance du marché. Un point de vente mal repris peut fragiliser le réseau ; une reprise réussie devient un levier pour attirer de nouveaux porteurs de projets.

LE MARKETING DE LA CESSION : UNE STRATÉGIE À PART ENTIÈRE

Les réseaux les plus performants appliquent aux cessions les mêmes méthodes qu'à leur développement. Une stratégie de communication maîtrisée devient essentielle pour capter l'attention de repreneurs qualifiés.

Les leviers les plus efficaces incluent :

- Une **présentation soignée** du point de vente : storytelling cohérent, données économiques claires, visuels professionnels.
- Une **diffusion multicanale** : plateformes spécialisées dans la transmission d'entreprises et de commerces, réseaux sociaux professionnels, bases internes, partenariats institutionnels.
- Un **accompagnement des candidats** : webinaires, rencontres, immersions ou échanges entre franchisés.

- **Un suivi analytique des performances**: nombre de contacts, taux de qualification, délai de cession, retour d'expérience.

Cette approche marketing intégrée accélère le processus de cession, améliore son efficacité et contribue à renforcer la qualité des profils recrutés.

UN LEVIER DE VALEUR ET DE CROISSANCE DURABLE POUR L'ENSEIGNE

Chaque cession aboutie démontre que l'enseigne sait offrir à ses franchisés non seulement un parcours de réussite, mais aussi une sortie maîtrisée et valorisante. À l'inverse, des transmissions longues ou difficiles peuvent générer un effet de défiance : si un point de vente ne trouve pas preneur, le concept peut être mis en cause.

L'accompagnement marketing de la transmission des unités franchisées apparaît non seulement comme un outil de renouvellement pour l'enseigne, mais aussi comme **un puissant levier de recrutement entrepreneurial**.

Ainsi, selon une étude menée en 2024 par CessionPME auprès de ses enseignes partenaires, 50 % des franchisés recrutés via la plateforme avaient concrétisé leur projet en ouvrant de nouveaux points de vente alors qu'ils s'étaient initialement intéressés à des offres de reprise.

DE LA TRANSMISSION À LA PERFORMANCE COLLECTIVE

Accompagner le franchisé lors de la transmission de son affaire constitue un choix stratégique pour l'enseigne : elle transforme un moment sensible en levier de croissance, en preuve de solidité du modèle et en vitrine du professionnalisme du réseau.

L'assistance s'étend également au repreneur, que l'enseigne peut alerter sur des points de vigilance (besoin de mise au nouveau concept, éléments d'investissement à préparer dans le montage financier, reprise des contrats...) dont certains spécifiques à l'activité. De plus, certaines enseignes ne se contentent pas d'aider à une transaction équitable et développent un encadrement spécifique pour les repreneurs impliquant le cédant et l'animateur de réseau.

Dans un environnement économique où la transmission va s'amplifier, l'anticipation, l'accompagnement et la vision à long terme pourraient devenir des critères majeurs de différenciation entre enseignes.



cessionpme.com
FRANCHISE

VALÉRIE SOURFLAIS

Responsable de l'offre CessionPME Franchise
franchise@cessionpme.com

L'ENTREPRENEUR DE **DEMAIN**, **POURQUOI** **PAS**



VOUS ?



DU 13 AU 15 MARS 2027

PARIS - PORTE DE VERSAILLES - **PAVILLONS 6 & 4**

Le salon international de la franchise
et du commerce organisé

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

LE PARCOURS DU FRANCHISEUR

POUR BIEN FRANCHISER SON CONCEPT À L'INTERNATIONAL

Dans le monde, près de 40 000 enseignes se développent suivant le système de la franchise. En Europe, on en compte environ 14 900, dont 2 089 réseaux implantés en France avec près d'un quart des franchiseurs qui sont déjà présents à l'international, que ce soit de manière autonome ou avec des partenaires locaux.

Si l'aventure est tentante, les têtes de réseau devront penser en amont de leur projet de développement à respecter de nombreuses étapes préalables avant de se lancer.

1. LA SÉLECTION DES PAYS CIBLE ET L'ÉTUDE PRÉALABLE DE MARCHÉ

Il est dans un premier temps essentiel de sélectionner les pays ciblés pour les premières implantations.

De nombreux réseaux choisissent dans un premier temps de tester le concept au sein des pays voisins, disposant souvent d'une culture identique, avant d'explorer les régions et continents plus lointains, ce qui permet un développement maîtrisé du réseau.

Dans un second temps, la réalisation d'une étude de marché est le second préalable, afin que l'enseigne soit en mesure, de s'assurer que les produits et services proposés par cette dernière adhèrent au marché visé.

L'objectif est de comprendre les particularités du marché ciblé et les habitudes des consommateurs, afin, le cas échéant, d'ajuster le concept tout en préservant la cohérence du réseau.

2. LE VÉHICULE DE DÉVELOPPEMENT ET LES CLAUSES CONTRACTUELLES ESSENTIELLES

Le véhicule de développement approprié selon les contraintes financières, réglementaire ou matérielle qui s'imposent à l'enseigne, doit également être anticipé.

Par la suite et avant de contractualiser sa relation, la tête de réseau doit, selon la loi applicable au contrat, veiller à remettre au candidat franchiseur



Si l'aventure est tentante, les têtes de réseau devront penser en amont de leur projet de développement à respecter de nombreuses étapes préalables avant de se lancer.



le document d'information précontractuelle (DIP). Ce document présente le réseau, les données financières, l'expérience du franchiseur, les principales clauses contractuelles ainsi que le projet de contrat de franchise. La réglementation applicable varie selon les pays.

Quelle que soit la législation applicable, il est préconisé de transmettre un tel document au candidat afin de garantir un niveau de transparence et de loyauté indispensable entre les parties.

S'agissant du contrat, l'homogénéité du réseau et la protection de son image constituent la clé de la pérennité du réseau de franchise. Le franchiseur doit alors protéger son concept et son savoir-faire au sein du contrat. De même, de nombreuses clauses essentielles devront être contractuellement prévues dont notamment, les clauses relatives à l'utilisation des droits de propriété intellectuelle ; la durée et les conditions de renouvellement ; la formation et l'assistance, les modalités de transmission du savoir-faire, la non-concurrence.

Il conviendra toutefois de s'assurer que ces clauses prévues au sein du contrat ne caractérisent pas d'avantage sans contrepartie ou de déséquilibre significatif, lesquelles sont susceptibles d'entraîner la nullité des clauses.

Enfin et afin d'éviter les conflits transfrontaliers, inhérents au développement d'un concept à l'international, la loi applicable dans le contrat devra être pensée en amont de la rédaction du contrat. Les modalités de règlement des litiges (arbitrage, médiation, tribunaux étatiques) seront également à préciser.

3. LA FISCALITÉ À L'INTERNATIONAL

Le franchiseur devra, avant toute mise en œuvre du projet, examiner les spécificités locales (devise et mode de règlement des redevances, contraintes logistiques et modalités opérationnelles avec notamment le type de fournisseurs référencés etc.).

Il est également essentiel de déterminer, notamment, le traitement fiscal applicable aux royalties ou redevances de franchise, ainsi qu'au véhicule de développement du réseau. Une analyse fiscale préalable et approfondie devra être opérée et constitue une étape indispensable. La tête de réseau devra également vérifier si une convention fiscale bilatérale s'applique, celle-ci pouvant permettre de réduire ou d'exonérer les retenues à la source.

L'ensemble de ces étapes clés devront nécessairement être réalisées avant toute mise en œuvre du projet afin de permettre un développement pérenne et sécurisé du réseau.

FRANÇOIS-XAVIER AWATAR

Avocat associé

LINA LAHLOU

Avocat senior

CMS Francis Lefebvre

Retrouvez notre équipe, droit de la franchise du cabinet CMS FRANCIS LEFEBVRE au salon Franchise Expo de Paris du 14 au 16 mars sur le stand E38 F39.

PRÊT

PH Création- Reprise

Prêt à taux zéro sans
sûretés personnelles
ni réelles

De 1 K€ à 80 K€ | De 1 à 7 ans

bpiFrance
SERVIR L'AVENIR

**Toute personne physique,
dans le cadre d'une création, d'un
développement ou reprise d'entreprise**

Le PH Création-Reprise permet au porteur de projet accompagné par un opérateur d'accompagnement, dans le cadre de son projet de création, développement ou reprise d'entreprise, d'obtenir un financement de ses besoins professionnels



BÉNÉFICIAIRES

Personnes physiques créant, développant ou reprenant une entreprise répondant aux critères suivants :

- Porteur de projets bénéficiant d'un PH de son opérateur d'accompagnement
- Tout actionnaire de l'entreprise (et non uniquement le représentant légal)
- Porteur de projet résident fiscal de France
- Porteur de projet non inscrit au fichier des incidents de remboursement des crédits aux particuliers
- Tout type d'entreprise (sociétés de capitaux mais également microentreprise et entreprise individuelle) – exclusion des associations, fondations et SCI
- Entreprise n'exerçant pas dans les secteurs de la pêche et aquaculture, la promotion et location immobilière ou l'intermédiation financière
- Entreprise n'étant pas en difficulté telle que définie par les lignes directrices et les règlements de la Commission Européenne, en particulier les entreprises concernées par un jugement d'ouverture de procédure collective ou des entrepreneurs individuels concernés par un rétablissement professionnel



QUE FINANCE CE PRÊT ?

- Les besoins pour l'activité professionnelle du porteur de projet dans le cadre de sa création, développement ou reprise d'entreprise



ATOUTS DU PRODUIT

- Prêt à taux zéro
- Prêt sans garantie sur les actifs de l'entreprise ou de son dirigeant
- Durée flexible avec un différé d'amortissement entre 0 et 18 mois



QUI CONTACTER ?

- Le PH Création-Reprise est accordé en cofinancement avec un prêt d'honneur d'un opérateur d'accompagnement et de financement des créateurs et repreneurs d'entreprises : rendez-vous sur bpiFrance-creation.fr pour trouver l'opérateur proche de chez vous.



MODALITÉS

- Aucune sureté réelle ni personnelle
- Montant entre 1 000 € et 80 000 €
- Distribution par les opérateurs d'accompagnement
- Prêt entre 1 et 7 ans avec un différé d'amortissement entre 0 et 18 mois
- Assurance décès et PTIA obligatoire
- En cofinancement avec un ou des prêts d'honneur d'un opérateur d'accompagnement, obtenu depuis moins de 3 mois, à hauteur de 1/3 maximum du total des financements apportés par des prêts d'honneur
- Le porteur de projet doit être en mesure de recevoir une aide d'Etat relevant du règlement de *minimis*



COÛTS

- Prêt à taux zéro
- Pas de frais de dossier
- Assurance décès et PTIA



OFFRE COMPLÉMENTAIRE

- Intervention en garantie de BpiFrance possible sur les prêts d'honneur des opérateurs d'accompagnement, selon les règles et taux en vigueur

RENDEZ-VOUS SUR BPIFRANCE-CREATION.FR

Document non contractuel et sous réserve de l'étude de votre dossier

— Franchiseur, un métier qui s'apprend



**Donnez-vous
les moyens de
construire,
de développer
et de pérenniser
votre réseau,
en accompagnant
la montée
en compétence
de vos collaborateurs.**

L'Académie de la Franchise® propose une offre de formations dédiée aux franchiseurs et à leurs équipes, adaptée à tous les stades de maturité des réseaux.

CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT

- L'encadrement légal de la franchise
- Le métier de développeur de réseau
- La sélection des candidats à la franchise
- La transmission du savoir-faire
- La négociation des baux commerciaux

ANIMATION ET MANAGEMENT

- Les stratégies de développement à l'international
- La cession d'entreprise franchisée
- La maîtrise des notions comptables et de gestion
- La gestion des conflits entre franchiseur et franchisé
- Le métier d'animateur de réseau



**Consultez nos offres de formation :
www.formation-franchise.com**

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

L'ANIMATION DE RÉSEAU DÈS LE PREMIER FRANCHISÉ

DE LA SUPERVISION STRICTE À L'ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE

L'animation de réseau doit être pensée et structurée dès ce premier partenaire. Elle est le ciment de la relation franchiseur-franchisé et la garantie de la pérennité de votre enseigne.

Devenir franchiseur est une aventure exaltante. Vous avez prouvé la rentabilité de votre concept, vous avez modélisé votre savoir-faire, et vous vous apprêtez à transmettre cette recette du succès. Pourtant, dès la signature de votre premier franchisé, une nouvelle réalité s'impose : votre métier a changé. Vous n'êtes plus seulement un commerçant ou un prestataire de services, vous devenez l'animateur d'un réseau de chefs d'entreprise indépendants.

Trop souvent, les jeunes réseaux sous-estiment l'importance de l'animation à leurs débuts, pensant que le concept « tournera tout seul » une fois la formation initiale dispensée. C'est un écueil majeur. L'animation de réseau doit être pensée et structurée dès ce premier partenaire. Elle est le ciment de la relation franchiseur-franchisé et la garantie de la pérennité de votre enseigne.

1. DÉPASSER LA SUPERVISION STRICTE

Historiquement, l'animation de réseau a parfois été réduite à une stricte fonction de vérification. L'animateur se déplaçait principalement avec sa grille d'évaluation pour auditer l'application minutieuse du manuel opératoire. Si le respect du concept reste évidemment un pilier non négociable (c'est l'essence même de la franchise), la posture de l'animateur moderne a profondément évolué.

Aujourd'hui, l'animateur de réseau – que ce soit le fondateur lui-même au début, ou un collaborateur dédié par la suite – doit se positionner comme un véritable **partenaire de croissance** ou un **accompagnateur stratégique**.

- **Une posture d'accompagnateur** : L'objectif des visites régulières n'est pas de pointer les erreurs, mais d'épauler le franchisé dans le développement de son chiffre d'affaires et l'optimisation de sa rentabilité.

“

Structurer son animation n'est pas un centre de coût, c'est le premier investissement de fidélisation de votre réseau.

”

- **L'analyse partagée** : En s'appuyant sur les indicateurs clés de performance de l'unité, l'animateur aide le franchisé à prendre du recul sur son activité opérationnelle quotidienne.
- **L'intelligence émotionnelle** : L'animateur doit savoir écouter, rassurer dans les moments de doute, et célébrer les petites et grandes victoires.

2. CRÉER LA CULTURE RÉSEAU DÈS LE DÉPART

Même si votre réseau ne compte que deux ou trois franchisés la première année, il est crucial d'instaurer immédiatement des rituels. Ces moments d'échange vont forger la culture de votre enseigne et éviter le pire ennemi du franchisé : le sentiment d'isolement.

- **Les commissions et réunions régionales** : N'attendez pas d'avoir cinquante points de vente pour organiser des rencontres. Dès les premiers franchisés, réunissez-les (en présentiel ou en visioconférence) pour échanger sur les bonnes pratiques. C'est dans ces moments que naît l'esprit de corps.
- **Une communication interne dynamique** : La tête de réseau doit donner le rythme. Un bulletin d'information régulier (même court), des messages vidéo du fondateur, ou un portail interne bien pensé permettent de garder un lien constant. L'information doit circuler de manière fluide et transparente.
- **La Convention nationale** : C'est le grand rassemblement annuel. Dès la première année, marquez le coup. C'est l'occasion de partager la vision à long terme, de faire le bilan, mais surtout de créer de la convivialité.

3. LE TERRAIN A LA PAROLE : ORGANISER LES REMONTÉES D'INFORMATIONS

La force du modèle de la franchise réside dans son intelligence collective. Vos franchisés sont sur le terrain, au contact direct des clients et des réalités locales. Ils sont vos meilleurs capteurs.

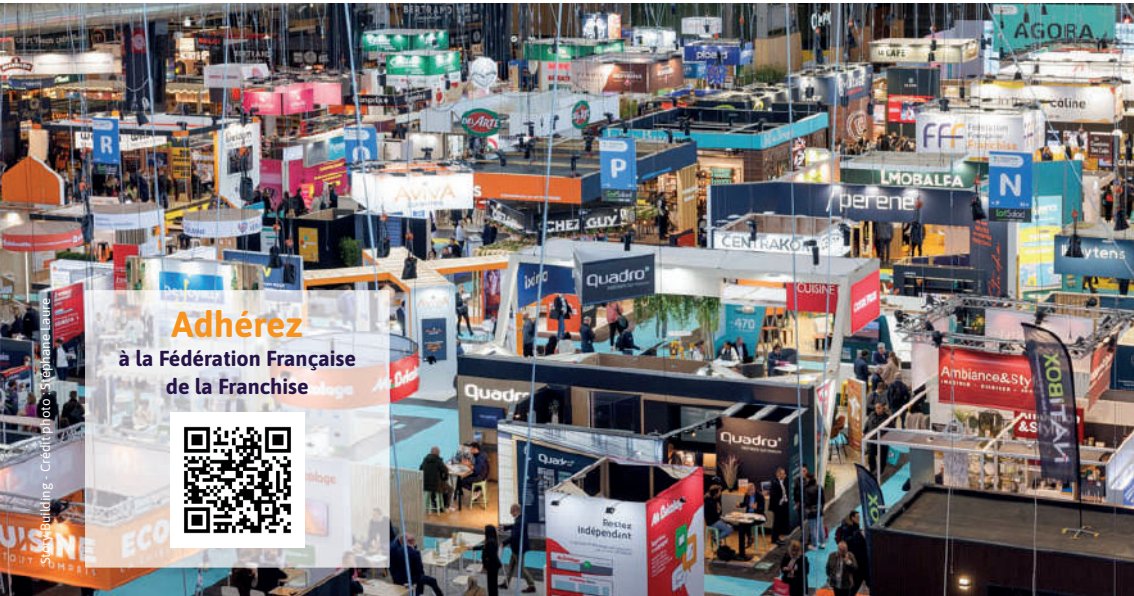
Une animation performante ne fonctionne pas à sens unique (du franchiseur vers le franchisé). Elle doit impérativement organiser les retours d'expérience.

Comment vos franchisés perçoivent-ils la nouvelle gamme de produits ? Quels sont les échos des clients sur la dernière campagne de communication ? Quelles initiatives locales fonctionnent particulièrement bien et pourraient être modélisées pour le reste du réseau ?

En valorisant les retours du terrain et en impliquant les franchisés dans l'évolution du concept (par le biais de groupes de travail par exemple), vous renforcez leur engagement. Un franchisé écouté est un franchisé impliqué, qui deviendra naturellement le meilleur ambassadeur de votre enseigne pour attirer de futurs candidats.

En conclusion : Structurer son animation n'est pas un centre de coût, c'est le premier investissement de fidélisation de votre réseau. En passant d'une logique de conformité stricte à une logique d'accompagnement collaboratif, la tête de réseau garantit non seulement l'homogénéité du concept, mais propulse la performance globale de l'enseigne.

— Franchiseurs, développez votre enseigne rejoignez-nous !



Adhérez

à la Fédération Française
de la Franchise



**En adhérant à la Fédération Française de la Franchise, vous serez accompagné
à toutes les étapes, de la création au développement
de votre réseau de franchise**



Vous serez soutenu et
représenté par la Fédération
Française de la Franchise
auprès des pouvoirs publics
et des acteurs du monde
économique.



Vous partagerez les
expériences et les bonnes
pratiques avec nos adhérents
et nos experts.



Vous profiterez de tarifs
préférentiels sur Franchise
Expo Paris, le rendez-vous
annuel international majeur
de la franchise.

LA FRANCHISE ET LA LOI

LE CADRE JURIDIQUE DE LA FRANCHISE

Le « droit de la franchise » n'existe pas à proprement parler.

Il s'agit en réalité de respecter l'application combinée du droit civil, du droit commercial, du droit de la concurrence, du droit de la propriété intellectuelle... mais certaines dispositions plus spécifiques méritent d'être ici développées.

AU NIVEAU NATIONAL



Voir le modèle de
DIP proposé par
la FFF p. 60-64

1. LES ARTICLES L. 330-3 ET R. 330-1 DU CODE DE COMMERCE :

Afin de permettre au candidat à la franchise de s'engager en toute connaissance de cause, l'article L. 330-3 du Code de commerce (dit « Loi Doubin ») oblige le franchiseur à lui fournir un **Document d'information précontractuel (DIP)** lequel comprend un certain nombre d'informations listées à l'article R. 330-1 du Code de commerce, à savoir :

1. Informations relatives au franchiseur, ses dirigeants et son historique.
2. Informations relatives à la marque, objet du concept (numéro d'enregistrement à l'INPI de la marque ou de la licence de marque – dans ce cas : durée de la licence consentie au franchiseur).
3. Domiciliations bancaires du franchiseur.
4. État général et local du marché des produits ou services devant faire l'objet du contrat et des perspectives de développement de ce marché. Doivent être annexés à cette partie du document les comptes annuels des deux derniers exercices du franchiseur.
5. Informations relatives au réseau d'exploitants : liste des entreprises, adresse, date de conclusion ou de renouvellement des contrats de franchise, entreprises avec lesquelles les relations ont cessé au cours de l'année précédant celle de la délivrance du document ; mention du motif de la cessation de la relation (expiration, résiliation, annulation).
6. Informations relatives au contrat de franchise : indication de la durée du contrat proposé, des conditions de renouvellement, de résiliation et de cession, ainsi que le champ des exclusivités.

Le document précise, en outre, la nature et le montant des dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne ou à la marque que la personne destinataire du projet de contrat engage avant de commencer l'exploitation. Un projet de contrat de franchise doit également être annexé au DIP.

NB : La loi exige que ce DIP soit remis au candidat à la franchise au moins vingt jours avant la signature du contrat ou avant le versement de toute somme d'argent (article L. 330-3, alinéa 4 du Code de commerce).

Cette législation ne concerne pas que les franchiseurs mais est applicable à toute personne qui met à disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité (article L. 330-3, alinéa 1^{er} du Code de commerce).

LES ARTICLES L. 341-1 ET L. 341-2 DU CODE DE COMMERCE

Depuis le 6 août 2016, date de l'entrée en vigueur de la loi Macron, deux nouveaux articles (L. 341-1 et L. 341-2) figurent dans le Code de commerce sous le titre IV « Des réseaux de distribution commerciale ».

L'article L. 341-1 du Code de commerce fixe le champ d'application de ces nouvelles dispositions qui s'appliquent aux contrats conclus entre :

- D'une part « une personne physique ou une personne morale de droit privé regroupant des commerçants, autre que celles mentionnées aux chapitres V et VI du titre II du livre I^{er} du présent Code, ou mettant à disposition les services mentionnés au premier alinéa de l'article L. 330-3 ».
- D'autre part « toute personne exploitant, pour son compte ou pour le compte d'un tiers, un magasin de commerce de détail ».

...dès lors que de tels contrats ont « pour but commun l'exploitation de ce magasin » et comportent « des clauses susceptibles de limiter la liberté d'exercice par cet exploitant de son activité commerciale ».

Lorsqu'ils relèvent du champ d'application de la loi, tous les contrats signés entre un réseau de distribution et un magasin affilié sont soumis à un régime juridique particulier ; en effet, **l'ensemble de ces contrats ont nécessairement une « échéance commune »**, leur terme comme leur résiliation doit nécessairement survenir au même moment.

Ces contrats ne peuvent en outre comporter de clauses ayant pour effet, après l'échéance ou la résiliation d'un de ces contrats, de restreindre la liberté d'exercice de l'activité commerciale de l'exploitant qui a précédemment souscrit ce contrat. **Désormais, de telles clauses sont par principe réputées non écrites, sauf à ce que celui qui s'en prévaut démontre que quatre conditions sont réunies ; ces clauses doivent en effet :**

- concerner des biens et services en concurrence avec ceux qui font l'objet du contrat ;
- être limitées aux terrains et locaux à partir desquels l'exploitant exerce son activité pendant la durée du contrat ;
- être indispensables à la protection du savoir-faire substantiel, spécifique et secret transmis dans le cadre du contrat ;
- s'appliquer dans la limite d'un an après l'échéance ou la résiliation du contrat.

L'ARTICLE A. 441-1 DU CODE DE COMMERCE

(ANCIENNEMENT ARRÊTÉ DU 21 FÉVRIER 1991, DIT NEIERTZ)

Relatif à l'information du consommateur dans le secteur de la franchise, il précise que le franchisé doit informer le consommateur de sa qualité d'entreprise indépendante, sur l'ensemble des documents d'information, notamment de nature publicitaire, ainsi qu'à l'intérieur et à l'extérieur du lieu de vente.

Extrait de l'article A. 441-1 C. Com :

« Toute personne vendant des produits ou fournissant des services, liée par un accord de franchise à un franchiseur, doit informer le consommateur de sa qualité d'entreprise indépendante, de manière lisible et visible, sur l'ensemble des documents d'information, notamment de nature publicitaire, ainsi qu'à l'intérieur et à l'extérieur du lieu de vente. »

AU NIVEAU EUROPÉEN

LE RÈGLEMENT EUROPÉEN D'EXEMPTION N° 2022/720 DU 10 MAI 2022

 Voir le texte complet sur le site de la FFF

https://www.franchise-fff.com/base-documentaire/puis_cadre_reglementaire

L'article 101 Paragraphe 1 du Traité sur le Fonctionnement de l'Union Européenne (TFUE) (ex-article 81 TCE) proscriit les ententes entre entreprises qui « a) sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres » et qui « ont pour objet ou pour effet » de restreindre la concurrence sur le marché. Cette restriction de concurrence peut notamment consister à « b) limiter ou contrôler la production, les débouchés, le développement technique ou les investissements, c) répartir les marchés ou les sources d'approvisionnement [...] ». Or le contrat de franchise, en ce qu'il restreint tant la liberté de fourniture du franchiseur que celle d'approvisionnement du franchisé, relève du droit des ententes au sens de l'article précité.

L'article 101 paragraphe 3 offre toutefois à la Commission européenne la possibilité d'exempter certaines pratiques sanctionnées par l'article 101 paragraphe 1 dans la mesure où celles-ci contribuent à « améliorer la production ou la distribution des produits ou à promouvoir le progrès technique ou économique, tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit » qui en résulte.

C'est dans ce cadre que la Commission européenne a adopté, le 10 mai 2022, le règlement d'exemption n° 2022/720 « relatif aux accords verticaux et pratiques concertées » lequel est entré en vigueur le 1^{er} juin 2022 et qui expirera le 31 mai 2034.

Le règlement n° 2022/720 qui succède à trois précédents règlements des 30 novembre 1988 (n° 4087/88), 22 décembre 1999 (n° 2790/1999) et 20 avril 2010 (n° 330/2010), maintient le principe de l'exemption par catégorie : **toute entreprise a ainsi le droit de recourir au mode de distribution de son choix, à condition que les accords qu'elle conclue avec ses distributeurs n'incluent pas de restrictions caractérisées insusceptibles d'être justifiées et qu'aucune des parties ne détienne une part de marché supérieure à 30 %.**

Les accords de distribution non exemptés resteront, quant à eux, soumis aux dispositions de l'article 101 précité.

Le règlement de 2022 est en outre assorti de lignes directrices qui permettent d'interpréter certaines de ses dispositions et de préciser son application à la franchise.

La jurisprudence permet en outre d'appliquer le règlement à la franchise. Ainsi, en ce qu'il a posé les principes fondateurs en la matière, et bien que datant de 1986, l'arrêt PRONUPTIA conserve toute sa portée.

L'ARRÊT DE LA COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES (CJCE) DU 28 JANVIER 1986 (DIT ARRÊT PRONUPTIA)

Les faits à l'origine de cet arrêt fondamental sont les suivants : la société PRONUPTIA, franchiseur français dans le secteur des robes de mariées, assigne son franchisé allemand en paiement d'un arriéré de redevances. Condamné en première instance, le franchisé interjette appel de la décision soulevant alors la nullité du contrat de franchise au motif que celui-ci contiendrait des clauses d'exclusivité réciproques contraires à l'article 85-1 du Traité de Rome (devenu article 101 du TFUE).

Le Cour d'appel donne gain de cause au franchisé dans un arrêt que le franchiseur frappe de pourvoi en révision devant le Bundesgerichtshof.

La Haute juridiction allemande décide alors de saisir la CJCE de plusieurs questions préjudicielles dont celle de savoir si les contrats de franchise constituent des restrictions de concurrence au sens de l'ancien article 85-1 du Traité de Rome relatif au droit des ententes.

Dans son arrêt du 28 janvier 1986, la CJCE débute son analyse en distinguant trois types de contrats de franchise :

- Les contrats de franchise de services « *en vertu desquels le franchisé offre un service sous l'enseigne, le nom commercial voire la marque du franchiseur, et en se conformant aux directives de ce dernier* »,
- Les contrats de franchise de production « *en vertu desquels le franchisé fabrique, lui-même, selon les indications du franchiseur, des produits qu'il vend sous la marque de celui-ci* »,
- Les contrats de franchise de distribution, « *en vertu desquels le franchisé se borne à vendre certains produits dans un magasin qui porte l'enseigne du franchiseur* ».

Elle décide de circonscrire son analyse aux contrats de franchise de distribution (compte tenu des faits de l'espèce), contrats dont elle conclut le caractère non intrinsèquement anticoncurrentiel.

La Cour européenne établit en effet que les accords de franchise doivent permettre aux franchiseurs de prévenir le risque de voir leur savoir-faire transmis à la concurrence, mais également de protéger l'image de marque, l'identité, et la réputation de leur réseau.

La Cour s'attache ainsi à défendre la cohérence de ce système de distribution faisant des deux conditions ci-dessus la base de toute appréciation de la licéité des clauses du contrat de franchise.

La Cour relève en outre le caractère illicite de certaines restrictions de concurrence telles que la pratique des prix imposés.

Ainsi, la Cour a dit pour droit que :

- « *la compatibilité des contrats de franchise de distribution avec l'article 85, paragraphe 1^{er}, est fonction des clauses que contiennent ces contrats et du contexte économique dans lequel ils s'insèrent* ;
- *les clauses qui sont indispensables pour empêcher que le savoir-faire transmis et l'assistance apportée par le franchiseur profitent à des concurrents, ne constituent pas des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1^{er} ;*
- *les clauses qui organisent le contrôle indispensable à la préservation de l'identité et de la réputation du réseau qui est symbolisé par l'enseigne, ne constituent pas non plus des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1^{er} ;*
- *les clauses qui réalisent un partage des marchés entre franchiseur et franchisés ou entre franchisés, constituent des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1^{er} ;*
- *le fait pour le franchiseur de communiquer au franchisé des prix indicatifs n'est pas constitutif d'une restriction de la concurrence, à la condition qu'il n'y ait pas entre le franchiseur et les franchisés ou entre les franchisés une pratique concertée en vue de l'application effective de ces prix ;*
- *les contrats de franchise de distribution qui contiennent des clauses réalisant un partage des marchés entre franchiseur et franchisés ou entre franchisés, sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres.* »

À travers cet arrêt Pronuptia, les juges européens ont donc posé en 1986 les grands principes du droit de la franchise, qui ont d'ailleurs grandement inspiré le premier règlement franchise de 1988 et qui constitue encore aujourd'hui l'un des éléments central du droit positif européen de la franchise.



Voir texte p. 52-59

LE CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE

Le contrat de franchise doit par conséquent :

RESPECTER LE CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN

- Le franchiseur et les franchisés savent qu'ils collaborent dans un système où leurs intérêts sont liés, tant à court qu'à plus long terme.
- La souplesse du système et le sens des responsabilités de chacun ont fait le succès de la franchise. Les relations entre les partenaires doivent donc permettre de suivre les évolutions nécessaires pour améliorer le fonctionnement du réseau de franchise. Le contrat doit traduire la stratégie du réseau de franchise. Il comporte l'indication des moyens nécessaires pour atteindre la réalisation du concept de franchise.
- Le contrat n'impose pas aux parties intéressées des restrictions qui ne soient pas nécessaires et indispensables pour atteindre les objectifs. L'équilibre du contrat est apprécié d'une façon globale en fonction de l'intérêt du réseau de franchise. Le cadre contractuel permet l'expression d'un dialogue permanent et favorise les solutions de conciliation.

RESPECTER LES PRINCIPES DÉONTOLOGIQUES SUIVANTS :

- La durée est fixée de façon à permettre au franchisé un amortissement raisonnable des investissements spécifiques à la franchise. Le cas échéant, le franchiseur informe le franchisé avec un préavis suffisant de son intention de ne pas renouveler l'ancien contrat arrivé à son terme ou de ne pas signer un nouveau contrat. Dans le cadre des clauses de résiliation, le contrat donne au franchisé la possibilité de se mettre en conformité dans un délai raisonnable, et liste de façon claire les circonstances graves pouvant entraîner une résiliation sans préavis.
- Les conditions dans lesquelles pourront s'opérer la cession ou le transfert des droits découlant du contrat sont clairement précisées, notamment les conditions d'agrément d'un successeur. L'intérêt du réseau de franchise peut légitimer l'existence d'un droit de préemption dont les modalités d'application sont précisées.
- Les clauses de non-concurrence en cours de contrat se justifient par la protection du savoir-faire et, s'il y a lieu, par le souci du franchiseur de voir le franchisé se consacrer essentiellement au succès d'un projet commun.
- Les obligations financières des franchisés sont clairement précisées et sont déterminées de façon à favoriser l'atteinte des objectifs communs.

LA FRANCHISE ET LA COMMISSION-AFFILIATION

DE LA FRANCHISE VERS LA COMMISSION-AFFILIATION DANS CERTAINS SECTEURS D'ACTIVITÉ

Les nécessités économiques et notamment une concurrence accrue dans certains secteurs d'activité ont amené les entreprises, notamment du secteur textile, à centraliser la gestion des stocks de leur réseau de commercialisation

tout en développant, dans le cadre d'un concept fort à l'égard de la clientèle, la transmission d'un savoir-faire et d'une assistance.

Afin de pouvoir gérer de près le stock de leurs distributeurs et de l'adapter ainsi aux besoins et tendances de la clientèle, a été mis en place par certaines têtes de réseau le système de la commission-affiliation.

Se pose toutefois la question de savoir si ce nouveau mode de commerce associé est assimilable à la franchise et s'il peut être englobé sous le même vocable.

La franchise s'entend avant tout comme la transmission par le franchiseur au franchisé d'une enseigne, d'un savoir-faire et d'une assistance. À ce titre, il est donc possible d'assimiler franchise et commission-affiliation pour autant que l'on retrouve bien ces trois éléments.

Pourtant, le simple fait d'associer un mandat de vente (la commission), à la transmission d'un concept de franchise (l'affiliation), fait naître des risques juridiques.

LES RISQUES JURIDIQUES

En effet, un pas important est franchi vers l'intégration du franchisé, et l'on sait à quel point la frontière est fragile entre intégration et subordination.

Des précautions doivent donc être prises si l'on veut éviter une requalification en contrat de travail ou assimilé salarié, ou encore une infraction au droit de la concurrence.

Ainsi, le lien de collaboration réciproque qui sous-tend le contrat de franchise doit être retranscrit avec d'autant plus de rigueur. Sera prohibée toute clause créant un lien de subordination entre le franchiseur et le commissionnaire-affilié notamment dans la gestion de son personnel, ou de son financement étant précisé que les magistrats s'attachent à la pratique autant qu'à la lettre du contrat.

De même, les clauses d'approvisionnement exclusif doivent être pratiquées avec vigilance. En effet, peut être invoqué le fait que le franchiseur finance le stock, pour les raisons indiquées ci-dessus mais également parce qu'il est prouvé qu'économiquement toutes les parties sont gagnantes. Cet argument nouveau est spécifique à la commission-affiliation et dépasse le critère classique de réputation et d'identité du réseau qui justifie les clauses d'approvisionnement exclusif de la franchise au regard du Traité de fonctionnement de l'Union Européenne.

S'agissant en outre des clauses de prix conseillés, celles-ci sont valides sous réserve que le franchisé ait la possibilité effective de modifier ces prix, et qu'il puisse bénéficier d'une marge suffisante pour amortir ses investissements, et rémunérer son travail. La commission sera calculée après communication du relevé des ventes sur la base du prix conseillé pour chaque produit vendu. Le franchisé fera alors son affaire de toute remise qu'il effectue.

EN CONCLUSION

La commission-affiliation peut être une modalité d'application du concept de franchise si les trois éléments caractéristiques de la franchise (enseigne – savoir-faire – assistance) sont présents et surtout si le franchiseur n'abuse pas de sa position pour imposer des clauses qui ne seraient pas indispensables au respect de l'identité, de la réputation et de l'homogénéité du réseau.

Dans cette configuration, le franchisé bien que non propriétaire de son stock peut être considéré comme un entrepreneur indépendant.

LE CODE

DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE

PRÉAMBULE

1. Ce préambule énonce l'objectif du Code de déontologie européen de la franchise et les principes en vertu desquels les associations membres de la Fédération Européenne de la Franchise appliqueront le Code dans leurs pays.
2. Le CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE est un ensemble pratique de dispositions essentielles régissant les relations entre un franchiseur et chacun de ses franchisés qui constituent ensemble un réseau de franchise. Les principes déontologiques fondamentaux gouvernant la relation franchiseur-franchisé sont la bonne foi, l'équité, la transparence et la loyauté qui sont la base d'une relation de confiance mutuelle entre les parties.
3. Les principes du CODE sont applicables à tous les stades de la relation de franchise que ce soit au niveau précontractuel, contractuel et post-contractuel.
4. Le CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE constitue le Code de l'autorégulation du système de la franchise applicable à tous les acteurs de ce système en Europe qui recherchent des lignes de bonnes conduites de la franchise.
5. Les principes énoncés dans le CODE sont clairs et précis et n'entrent pas en contradiction avec les lois nationales et les droits fondamentaux protégés dans l'UE. Ces principes ont pour objectif de rendre encore plus efficace le système de la franchise.
6. En outre, le CODE constitue la pierre angulaire de l'action des Associations nationales de la Franchise, membres de la FÉDÉRATION EUROPÉENNE DE LA FRANCHISE (FEF). Les règles d'adhésion et d'agrément déterminées par chaque Association Nationale de la Franchise à l'égard de leurs futurs adhérents ainsi que les procédures disciplinaires mises en place à l'égard de leurs adhérents doivent être conformes aux principes établis dans le CODE. Par conséquent, ce CODE est obligatoire dans tous ses éléments pour tous les membres de la FEF ainsi que pour leurs propres adhérents. Le CODE est approuvé par toutes les Associations nationales de la franchise, membres de la FEF, qui doivent en faire la promotion, en assurer l'interprétation et s'engager à sa mise en œuvre dans leur pays respectif. Chaque association doit veiller à ce que le Code soit accessible au public, et en particulier à tous ceux qui souhaitent utiliser le système de la franchise.
7. Les associations nationales de la franchise membres de la FEF ont la possibilité d'annexer au code européen une extension ou interprétation nationale du code à condition que ces clauses ne contreviennent pas au code.
8. La FEF représente le système de la franchise dans son ensemble qui, dans une approche multipartite, comprend les intérêts des réseaux de franchise in-

cluant les franchiseurs et les franchisés qu'elle représente et défend auprès des autorités publiques, de la société civile, et des consommateurs.

9. Le CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE a été rédigé en 1972 par les principaux acteurs de la franchise en Europe, membres des associations fondatrices de la FEF. Il reflète directement les expériences de bonnes conduites de franchiseurs et de franchisés en Europe. Il a été révisé en 1992 pour prendre en compte les évolutions de la franchise et de ses acteurs ainsi que pour répondre à l'évolution du cadre réglementaire de l'UE.

10. Ce CODE a été actualisé en 2016, pour intégrer l'évolution des pratiques des franchiseurs et des franchisés dans les pays des Associations membres et répondre aux recommandations de la Commission Européenne en matière d'autorégulation. Le Code est un document évolutif. Des mises à jour interviennent de manière récurrente afin qu'il reste pertinent par rapport aux évolutions constantes du système de la franchise et de ses pratiques.

11. Après 40 ans d'expérience en tant qu'unique voix de la franchise en Europe, la FEF considère qu'une autorégulation forte constitue l'outil le mieux adapté au système de la franchise en Europe. C'est sur cette base que le système de la franchise a contribué, de manière significative, à la promotion de l'entrepreneuriat, et en particulier au développement des PME et du commerce moderne, ainsi qu'à la création d'emplois en Europe.

12. LA FÉDÉRATION EUROPÉENNE DE LA FRANCHISE (FEF) est une association internationale sans but lucratif constituée en 1972. Elle est enregistrée à Bruxelles, en Belgique, où se tient son Secrétariat permanent. Les membres de la Fédération sont des Associations nationales qui répondent aux conditions géographiques/institutionnelles déterminées dans les Statuts de la FEF.

13. L'un des rôles fondamentaux de la FEF est de promouvoir le respect du CODE DE DÉONTOLOGIE afin d'assurer le développement des bonnes pratiques par les acteurs du système de la franchise au sein de l'UE.

1. DÉFINITION DE LA FRANCHISE

La franchise est un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologies, basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes, le franchiseur et ses franchisés, dans lequel le franchiseur accorde à ses franchisés le droit, et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec le concept^{(1)*} du franchiseur. Le droit ainsi concédé autorise et oblige le franchisé, en échange d'une contribution financière directe ou indirecte, à utiliser l'enseigne et/ou la marque de produits et/ou de services, le savoir-faire, et autres droits de propriété intellectuelle, soutenu par l'apport continu d'assistance commerciale et/ou technique, dans le cadre et pour la durée d'un contrat de franchise écrit, conclu entre les parties à cet effet.

Le savoir-faire est un ensemble d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience du franchiseur et testées par celui-ci. Il est secret, substantiel et identifié.

« **Secret** » signifie que le savoir-faire n'est pas généralement connu ou facilement accessible : cela n'est pas limité au sens étroit que chaque composant individuel du savoir-faire doit être totalement inconnu ou impossible à obtenir hors des relations avec le franchiseur⁽²⁾.

« **Substantiel** » signifie le savoir-faire est significatif et utile à l'acheteur pour l'utilisation, la vente ou la revente de biens ou services contractuels⁽³⁾.

* Voir les annexes numérotées de 1 à 13, à la suite du Code de déontologie.

« **Identifié** » signifie que le savoir-faire doit être décrit d'une façon suffisamment complète pour permettre de vérifier qu'il remplit les conditions de secret et de substantialité⁽⁴⁾.

2. LES PRINCIPES DIRECTEURS

2.1. Le franchiseur est l'initiateur d'un « Réseau de franchise » constitué du franchiseur et des franchisés et dont il a vocation à assurer la pérennité⁽⁵⁾.

2.2. Les engagements du Franchiseur.

Le Franchiseur devra :

- a) avoir mis au point et exploité avec succès un concept sur le marché pertinent, pendant au moins un an et dans au moins une unité pilote, avant le lancement du réseau de franchise sur ce marché;
- b) être le titulaire ou disposer de droits légaux d'utilisation sur les signes de ralliement de la clientèle : enseigne, marques et autres signes distinctifs⁽⁶⁾;
- c) reconnaître ses franchisés en tant qu'entrepreneur indépendant et ne devra pas créer directement ou indirectement de lien de subordination;
- d) apporter à ses franchisés une formation initiale et leur apporter continuellement une assistance commerciale et/ou technique pendant toute la durée du contrat;
- e) assurer à son franchisé la jouissance du savoir-faire transféré et/ou mis à sa disposition qu'il revient au franchiseur d'entretenir et de développer;
- f) transférer et/ou mettre à disposition du franchisé le savoir-faire à travers des moyens adéquats d'information et de formation et contrôlera la bonne utilisation de ce savoir-faire par le franchisé;
- g) encourager le retour d'information des franchisés afin de maintenir et de développer le savoir-faire transféré et/ou mis à disposition des franchisés;
- h) utiliser tous les moyens raisonnables, au stade précontractuel, contractuel et post-contractuel, pour empêcher toute utilisation illicite du savoir-faire en particulier, par des réseaux concurrents qui pourraient porter préjudice aux intérêts du réseau;
- i) consacrer les moyens financiers et humains appropriés pour la promotion de sa marque et pour la recherche et l'innovation permettant d'assurer le développement et la pérennité de son concept;
- j) informer ses candidats franchisés et ses franchisés de sa politique de vente et de communication sur internet;
- k) chercher à préserver l'intérêt supérieur du réseau dans le développement de sa politique commerciale sur internet.

2.3. Les engagements du Franchisé.

Le Franchisé devra :

- a) collaborer loyalement à la réussite du réseau auquel il a adhéré, en toute indépendance et à l'exclusion de tout lien de subordination à l'égard du franchiseur;
- b) consacrer ses meilleurs efforts au développement du réseau de franchise et au maintien de son identité commune et de sa réputation;
- c) être responsable des moyens financiers et humains qu'il engage dans son entreprise en franchise et responsable en tant qu'entrepreneur indépendant, à l'égard des tiers, des actes accomplis dans le cadre de l'exploitation de la franchise;
- d) agir loyalement à l'égard de tout franchisé du réseau ainsi qu'à l'égard du réseau lui-même;

- e) fournir au franchiseur les données opérationnelles vérifiables afin de faciliter la détermination des performances et les états financiers requis pour la direction d'une gestion efficace;
- f) permettre au franchiseur de s'assurer que les produits et services fournis au consommateur par le franchisé respectent bien la notoriété et l'image de l'enseigne ainsi que le savoir-faire transmis;
- g) être seul responsable, en qualité de commerçant/entrepreneur indépendant, à l'égard du consommateur;
- h) ne devra pas divulguer à des tiers le savoir-faire ainsi que les autres informations liées à l'exploitation d'un point de vente franchisé et transmis par le franchiseur, que ce soit pendant ou après la fin du contrat de franchise⁽⁷⁾.

2.4. Les engagements continus des deux parties.

Les Parties devront :

- a) rechercher à préserver l'image et la réputation du réseau dans l'exploitation de leur entreprise respective;
- b) agir de façon équitable dans leurs relations mutuelles. Elles avertiront l'autre partie par écrit de toute infraction au contrat et lui accorderont, si justifié, un délai raisonnable pour la réparer;
- c) respecter le caractère confidentiel des informations relatives au concept de franchise transmises de l'une à l'autre des Parties;
- d) résoudre leurs griefs et litiges avec bonne foi et loyauté par la communication et la négociation directes;
- e) lorsque la négociation directe entre les parties a échoué, rechercher à résoudre de bonne foi leur différend par la voie de la médiation et/ou de l'arbitrage le cas échéant.

3. RECRUTEMENT, PUBLICITÉ ET DIVULGATION

3.1. La publicité pour le recrutement de franchisés doit être dépourvue de toute ambiguïté et d'informations trompeuses.

3.2. Tout document publicitaire faisant apparaître directement ou indirectement des résultats financiers prévisionnels du franchisé devra être objectif et vérifiable.

3.3. Afin que le futur franchisé puisse s'engager en toute connaissance de cause, le franchiseur lui fournira une copie du présent Code de déontologie ainsi qu'une information complète et écrite concernant les clauses du contrat de franchise – ceci dans un délai raisonnable avant la signature des documents contractuels.

3.4. Le candidat franchisé a la responsabilité d'analyser précisément les informations relatives à la relation de franchise afin d'intégrer ces éléments dans son projet d'entreprise dont il est pleinement responsable.

3.5. Le candidat franchisé doit être loyal et sincère quant aux informations qu'il fournit à son franchiseur sur son expérience, ses capacités financières, sa formation en vue d'être sélectionné.

3.6. Lorsque le franchiseur propose la signature d'un contrat de réservation, celui-ci respecte les principes suivants :

- avant la signature de tout contrat de réservation, le futur franchisé doit se voir remettre les informations écrites quant au contenu de ce contrat ainsi qu'aux dépenses qui en découleront pour le candidat. Si le contrat de franchise est signé, les débours seront remboursés par le franchiseur ou à valoir sur le droit d'entrée s'il y a lieu,
- la durée du contrat de réservation doit être précisée,
- une clause de dédit réciproque doit être prévue,
- le franchiseur peut imposer une clause de non-concurrence et/ou de confidentialité afin d'empêcher le détournement du savoir-faire transmis pendant la durée du contrat de réservation.

4. SÉLECTION DES FRANCHISÉS

Le franchiseur sélectionne et n'accepte que les franchisés qui, d'après une enquête raisonnable, auraient les compétences requises (formation, qualités personnelles, capacités financières) pour l'exploitation de l'entreprise franchisée.

5. LE CONTRAT DE FRANCHISE

5.1. Le contrat de franchise doit être en conformité avec le droit national, le droit communautaire et le Code de déontologie et ses annexes nationales.

5.2. Le contrat reflète les intérêts des membres du réseau de franchise, en protégeant les droits de propriété industrielle ou intellectuelle du franchiseur et en maintenant l'identité commune et la réputation du réseau de franchise⁽⁸⁾.

5.3. Les franchiseurs remettent, par écrit, tous contrats et toutes conventions contractuelles gérant les relations franchiseur-franchisé rédigés dans la langue officielle du pays dans lequel le franchisé est établi, ou dans une langue que le franchisé déclare formellement comprendre. Des copies du contrat signé seront immédiatement remises au franchisé.

5.4. Le contrat de franchise définit sans ambiguïté les obligations et les responsabilités respectives des parties ainsi que toutes autres clauses matérielles de la collaboration.

5.5. Le contrat de franchise comprend au moins a minima les dispositions suivantes :

- les droits du franchiseur,
- les droits du franchisé,
- les droits de propriété intellectuelle du franchiseur sur les marques, enseignes, etc. devront être protégés pour une durée au moins aussi longue que celle du contrat de franchise conclu avec le franchisé,
- les biens et/ou services fournis au franchisé,
- les obligations du franchiseur^{(9) (12) (13)},
- les obligations du franchisé,
- les conditions financières pour le franchisé,
- la durée du contrat, fixée de façon à permettre au franchisé l'amortissement des investissements spécifiques à la franchise,
- les conditions de renouvellement du contrat incluant le préavis que chaque Partie doit respecter envers l'autre afin de l'informer de son intention de renouveler le contrat arrivé à son terme⁽¹⁰⁾,

- les conditions dans lesquelles le franchisé a le droit de céder ou de transférer ses droits découlant du contrat et les conditions de préemption du franchiseur,
- les conditions d'utilisation par le franchisé des signes de ralliement de la clientèle appartenant au franchiseur : enseigne, marque, marque de service, logo et tous signes distinctifs,
- le droit du franchiseur de faire évoluer son concept de franchise,
- les clauses de résiliation du contrat,
- les clauses prévoyant la récupération par le franchiseur de tout élément corporel ou incorporel lui appartenant en cas de cessation du contrat⁽¹⁾.

6. MASTER-FRANCHISE

Ce Code de déontologie ne s'applique pas aux relations entre le franchiseur et son master-franchisé. En revanche, il s'applique aux relations entre le master-franchisé et ses franchisés.

Dernière mise à jour : 19 février 2019

ANNEXES FRANÇAISES AU CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE

(1) Le concept est la conjonction originale de trois éléments :

- la propriété ou le droit d'usage de signes de ralliement de la clientèle : marque de fabrique de commerce ou de services, enseigne, raison sociale, nom commercial, signes et symboles, logos;
- l'usage d'une expérience, d'un savoir-faire;
- une collection de produits, de services et/ou de technologies brevetées ou non, qu'il a conçus, mis au point, agréés ou acquis.

(2) Secret, le fait que le savoir-faire, dans son ensemble ou dans la configuration et l'assemblage précis de ses composants, ne soit pas généralement connu ou facilement accessible : cela n'est pas limité au sens étroit que chaque composant individuel du savoir-faire doive être totalement inconnu ou impossible à obtenir hors des relations avec le franchiseur.

(3) Substantiel, le fait que le savoir-faire doive inclure une information indispensable pour la vente de produits ou la prestation de services aux utilisateurs finaux et notamment pour la présentation des produits pour la vente, la transformation des produits en liaison avec la prestation de services, les relations avec la clientèle, et la gestion administrative et financière; le savoir-faire doit être utile pour le franchisé en étant susceptible, à la date de conclusion de l'accord, d'améliorer la position concurrentielle du franchisé, en particulier en améliorant ses résultats ou en l'aidant à entrer sur un nouveau marché.

(4) Identifié, le fait que le savoir-faire doive être décrit d'une façon suffisamment complète pour permettre de vérifier qu'il remplit les conditions de secret et de substantialité; la description du savoir-faire peut être faite dans l'accord de franchise, dans un document séparé ou sous toute autre forme appropriée.

(5) Le réseau de franchise est constitué du franchiseur et des franchisés :

Le réseau de franchise, par son organisation et son développement, contribue à améliorer la production et/ou la distribution des produits et/ou services ou à promouvoir le progrès technique et économique tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte. Le franchiseur doit favoriser un dialogue

permanent et structuré entre son organisation et les franchisés en favorisant des instances de concertation. Le franchisé doit s'impliquer dans la vie du réseau et contribuer à l'intérêt général du réseau. La marque du franchiseur, symbole de l'identité et de la réputation du réseau, constitue la garantie de la qualité du service rendu au consommateur.

Cette garantie est assurée par la transmission et le contrôle du respect d'un savoir-faire et la mise à disposition d'une gamme homogène de produits et/ou de services et/ou de technologies. Le franchiseur s'assure que le franchisé, par une signalisation adéquate, fait connaître sa nature d'entrepreneur juridiquement indépendant.

(6) L'image de marque :

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance de signes de ralliement de la clientèle mis à sa disposition. Il doit notamment lui garantir la validité de ses droits sur la ou les marques dont l'usage est conféré à quelque titre que ce soit, au franchisé. Le franchiseur entretient et développe l'image de marque. Le franchiseur veille au respect par le franchisé des prescriptions d'utilisation de la marque et des autres signes de ralliement mis contractuellement à sa disposition. À l'issue du contrat, le franchiseur s'assurera de la non-utilisation des signes de ralliement de la clientèle par l'ancien franchisé. En cas d'exclusivité de l'utilisation de la marque sur un territoire donné, le franchiseur en précise les modalités : objet, portée.

Le franchiseur s'assure par tout moyen que la collection de produits et/ou de services et/ou de technologies offerts au consommateur est bien conforme à l'image de marque et ce au moyen d'une clause d'achats exclusifs pour les systèmes qui le justifieraient et en particulier lorsque les produits portent la marque du franchiseur.

(7) À cet égard, le contrat pourra prévoir une clause de non-concurrence en cours ou en fin de contrat dont la durée, la portée et l'objet sont déterminés pour tenir compte de l'intérêt du réseau.

(8) Les relations contractuelles :

Le franchiseur et les franchisés savent qu'ils collaborent dans un système où leurs intérêts sont liés, tant à court qu'à terme plus long.

La souplesse du système et le sens des responsabilités de chacun ont fait le succès de la franchise.

Les relations entre les partenaires doivent donc permettre de suivre les évolutions nécessaires à améliorer le fonctionnement du réseau de franchise et la satisfaction du consommateur.

Le franchiseur établit le contrat écrit qui énonce de façon complète et précise les droits, obligations et responsabilités des parties.

Le contrat doit traduire la stratégie du réseau de franchise. Il comporte l'indication des moyens nécessaires pour atteindre la réalisation du concept de franchise. Le contrat n'impose pas aux parties intéressées de restrictions qui ne soient pas nécessaires pour atteindre les objectifs.

L'équilibre du contrat est apprécié d'une façon globale en fonction de l'intérêt du réseau de franchise. Le cadre contractuel permet l'expression d'un dialogue permanent et favorise les solutions de conciliation.

(9) En qualité de responsable de l'identité et de la réputation du réseau, le franchiseur s'efforce, en proportion de ses moyens et des buts recherchés, de :

- Définir des normes de qualité et veiller ou faire veiller à leur respect par les franchisés vis-à-vis du consommateur.
- Maintenir le franchisé informé de l'existence de sa responsabilité, spécifique à la franchise, à l'égard du consommateur, en qualité de commerçant indépendant et notamment du recours possible au Comité de Médiation Franchise-Consommateurs de la Fédération Française de la Franchise.

- Dans les cas où l'activité du réseau de franchise nécessite un paiement d'avance total ou partiel par le consommateur, d'attirer l'attention du franchisé sur la nécessité de garantir le consommateur, soit par sa solvabilité propre, soit par une assurance, une garantie bancaire ou tout autre moyen.

(10) Le cas échéant, le franchiseur informe le franchisé avec un préavis suffisant de son intention de ne pas renouveler l'ancien contrat arrivé à son terme ou de ne pas signer un nouveau contrat, et réciproquement.

(11) Le franchiseur, ayant indiqué dans le contrat les conditions de reprise et/ou d'utilisation des matériels spécifiques à la franchise, ne recherche pas, par ces conditions, à pénaliser l'ancien franchisé, mais à protéger l'identité et la réputation du réseau de franchise.

(12) Le franchiseur ne doit pas développer de pratiques injustifiées privant le franchisé de sa liberté de quitter le réseau à la fin du contrat de franchise.

(13) En tant qu'entrepreneur responsable conscient des grands enjeux sociétaux, le franchiseur s'engage à mettre en place une approche RSE dans le développement de son réseau.

LE DOCUMENT D'INFORMATION PRÉCONTRACTUEL (DIP)

MODÈLE PROPOSÉ PAR LA FFF

1. PRÉSENTATION DU FRANCHISEUR

Si le franchiseur est une personne physique

Nom.....

Prénoms.....

Nom commercial.....

Expérience professionnelle (peut ne porter que sur les cinq dernières années).....

.....

.....

Adresse du domicile ou du siège de l'entreprise.....

.....

Si le franchiseur est une personne morale

Dénomination sociale.....

Forme juridique.....

Adresse du siège social.....

Montant du capital social.....

Nom de l'exploitant, du ou des dirigeants.....

Expérience professionnelle pour chacun d'eux pour les cinq dernières années.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE DU FRANCHISEUR

2.1. Date de création

2.2. Évolution (sur les cinq dernières années)

Étapes de son évolution

.....
.....
.....
.....

Étapes de l'évolution de son réseau d'exploitation

.....
.....
.....
.....

2.3. N° d'immatriculation au registre du commerce ou au répertoire des métiers (annexe 1)

.....

2.4. Marque (annexe 2)

N° d'enregistrement

Date

Nom du déposant

En cas de licence ou d'acquisition à la suite d'une cession :

N° d'inscription au registre national des marques

Date d'inscription

Durée pour laquelle la licence a été consentie

2.5. Domiciliations bancaires (limitées aux cinq principales). À joindre en annexe 3. Indiquer les noms et adresses de l'établissement bancaire et de l'agence, ainsi que le numéro du compte

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.6. Activités de l'entreprise (en particulier faisant l'objet de la franchise)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. PRÉSENTATION DU RÉSEAU D'EXPLOITATION

3.1. Liste des succursales et filiales majoritaires. À joindre en annexe 4.

3.2. Liste des franchisés (y compris filiales minoritaires) comportant pour chacun d'eux l'adresse et la date de conclusion ou de renouvellement du contrat (limitée s'il y a lieu aux cinquante franchisés les plus proches du lieu d'exploitation envisagé). À joindre en annexe 5.

3.3. Liste des autres entreprises faisant partie du réseau en précisant le mode d'exploitation. À joindre en annexe 6.

3.4. Nombre de franchisés avec lesquels les relations contractuelles de même nature ont cessé dans l'année précédant la délivrance du présent document :

Préciser le nombre par motif :

- expiration.....
- résiliation
- annulation

3.5. Y a-t-il dans la zone de chalandise ou d'exclusivité territoriale de l'implantation prévue, avec l'accord express du franchiseur, d'autres établissements diffusant les mêmes produits ou services sous la marque, le nom commercial ou l'enseigne faisant l'objet du contrat ?

☐ Oui

☐ Non

4. LES RÉSULTATS DU FRANCHISEUR

4.1. Pour les deux derniers exercices disponibles

Entreprise faisant appel public à l'épargne : fourniture des rapports établis au titre des deux derniers exercices en application de l'article L. 451-1-2 du Code monétaire et financier.

Autres entreprises : fourniture des comptes annuels tels que remis au Greffe du tribunal de commerce. À joindre en annexe 7.

5. LE MARCHÉ

5.1. Présentation de l'état général du marché des produits ou services faisant l'objet du contrat

☐ Fournie en annexe 8 (préciser les sources et dater les informations).

5.2. Présentation de l'état local du marché des produits ou services faisant l'objet du contrat

☐ Fournie en annexe 9 (préciser les sources et dater les informations).

5.3. Perspectives de développement du marché

☐ Fournies en annexe 10 (préciser les sources et dater les informations).

6. LE CONTRAT (ANNEXE 11)

6.1. Durée du contrat

6.2. Conditions de renouvellement

6.3. Conditions de résiliation

6.4. Conditions de cession

6.5. Le contrat prévoit-il des exclusivités ?

• territoriale ☐ Oui ☐ Non

Champ de l'exclusivité

• d'approvisionnement ☐ Oui ☐ Non

Champ de l'exclusivité

• d'activité professionnelle ☐ Oui ☐ Non

Champ de l'exclusivité

6.6. Le contrat prévoit-il

• une clause de non-concurrence ? ☐ Oui ☐ Non

• une clause de non-affiliation à un réseau concurrent ? ☐ Oui ☐ Non

6.7. Autres exclusivités (à préciser)

.....

.....

.....

6.8. Obligations financières du franchisé

.....

.....

.....

6.8.1. Dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne ou à la marque avant le démarrage de l'exploitation :

- Droit d'entrée ☐ Oui ☐ Non

Si oui, montant

- Aménagement du point de vente

Nature des aménagements

Montant estimé

- Stock initial ☐ Oui ☐ Non

Montant estimé

- Autres (à préciser)

6.8.2. Dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne ou à la marque après le démarrage de l'exploitation :

- Redevances directes : ☐ Oui ☐ Non

Si oui

Taux

Assiette ou montant

- Autres obligations financières

Pour chacune, nature et assiette

ANNEXES

ANNEXE 1 : Extrait du K-Bis.

ANNEXE 2 : Justificatif de la date d'enregistrement ou du dernier renouvellement de la marque et du nom du propriétaire.

ANNEXE 3 : RIB.

ANNEXE 4 : Liste des succursales et filiales majoritaires.

ANNEXE 5 : Liste des franchisés comportant pour chacun adresse et date de conclusion ou de renouvellement du contrat.

ANNEXE 6 : Liste des autres entreprises faisant partie du réseau en précisant le mode d'exploitation.

ANNEXE 7 : Plaquette d'assemblée générale ou de comptes annuels.

ANNEXE 8 : Présentation de l'état général du marché des produits ou services faisant l'objet du contrat.

ANNEXE 9 : Présentation de l'état local du marché.

ANNEXE 10 : Perspective de développement du marché.

ANNEXE 11 : Contrat de franchise.

ANNEXE 12 : Code de déontologie européen de la franchise.

— La franchise, véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs

Story Building



**Un modèle d'entrepreneuriat
fondé sur le transfert du
savoir-faire, et partage de la
valeur entre franchiseurs et
franchisés**



**Un modèle vertueux pour
l'économie, créateur de
richesse et d'emplois**



**Un modèle efficace, moins
risqué, avec un retour sur
investissement plus rapide**

www.franchise-fff.com

La Fédération Française de la Franchise représente un modèle vertueux et efficace. 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.

Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise. Elle a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris qui est devenu le rendez-vous annuel international de la franchise. Elle forme aux métiers de la franchise, depuis 2009, avec son Académie de la franchise, le premier organisme de formation aux différents métiers de la franchise destinés aux futurs franchisés, aux futurs ou actuels franchiseurs.

QUELQUES CLAUSES PHARES

DU CONTRAT DE FRANCHISE

Le contenu des contrats de franchise est librement déterminé par les enseignes sous réserve de respecter certaines règles communes applicables entre tous professionnels.

Le contrat de franchise ne fait pas l'objet d'un régime juridique déterminé par la loi. Le contenu des contrats de franchise est librement déterminé par les enseignes sous réserve de respecter certaines règles communes applicables entre tous professionnels. Parmi celles-ci, en particulier, l'équilibre entre les droits et les obligations des parties. Cet équilibre passe d'abord par la réciprocité. Par exemple, un franchiseur ne peut pas se réserver le droit de résilier le contrat pour faute du franchisé en ne prévoyant pas une même faculté de résiliation au franchisé en cas de faute du franchiseur. L'équilibre passe aussi par la transparence et la clarté. Un contrat confus sera un repoussoir pour les candidats à la franchise qui auront du mal à s'y retrouver. Les juges n'apprécient pas non plus la confusion notamment s'il s'agit des clauses importantes comme les suivantes :

LE SAVOIR-FAIRE

Le contrat de franchise doit énumérer précisément les éléments de l'activité couverts par le savoir-faire de l'enseigne. Ceux-ci peuvent être divers : agencements, produits, communication digitale, informatique, référencement, etc. Le franchiseur a le devoir d'être performant et innovant là où il cible son savoir-faire. Étant précisé que le Franchiseur peut limiter l'assise de son savoir-faire à certaines spécificités de son activité. Un chef de réseau dans la restauration peut ainsi limiter son savoir-faire à des recettes de cuisine comme un parfumeur pourrait le limiter à la qualité de ses parfums. Pour maintenir l'avantage concurrentiel conféré à ses franchisés par la communication de son savoir-faire, le franchiseur veillera à le faire évoluer régulièrement.

LES CONDITIONS FINANCIÈRES DE LA FRANCHISE

L'accès au réseau engendre différentes dépenses. Certaines sont exigibles à la signature du contrat : droit d'entrée, coût de la formation et de l'assistance initiales, etc. D'autres sont exigibles pendant sa période d'exécution : redevance de franchise, redevance de communication, redevance informatique, etc. Chaque rémunération doit correspondre à une prestation identifiée. Des conditions financières élevées ne doivent pas dissuader d'adhérer au réseau ; il faut étudier à la fois leur contrepartie qui doit être mentionnée dans le contrat et la rentabilité du concept.

Le contrat de franchise peut également prévoir pour le franchisé d'engager des dépenses en vue, par exemple, d'adapter son local aux évolutions du concept qui sont nécessaires pour préserver l'homogénéité du réseau. De telles dépenses doivent faire l'objet de limites financières et, si elles sont d'un montant important, leur mise en œuvre doit être encadrée dans le temps.

Ainsi, des dépenses élevées seront à réaliser après une période d'exécution raisonnable du concept. Le franchisé doit en effet pouvoir construire un budget prévisionnel sérieux.

LA COMMUNICATION DIGITALE (INTERNET, RÉSEAUX SOCIAUX ET SITES PARTICIPATIFS)

La communication digitale est aujourd'hui incontournable. S'il n'est pas possible d'interdire aux franchisés d'avoir recours à cette communication, le franchiseur dispose de la faculté de l'encadrer pour faire respecter l'image du concept.

À cet effet, les franchiseurs mettent au point a minima un cahier des charges d'utilisation des signes distinctifs du réseau impliquant le respect de normes et la nécessité d'obtenir un agrément préalable avant toute diffusion en ligne. Les franchiseurs ont également tendance à proposer aux franchisés des prestations de communication digitale locale permettant une homogénéité de la communication sur tout le territoire et d'éviter les « dérapages » individuels qui sont préjudiciables en particulier lorsqu'ils sont largement relayés sur les réseaux sociaux.

L'EXCLUSIVITÉ D'IMPLANTATION TERRITORIALE

L'exclusivité d'implantation territoriale permet au franchisé de bénéficier d'une zone géographique dans laquelle le franchiseur s'engage à ne pas implanter un autre commerce à l'enseigne. Le maintien de l'exclusivité pendant la durée du contrat peut être inconditionnel ou il peut être conditionné à la réalisation de certains objectifs par le franchisé, par exemple la réalisation d'un chiffre d'affaires minimum.

L'exclusivité d'implantation territoriale n'implique pas une interdiction pour le franchiseur de commercialiser les produits du concept sur le territoire du franchisé par d'autres canaux, par exemple via internet.

Même si elle est très répandue, l'exclusivité d'implantation territoriale n'est ni obligatoire, ni systématique. Son absence ne doit pas constituer un frein à la signature d'un contrat de franchise. En l'absence d'exclusivité, les franchiseurs disposent de meilleurs moyens pour mailler le territoire et freiner la concurrence. Ils veilleront toutefois à ne pas créer au niveau local les conditions d'une cannibalisation de clientèle entre deux franchisés, laquelle pourrait conduire à l'échec de l'un, voire des deux.

LES CONDITIONS D'APPROVISIONNEMENT

L'obligation d'approvisionnement des franchisés auprès du franchiseur ou des fournisseurs référencés par ce dernier, dans une certaine proportion de leurs achats, est souvent prévue dans les contrats de franchise car elle permet une homogénéité du réseau. Les clients s'attendent en effet à retrouver les mêmes produits dans tous les points de vente de l'enseigne. Cette obligation s'impose en particulier lorsque le réseau commercialise des produits spécifiques (des plats avec des ingrédients mis au point par le franchiseur ou des produits fabriqués exclusivement pour le réseau). Pour être valable, l'obligation d'approvisionnement doit être justifiée. Le franchiseur fera également en sorte de proposer ou de négocier avec les fournisseurs de bonnes conditions d'achat, lesquelles ne se limitent pas seulement aux prix (condition de livraison, garantie, etc.).

LA DURÉE

L'entrée dans le réseau implique souvent des frais importants pour le franchisé (droit au bail, agencement, etc.). Il faut pouvoir exploiter le concept un certain temps pour amortir l'investissement. Une durée minimale doit être garantie au franchisé. Évitions ainsi le contrat à durée indéterminée, car il peut être résilié à tout moment avec un préavis dépendant de la durée déjà écoulée, qui peut être très court au début de la relation. Privilégions le contrat à durée déterminée, du moins pour la première période de la relation.

Le droit européen limite les clauses d'exclusivité et de non-concurrence à cinq ans, durée de contrat retenue par la majorité des réseaux aujourd'hui. Précisons qu'en cas de renouvellement, le nouveau contrat peut restreindre la taille du territoire en tenant compte de son occupation par le franchisé sur la période écoulée.

LES OBLIGATIONS RESTRICTIVES DE CONCURRENCE

Pendant la durée du contrat, la plupart des réseaux exigent du franchisé une interdiction totale d'exercer une activité similaire à celle du concept. Il faut protéger le réseau contre l'évasion du savoir-faire, et, ne serait-ce qu'instinctivement, le franchisé aura tendance à utiliser le savoir-faire du concept s'il exerce le même type d'activité dans un autre cadre. La jurisprudence valide cette restriction de concurrence sans limite.

Après la fin du contrat, la clause de non-concurrence n'est valable qu'à de strictes conditions : sa durée ne doit pas excéder pas un an, elle doit être limitée aux locaux exploités et elle doit être indispensable à la protection du savoir-faire transmis dans le cadre du contrat. Pour permettre aux ex-franchisés de continuer une activité similaire, de nombreux réseaux limitent la restriction de concurrence à une interdiction d'affiliation à un réseau concurrent. Celle-ci est soumise aux mêmes règles de validité que la première.

LIONEL LEFEBVRE

Avocat Associé

Hubert Bensoussan & Associés

Membre du Collège des Experts de la FFF



— Franchiseur, un métier qui s'apprend



**Donnez-vous
les moyens de
construire,
de développer
et de pérenniser
votre réseau,
en accompagnant
la montée
en compétence
de vos collaborateurs.**

L'Académie de la Franchise® propose une offre de formations dédiée aux franchiseurs et à leurs équipes, adaptée à tous les stades de maturité des réseaux.

CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT

- L'encadrement légal de la franchise
- Le métier de développeur de réseau
- La sélection des candidats à la franchise
- La transmission du savoir-faire
- La négociation des baux commerciaux

ANIMATION ET MANAGEMENT

- Les stratégies de développement à l'international
- La cession d'entreprise franchisée
- La maîtrise des notions comptables et de gestion
- La gestion des conflits entre franchiseur et franchisé
- Le métier d'animateur de réseau



**Consultez nos offres de formation :
www.formation-franchise.com**

LA FRANCHISE EN CHIFFRES

Comme tous les ans depuis 2000, la Fédération Française de la Franchise procède au comptage annuel des réseaux commerciaux utilisant la franchise pour tout ou partie de leur développement.

Ce comptage permet d'observer les grandes tendances de la « démographie » française en matière de franchise : quel est le rythme de croissance de la franchise en France ? Quels secteurs créent le plus de réseaux et de magasins ? Comment évolue la mixité des réseaux ?

UN MODÈLE PLUS QUE JAMAIS RÉSILIENT ET ATTRACTIF

Les indicateurs de la Fédération Française de la Franchise (FFF) 2025 dévoilent une belle dynamique. Dans des environnements économiques difficiles, la franchise ne se contente pas de résister : elle performe et franchit des caps symboliques, confirmant son statut stratégique dans l'économie française.

LES INDICATEURS CLÉS DE L'ANNÉE

- **Léger fléchissement du nombre de réseaux** : à 2 035, retrouvant ainsi son niveau de 2023, en grande partie sous l'effet des défaillances dans le secteur de l'équipement de la personne.
- **Des points de vente en hausse** : Le territoire français compte désormais 93 395 points de vente franchisés (+ 2,9 % par rapport à l'année passée). Cette croissance illustre la montée en puissance du modèle de la franchise face aux réseaux succursalistes.
- **Chiffre d'affaires en croissance** : Le secteur atteint 93,71 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Il enregistre une progression de + 4,9 % en un an, près du double de celle du marché national, qui s'établit à + 2,5 %.
- **Cap historique pour l'emploi** : La franchise franchit pour la toute première fois la barre symbolique du million d'emplois. Le secteur comptabilise très exactement 1 018 038 emplois directs et indirects. Cela traduit la création de 54 000 emplois supplémentaires en seulement un an (+ 5,7 %).

UN MODÈLE PROTECTEUR FACE À LA CONJONCTURE

Alors que le PIB français affiche une faible progression de 0,9 % et que les défaillances d'entreprises atteignent 68 564 (en hausse de 3,5 %), la franchise affiche une croissance de + 4,9 % de son chiffre d'affaires, soit près du double du marché national. Un écart qui illustre la **robustesse d'un modèle entrepreneurial structurellement plus résilient aux cycles économiques**.

Le dynamisme de la franchise se retrouve aussi dans la recomposition en cours de secteurs majeurs, comme la grande distribution. On y observe un recentrage stratégique marqué vers la conversion en franchise d'une partie de leur réseau intégré, notamment sur les formats de proximité mais également sur les formats supermarchés. De même, les enseignes d'équipement de la maison et du bâtiment voient un transfert important des unités en propre vers la franchise.

LES MEILLEURES DYNAMIQUES SECTORIELLES EN TERMES DE CHIFFRE D'AFFAIRES

- La formation s'impose en tête, avec + 18,6 % de croissance, portée par les enjeux croissants de reconversion professionnelle et de montée en compétences.
- Les services aux personnes font une entrée remarquée en 2^e position avec + 9,6 %, traduisant l'évolution des besoins sociétaux.

TABLEAU 1 – Franchiseurs et franchisés, évolution depuis 1971

	1971	2000	2005	2010	2015	2018	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Nb de franchiseurs	34	553	929	1 477	1 834	2 004	1 927	1 965	1 972	2 035	2 087	2 035
Nb de franchisés*	–	30 630	39 510	58 351	69 483	75 193	78 032	79 134	84 497	92 132	90 790	93 395
CA en milliards d'€	–	31,11	43	47,88	53,38	62,01	63,88	68,79	76,61	88,49	89,34	93,71

* Ces chiffres se rapportent au nombre de magasins ou de points de vente en franchise, et non au nombre réel de franchisés.
Sources : ACFCI – Service Commerce & Distribution, 1971. À partir de 1990, données FFF. À partir de 2007, données FFF et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems.

TABLEAU 2 – Répartition par secteurs des réseaux de franchise en France en 2025

Secteurs	Réseaux	Franchisés*	CA franchisés en milliards d'€	Réseaux en %	Franchisés en %	CA franchisés en %
Équipement de la maison	97	4 525	9,73	4,77	4,85	10,39
Équipement de la personne	316	8 046	5,64	15,53	8,62	6,02
Alimentaire	203	19 198	31,65	9,98	20,56	33,78
Commerce divers	163	7 895	9,64	8,01	8,45	10,29
Services auto	81	11 486	6,01	3,98	12,30	6,42
Bâtiment	74	2 481	2,22	3,64	2,66	2,37
Nettoyage	31	328	1,88	1,52	0,35	0,16
Coiffure et esthétique	130	6 902	2,90	6,39	7,39	3,10
Autres services aux personnes	295	10 671	4,43	14,50	11,43	4,73
Services aux entreprises	106	2 899	1,92	5,21	3,10	2,05
Formation	31	394	0,12	1,52	0,42	0,14
Hôtels	29	2 515	2,81	1,43	2,69	3,01
Restauration rapide	298	9 430	11,36	14,64	10,10	12,13
Restauration à thème	109	1 840	2,64	5,36	1,97	2,82
Immobilier	68	4 596	2,37	3,34	4,92	2,54
Voyages	4	189	0,04	0,20	0,20	0,05
TOTAL	2 035	93 395	93,71	100	100	100

* Ces chiffres se rapportent au nombre de magasins ou de points de vente en franchise, et non au nombre réel de franchisés.

Sources : FFF; données 2025 et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems, 2026.

Note : Les réseaux commerciaux utilisant la franchise en France en 2025, le nombre de franchisés et le CA qui génèrent ces réseaux en France, avec le pourcentage par secteur pour les réseaux, le nombre de franchisés et le CA.

- La restauration rapide (+ 9.3 %), le bâtiment (+ 7.4 %) et les commerces divers (+ 7.4 %) confirment leur solidité en se maintenant dans le top 5 pour la 2^e année consécutive.
- Le secteur hôtelier quant à lui retrouve une place de premier plan parmi les activités les plus dynamiques, avec + 9.2 % de croissance.

Si l'on regarde le poids des secteurs en termes de chiffres d'affaires : L'alimentaire consolide sa position de leader incontesté représentant 33.8 % du marché de la franchise, suivi comme l'an passé de la restauration rapide avec 12.1 %. L'équipement de la maison (10.4 %) devance cette année le commerce divers (10.3 %) et les services auto font leur entrée en 5^e position (6.4 %) à la place de l'équipement de la personne qui sort du podium. Globalement, la stabilité du classement par nombre d'enseignes traduit avant tout une phase de consolidation des réseaux : dans un contexte économique difficile, les enseignes choisissent de se restructurer et de se renforcer plutôt que de se multiplier.

TABLEAU 3 – Évolution du nombre de réseaux, de franchisés et du CA, en nombres absolus

Secteurs	Réseaux 2024	Réseaux 2025	Franchisés* 2024	Franchisés* 2025	CA franchisés en milliards d'€ 2024	CA franchisés en milliards d'€ 2025
Équipement de la maison	98	97	4380	4525	9,45	9,73
Équipement de la personne	343	316	8896	8046	5,82	5,64
Alimentaire	211	203	18228	19198	30,28	31,66
Commerce divers	169	163	7124	7895	8,98	9,64
Services auto	85	81	11439	11486	5,82	6,02
Bâtiment	71	74	2197	2481	2,07	2,22
Nettoyage	31	31	305	328	0,14	0,15
Coiffure et esthétique	132	130	6695	6902	2,87	2,91
Autres services aux personnes	294	295	10070	10671	4,05	4,43
Services aux entreprises	108	106	2942	2899	1,81	1,92
Formation	29	31	349	394	0,11	0,13
Hôtels	30	29	2208	2515	2,58	2,82
Restauration rapide	302	298	8953	9430	10,39	11,36
Restauration à thème	114	109	1832	1840	2,48	2,64
Immobilier	66	68	4967	4596	2,43	2,38
Voyages	4	4	205	189	0,06	0,05
Total	2 087	2 035	90 790	93 395	89,34	93,71

* Ces chiffres se rapportent au nombre de magasins ou de points de vente en franchise, et non au nombre réel de franchisés.
Sources : FFF, données 2025 et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems, 2026.

TABLEAU 4 – Évolution 2024/2025 du nombre de réseaux, de franchisés et du CA

COMPARAISON AVEC LE MARCHÉ GLOBAL DU COMMERCE

Secteurs	Nombre de réseaux en %	Nombre de fran- chisés* en %	CA franchisés en %	CA total France en %
Équipement de la maison	-1,0	3,3%	3,1%	-2,4
Équipement de la personne	-7,9	-9,6%	-3,0%	0,5
Alimentaire	-3,8	5,3%	4,5%	0,3
Commerce divers	-3,6	10,8%	7,4%	3,7
Services auto	-4,7	0,4%	3,5%	3,1
Bâtiment	4,2	12,9%	7,4%	-26,8
Nettoyage	0	7,5%	4,5%	4,4
Coiffure et esthétique	-1,5	3,1%	1,1%	3,5
Autres services aux personnes	0,3	6,0%	9,6%	8,0
Services aux entreprises	-1,9	-1,5%	5,9%	-0,2
Formation	6,9	12,9%	18,6%	4,9
Hôtels	-3,3	13,9%	9,2%	4,7
Restauration rapide	-1,3	5,3%	9,3%	6,8
Restauration à thème	-4,4	0,4%	6,5%	3,6
Immobilier	3,0	-7,5%	-2,3%	10,8
Voyages	0	-7,8%	-10,6%	5,9
Total	-2,5	2,9%	4,9%	2,5

* Ces chiffres se rapportent au nombre de magasins ou de points de vente en franchise, et non au nombre réel de franchisés.
Sources : FFF, données 2025 et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems, 2026.

ET SI L'ENTREPRENEUR DE DEMAIN C'ÉTAIT VOUS ?



MAÉVA

FRANCHISÉE DANS L'OPTIQUE



VINCENT

FRANCHISÉ DANS LE SECTEUR DE L'HABITAT



CHLOÉ

FRANCHISÉE DANS LA RESTAURATION

**ET POURQUOI
PAS MOI ?**

Plus de 2000 concepts
dans 90 secteurs d'activité
pour reprendre le contrôle
de votre vie professionnelle !

jemelanceenfranchise.fr



fff Fédération
Française
Franchise

1

La franchise, un modèle qui séduit les jeunes entrepreneurs



33% des Français **aimeraient créer** leur entreprise

55% chez les **18-24 ans**

dont **52%** envisagent de le **faire en franchise**

+9 pts en 1 an **66%** chez les **18-24 ans**

Franchisés

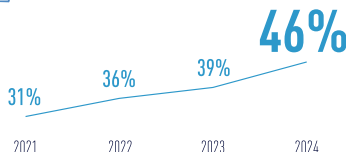


87%
recommandent
le modèle de
la franchise

91%
chez les
18-34 ans



Pourcentage de **femmes**
chez les franchisés



66%
chez les
18-34 ans

76%

de ceux qui
décident de se
lancer en franchise
**sont d'anciens
salariés**

Âge **moyen** de
l'ouverture du
premier point
de vente

35 ans

**Niveau de diplôme
des franchisés**

34% Avant Bac,
Bac ou Bac pro

50% Bac +2/3

16% ≥ Bac +4

**La franchise présente sur tout
le territoire** (hors Île-de-France)

10% < 2 000 hab.

30% Entre 2 000 et 20 000 hab.

30% Entre 20 000 et 100 000 hab.

30% > 100 000 hab.

Franchiseurs

Un franchiseur
a ouvert en moyenne

9 points de vente
malgré la conjoncture

92%

**+8 pts
en 1 an**

des franchiseurs ont **ouvert**
au moins un point de vente
au cours des 12 derniers mois



70%
**+7 pts
en 1 an**

privilégient la **sélection**
des franchisés parmi
les **salariés du réseau**

63%



favorisent le **coaching**
ou le **parrainage** des
nouveaux franchisés

62%

**+7 pts
en 2 ans**

mettent en place des outils
pour aider leurs franchisés
dans le **recrutement**
ou la **fidélisation** de
leurs salariés



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 franchisés. 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.

5

Banque Populaire, accélérateur de croissance pour vos projets en franchise

Franchisés

Franchisés ≤ 5 ans d'ancienneté

Près de

1 franchisé sur **2** estime que le fait d'être franchisé a favorisé l'octroi d'un crédit

79%

+15 pts en 1 an

ont eu recours à un emprunt bancaire ou au crédit-bail



66%



ont confiance en l'avenir de leur activité dans les 24 prochains mois

50%

+7 pts en 2 ans



ont l'intention de réaliser des investissements

En tête des projets d'investissement

85%

achat d'équipements

60%

travaux de rénovation du point de vente

43%

travaux de rénovation énergétique

Principales raisons de choix d'une banque

Proximité

Financement proposé

1

Antériorité de la relation avec la banque

2

3



BANQUE POPULAIRE +X

Partenaire de référence des franchisés

Franchiseurs

Pour

62% des franchiseurs Banque Populaire est la banque qui répond le mieux aux besoins des franchisés



91%

+7 pts en 1 an

sont confiants en l'avenir

99%

+8 pts en 1 an

des franchiseurs ont l'intention d'ouvrir un nouveau point de vente dans les 12 prochains mois

BANQUE POPULAIRE +X

Leader sur le marché des franchiseurs



Investissements envisagés dans les 12 prochains mois

87%



Renforcer la communication de l'enseigne

84%



Renforcer et poursuivre le développement digital

56%



Diversifier l'offre, l'activité

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.

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA FRANCHISE EN FRANCE

La FFF s'est dotée depuis 2006 d'une étude d'impact récurrente sur le poids économique de la franchise, qui en mesure les impacts direct, indirect et induit sur l'économie française.

L'étude actuellement disponible porte sur les chiffres de l'année 2025, soit 2035 réseaux commerciaux ou de service utilisant la franchise en France. Ces réseaux comptent 93 395 magasins ou points de vente franchisés.

Pour les résultats des années précédentes, vous pouvez consulter le site de la FFF, www.franchise-fff.com

Du point de vue méthodologique, le calcul de l'impact économique s'effectue en considérant que les entreprises concernées par l'étude génèrent une série de flux successifs de biens et de services, avec leur traduction monétaire en termes de dépenses et de revenus. Ces flux peuvent être saisis à travers différents circuits :

- les achats et consommations intermédiaires (les entreprises effectuent des achats auprès d'autres entreprises situées sur le territoire national, qui à leur tour se fournissent auprès d'autres entreprises),
- le circuit de l'investissement,
- les salaires versés aux employés des entreprises étudiées ; ces salaires sont dépensés et/ou investis et impliquent un nouveau flux économique de production de biens et de dépenses,
- les administrations publiques... Les dimensions étudiées s'expriment en termes de chiffre d'affaires, de valeur ajoutée, d'emploi, d'investissement et de paiement d'impôts, taxes et contributions sociales.

Trois étapes dans la présente recherche

1. identification de l'ensemble des activités effectuées sur le territoire national et spécifiquement liées à la franchise.
2. définition des indicateurs pertinents de mesure des impacts macro-économiques, recueil des données pertinentes (principales sources utilisées : enquêtes FFF, Euridile, Alisse).
3. calcul des impacts
 - Les **effets directs** qui mesurent le poids économique direct de l'activité prise de façon isolée, c'est-à-dire sans intégrer les interactions avec le reste de l'économie.
 - Les **effets indirects** sur les branches qui résultent des achats et charges externes (consommations intermédiaires) nécessaires à produire et commercialiser les biens et services proposés.

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES ENTREPRISES FRANCHISÉES

LES EFFETS DIRECTS

- Les 93 395 magasins franchisés des 2 035 réseaux génèrent à eux seuls un chiffre d'affaires de 93,71 milliards d'euros, sans tenir compte de la tête de réseau. Ils emploient 569 479 salariés.
- Ces franchisés créent une valeur ajoutée de près de 27,64 milliards d'euros, consacrée pour près de la moitié à la masse salariale, soit 15,21 milliards d'euros.

LES EFFETS INDIRECTS

Ces entreprises franchisées consomment des biens et des services. Elles génèrent :

- 77,73 milliards d'euros de CA.
- 421 398 emplois.
- une valeur ajoutée de 31,85 milliards d'euros.
- une masse salariale de 13,12 milliards d'euros.

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA FRANCHISE EN 2025

Points de vente franchisés

	CA HT en milliards d'€	Effectifs salariés	Valeur ajoutée en milliards d'€	Masse salariale en milliards d'€
Directs	93,71	569 479	27,64	15,21
Indirects	77,73	421 398	31,85	13,11
Total	171,44	990 877	59,49	28,32

Têtes de réseaux

	CA HT en milliards d'€	Effectifs salariés	Valeur ajoutée en milliards d'€	Masse salariale en milliards d'€
Directs	3,75	20 974	1,78	1,02
Indirects	1,42	6 187	0,56	0,20
Total	5,17	27 161	2,34	1,22

Total franchise (avec têtes de réseaux)

	CA HT en milliards d'€	Effectifs salariés	Valeur ajoutée en milliards d'€	Masse salariale en milliards d'€
Directs	97,46	590 453	29,42	16,23
Indirects	79,15	427 585	32,41	13,32
Total	176,61	1 018 038	61,83	29,55

L'étude est menée tous les ans
par François Saint-Cast
(Diagnostic & Systems).



d' **ENTREPRENDRE SEUL** à **RÉUSSIR ENSEMBLE**

LA BANQUE QUI RÉPOND LE MIEUX AUX BESOINS DES ACTEURS DE LA FRANCHISE.*

**BANQUE
POPULAIRE**



la réussite est en vous

* Source : 21^e enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire / FFF / Kantar
BPCE - Société anonyme à directoire et conseil de surveillance au capital de 197 856 880 euros -
Siège social : 7, promenade Germaine Sablon 75013 PARIS - RCS Paris no 493 455 042 - Crédit photo : Gettyimages - Mars 2025

**BANQUE
COOPÉRATIVE ET LOCALE**

LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE

LA FFF : LA REPRÉSENTATION PERMANENTE DES RÉSEAUX DE FRANCHISE

La Fédération Française de la Franchise compte près de 200 réseaux de franchise français et étrangers, actifs en France. Ces réseaux pèsent environ près de 40 % du CA total de la franchise.

LA FFF : PORTE-PAROLE ACTIF DE LA FRANCHISE

C'est vraisemblablement grâce au dynamisme de la Fédération Française de la Franchise que ce système de développement a connu une telle expansion en France depuis plus de cinquante ans. En effet, représenter, promouvoir, défendre la franchise sont les fonctions essentielles de la Fédération Française de la Franchise.

Tant auprès des chefs d'entreprise que des futurs chefs d'entreprise que sont les franchiseurs et franchisés potentiels, la Fédération a eu, et continue d'avoir, une action d'information et de formation sur la franchise ainsi que sur ses règles de fonctionnement et ses exigences déontologiques.

Auprès des pouvoirs publics ainsi que des différents partenaires économiques, la Fédération Française de la Franchise continue d'œuvrer pour que la franchise soit prise en compte dans les grandes orientations du commerce national et que, surtout, son expansion soit encouragée et favorisée.

Elle travaille activement et de concert avec les autres fédérations nationales du commerce (Medef, CNC, GDS, administrateur au CDCF) afin de défendre et représenter le commerce en général, véritable poumon économique du pays, tout en mettant en avant les spécificités du modèle de la franchise.

En relation permanente avec les différentes instances mondiales de la franchise, la Fédération permet un échange d'idées, de techniques et d'opportunités bénéfiques non seulement à la dynamique nationale de la franchise, mais également à l'exportation des enseignes françaises.

LA FFF : LA DÉONTOLOGIE DE LA FRANCHISE

Par l'élaboration du Code de déontologie de la franchise en 1972, la FFF a organisé la franchise en France. Sous son impulsion, ce code est devenu le Code de déontologie européen de la franchise, entré en vigueur le 1^{er} janvier 1991. Ses annexes, spécifiques à la France, ont été remises à jour en février 2019.

Cadre de référence pour les différents acteurs de la franchise, il permet un développement harmonieux des réseaux. À cet égard, la FFF a le souci de faire respecter cette déontologie, mais également de la faire évoluer.

LA FFF : L'AVENIR DE LA FRANCHISE

La FFF, en liaison permanente avec les universités, les divers centres de recherche et de réflexion, veille à faire évoluer le système de la franchise sous ses aspects communication, multimédia, marketing, juridique, financier, économique, management, dans le but d'assurer la pérennité des réseaux.

DES ACTIONS DE FORMATION

Pragmatique et concrète, la Fédération Française de la Franchise a mis au point un certain nombre d'outils de promotion de la franchise.

Afin que tous les acteurs de la franchise exploitent au maximum leurs potentiels et maîtrisent au mieux les exigences de leur stratégie et de leur activité, la FFF a mis au point un programme complet de formation dans le cadre de son Académie de la Franchise® (www.formation-franchise.com). Pour aider les futurs franchiseurs à réussir leur projet, à développer leur enseigne, pour que les franchiseurs se perfectionnent à développer, manager et animer leur réseau, la FFF leur propose son expérience et son expertise afin que chacun élabore, construise sa stratégie de développement et progresse sur des bases solides.

Les formations de la FFF posent les questions vitales, et proposent des solutions concrètes concernant l'animation et le développement du réseau, la communication à l'intérieur du réseau, l'évolution et la transmission du savoir-faire.

À tous les futurs franchisés en période précontractuelle, à tous les nouveaux franchisés, la FFF propose également des journées de formation afin de leur assurer le « bon démarrage », de les aider à mesurer les potentiels du système, à prendre conscience des droits et devoirs réciproques et à intégrer l'esprit du réseau. L'Académie de la Franchise® propose un programme complet de formations destinées à tous les acteurs de la franchise (voir les pages formation, p. 87-88).

DES ACTIONS D'INFORMATION

• ACTUREZO

Pour informer régulièrement nos membres des actions concrètes de la FFF, de l'actualité de nos membres, des événements à venir (colloques webinars, salons...), de l'actualité juridique, des stages de formation, la FFF publie tous les quinze jours une newsletter électronique envoyée à tous nos membres, réseaux et experts. Une information quasi en temps réel de ce qui s'est passé et des actions à venir.

• La franchise sur Internet (www.franchise-fff.com)

Le site internet de la FFF est la vitrine de la franchise avec ses rubriques phares : l'annuaire adhérents (enseignes et experts) avec des fiches de renseignement complètes, des liens vers leurs sites web, les formations (l'Académie de la franchise), le Code de déontologie, les fondamentaux de la franchise, les actualités, un agenda des événements, les partenaires, etc. En vue de



coller au mieux aux évolutions techniques et d'améliorer son référencement, ce site internet a été complètement revu en 2023. Et, en 2025, le site de la FFF s'est équipé d'un chatbot pour accompagner le visiteur dans ses recherches sur le site.

- **La franchise sur les réseaux sociaux**

La FFF est désormais très présente sur les réseaux sociaux. Elle affiche une communauté de plus de 15 600 personnes qui suivent quotidiennement la page FFF sur [LinkedIn](#). La FFF est également active sur [X \(ex-Twitter\)](#), [Facebook](#) mais aussi, [Instagram](#) et TikTok sans oublier sa chaîne [YouTube](#).

DES ACTIONS DE PROMOTION DE LA FRANCHISE

Ambassadrice de la franchise en France et dans le monde, la Fédération Française de la Franchise prépare un terrain favorable au développement des enseignes, anticipe l'avenir de la franchise, en assure la meilleure promotion, afin d'intervenir partout, à l'échelon régional, national et même international. En 2001-2002, elle a assuré la présidence et le secrétariat du World Franchise Council. Elle est membre de l'EFF (European Franchise Federation), et fait partie du Conseil d'Administration..

- **Franchise Expo Paris**

(www.franchiseparis.com, www.observatoirede lafranchise.fr)

Créé à l'initiative de la Fédération Française de la Franchise, organisé sous son contrôle par la société InfoPro Digital, mandatée à cet effet par la FFF depuis 2023, Franchise Expo Paris, le salon international de la franchise, première manifestation européenne dans le domaine de la franchise, a très certainement favorisé l'éclosion de la franchise en France. Véritable plateforme de la franchise, il accueille chaque année environ 30 000 visiteurs et 600 exposants, tous offreurs ou demandeurs de contacts, d'informations, de formations, et d'opportunités d'investissements.

Franchise Expo Paris est aussi une plateforme pédagogique pour les futurs franchisés et franchiseurs. Près de 80 conférences y sont organisées sur les trois jours.

Franchise Expo Paris affirme sa dimension internationale: des enseignes du monde entier, peuvent exposer au salon ou participer au Master franchise Summit, nouvelle journée créée en 2022, dans le cadre du salon voulue comme un lieu de rencontres entre enseignes et investisseurs français et étrangers.

- **Les actions de promotion internationales**

La franchise se développe de plus en plus sur le plan européen offrant à certaines enseignes une voie privilégiée de leur stratégie internationale, cette tendance se vérifie également au-delà de l'Europe, en particulier vers l'Amérique, l'Asie, le Moyen-Orient et l'Afrique. Près d'un quart des enseignes exportent déjà et la Fédération Française de la Franchise rassemble les principales enseignes exportatrices.

Participation de la FFF à la première Journée mondiale de la franchise (World Franchise Day), le 11 juin 2025, à l'initiative du World Franchise Council. Cette journée a rencontré un vif succès, grâce à la mobilisation de tous les acteurs franchiseurs, franchisés, partenaires, et institutionnels

DES ACTIONS DE RÉFLEXION, DE CONCERTATION ET DE COLLABORATION

Vivre le présent de la franchise ne suffit pas, il faut également assurer l'avenir. Anticiper les grandes orientations du commerce européen et mondial, élaborer une déontologie et veiller à son respect, constituer une banque de données juridiques sont aussi des missions que la FFF s'est fixées pour affirmer son rôle « moteur » vis-à-vis de la franchise.

LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE PARTENAIRE DES POUVOIRS PUBLICS NATIONAUX ET DES INSTANCES EUROPÉENNES

La FFF assure l'information permanente des pouvoirs publics nationaux et européens ainsi que des institutions européennes sur l'évolution de la franchise et ses besoins. Un travail constant en collaboration avec la Commission économique à Bruxelles, qui a notamment pris en compte les réflexions de la FFF, a donné naissance au premier règlement d'exemption par catégorie de la franchise (entré en vigueur le 1^{er} février 1989), puis au deuxième règlement sur les restrictions verticales (publié le 22 décembre 1999), au troisième règlement (n° 330 / 2010) du 20 avril 2010. Elle a également apporté sa contribution par le biais de l'European Franchise Federation aux travaux de la Commission dans le cadre du renouvellement du règlement d'exemption (n° 2022/720) entré en vigueur le 1^{er} juin 2022 pour faire valoir les spécificités du modèle et sa pérennité.

Le Code de déontologie français de la franchise, réactualisé en 2011, 2016 et 2019 pris en compte par la jurisprudence nationale, a été repris au niveau communautaire pour la refonte du Code de déontologie européen de la franchise, entré en vigueur le 1^{er} janvier 1991.

LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE ET L'ENSEIGNEMENT

La FFF est en relation permanente avec les grandes universités françaises et les écoles de commerce pour le compte desquelles elle assure une activité d'enseignement. De plus, elle est partenaire de recherche de certaines écoles et universités, et à ce titre propose des thèmes de recherche aux laboratoires universitaires, qui participent ainsi à l'évolution de la franchise en France et en Europe.

LE COMITÉ SCIENTIFIQUE DE LA FFF

Créé en 1996 afin d'apporter aux adhérents de la FFF les outils pouvant contribuer à l'amélioration de leurs performances, ce comité a pour finalité de proposer et d'encadrer des travaux de recherche sur les divers aspects et les diverses composantes de la franchise. Trois objectifs principaux sous-tendent cette démarche : faciliter une meilleure compréhension de la franchise ; améliorer la technique de la franchise, la professionnaliser et la pérenniser ; enfin, apporter une dimension prospective indispensable aux décisions stratégiques de chaque réseau.

Depuis 1998, la FFF a pu ainsi présenter à ses adhérents des recherches portant sur les réseaux mixtes succursales-franchisés, la notion de savoir-faire, le processus de décision d'achat d'une franchise, la nature de la relation franchiseur-franchisé, franchise et culture managériale, les relations conflictuelles caractéristiques des réseaux de franchise. Les thèmes des dernières recherches portaient sur « Les évolutions récentes de la franchise et leurs implications

managériales » en 2020, en 2021 sur « Franchise et RSE, impact social et environnemental de la franchise », en 2022 sur « Stratégies omnicanales, marque et gestion des savoir-faire en franchise », en 2024 sur « Le savoir-faire en franchise, contours et évolution au cours des dernières années ». Afin de rendre les résultats de cette dernière recherche accessibles au grand public, une communication innovante sous forme de newsletter, de vidéos et d'infographie a été publiée chaque mois de l'année. La recherche 2026 traitera de la place et de l'utilisation de l'intelligence artificielle dans les réseaux.

LA FFF : UNE STRUCTURE DYNAMIQUE ET EFFICACE

La FFF s'est dotée, depuis sa création, de moyens de travail performants pour organiser l'expansion de la franchise en France.

LE BUREAU DIRECTEUR

Il est chargé de préparer les décisions du Conseil d'administration et de les mettre en œuvre.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Il définit les orientations à suivre pour défendre et développer la franchise française en fonction des grandes options économiques.

Il est composé de 21 administrateurs, 16 franchiseurs et 5 franchisés, élus en Assemblée générale par les adhérents de la Fédération. Ce sont des professionnels de la franchise.

LA DÉLÉGATION GÉNÉRALE

Elle assure la direction et la coordination de la Fédération Française de la Franchise, ainsi que le suivi des actions décidées par le Conseil d'administration.

Le Délégué général est également en relation constante avec les pouvoirs publics, ainsi qu'avec les instances économiques nationales et internationales. Une liaison permanente et un travail en commun sont assurés avec les fédérations professionnelles.

LES COMMISSIONS DE TRAVAIL

Elles sont spécialisées et chargées d'étudier et de suivre les questions concernant la franchise. Elles réunissent des franchiseurs et des franchisés des réseaux membres de la FFF, donc des professionnels :

- **le Cercle des responsables juridiques**
Objectif : analyser la jurisprudence, proposer au Conseil d'administration une position sur tout sujet susceptible d'affecter la franchise, préparer et construire l'avenir juridique de la franchise.
- **la Commission déontologie**
Objectif : veiller au respect du Code de déontologie et conduire son évolution, traiter les plaintes des franchisés.
- **la Commission d'admission**
Objectif : examiner les dossiers de candidature à l'adhésion des réseaux et des experts.

- le Comité scientifique
- le Comité salon
- le Cercle RSE
- le Club des Dirigeants de réseaux
- le Cercle Digital.

LES RÉUNIONS ET ATELIERS D'ÉCHANGES D'EXPÉRIENCES

Ils abordent des sujets concrets pour permettre aux adhérents de la FFF de se retrouver, d'approfondir un sujet et de bénéficier d'expériences diverses et pratiques. Ils sont organisés à Paris et en région.

LA MÉDIATION DES RÉSEAUX

Afin d'ouvrir une voie amiable de résolution des conflits destinée aux réseaux de franchise, la FFF a créé la Médiation des Réseaux. Elle est complémentaire des deux voies déjà existantes : la justice étatique et la justice arbitrale. Ainsi, les membres d'un réseau de franchise (le franchiseur et un ou plusieurs franchisés) peuvent saisir la Chambre M2F, composée d'un président, d'un vice-président, d'un franchiseur et d'un franchisé (ayant chacun un suppléant), qui informera l'autre partie de la saisine, et qui lui donnera quinze jours pour savoir si elle accepte, ou non, de participer à la médiation. En cas de réponse positive, le Médiateur est choisi par les parties sur une liste à disposition auprès de la Chambre M2F. À défaut d'accord, la Chambre M2F désigne elle-même le médiateur. La Médiation des Réseaux est ouverte à tous les réseaux, adhérents ou non adhérents de la FFF.

(Voir le Règlement en ligne sur notre [site](#).)

LE PARTENARIAT FFF-CAIP

Il permet aux franchiseurs et aux franchisés de régler devant un tribunal arbitral, rapidement et confidentiellement – grâce à la compétence d'arbitres spécialisés – les litiges pouvant intervenir dans leurs relations.

(Voir le Règlement d'arbitrage en ligne sur le [site](#) de la FFF.)

LA COMMISSION DE MÉDIATION CONSOMMATEURS

Créée par la FFF en 2011, la Médiation Consommateurs est compétente pour traiter des différends opposant les consommateurs à des franchisés et / ou des franchiseurs dans le domaine de la distribution ou des services. Cette médiation est réservée aux adhérents de la FFF.

Composée de deux représentants des consommateurs, de deux représentants professionnels (un franchiseur et un franchisé) et d'un Président juriconsulte, cette instance permet de régler les litiges avec impartialité et neutralité.

(Voir les pages de la Médiation Consommateurs sur le [site](#) de la FFF.)

LE COLLÈGE DES EXPERTS

Pour mieux informer tous ceux qui sont à la recherche de spécialistes (avocats, conseils, prestataires de service...), et dans un souci d'indépendance, la FFF a élaboré une liste de prestataires de service. Parrainés par des franchiseurs adhérents de la FFF, et sélectionnés sur la base d'une procédure d'admission identique à celle des adhérents « Réseaux de franchise », ils constituent une référence en matière de franchise et un gage de qualité.

Il a pour mission de promouvoir la franchise et sa déontologie, de défendre l'image de marque et de faire évoluer la franchise, de répondre aux interrogations techniques sur la franchise, et enfin de rendre des avis sur demande de la FFF.

(Voir la liste des membres du Collège des experts de la FFF, p. [306-335](#).)

LA DÉFENSE DU MODÈLE ET DES INTÉRÊTS DES ACTEURS AUPRÈS DES POUVOIRS PUBLICS (LOBBYING)

La FFF œuvre activement auprès des pouvoirs publics, gouvernement, parlementaires, aux niveaux national et européen, pour défendre le modèle de la franchise.

Cette défense du modèle se veut tout d'abord *proactive* : faire œuvre de pédagogie auprès de nos interlocuteurs en expliquant la singularité de la franchise, la spécificité de son développement via des entrepreneurs indépendants, la force du savoir-faire développé par le franchiseur et sa capacité d'adaptation particulièrement mise en lumière en temps de crise. Rappeler donc – à l'occasion de conférences, colloques, rendez-vous – les atouts forts de ce modèle d'entrepreneuriat puissant, sa force de frappe et les perspectives qu'il offre dans une économie en mutation. Voici autant de missions que se fixe la FFF dans son travail fondamental de promotion de la franchise. Le travail de lobbying se veut parfois également *réactif*. La FFF mène en effet une veille législative et réglementaire permanente au travers notamment des fédérations dont elle est membre (Medef, CPME, CDCF, GPS, Fédération européenne de la franchise) afin de préserver les intérêts de ses adhérents. Il s'agit alors d'analyser les impacts, réfléchir ensemble et arrêter des positions tout à la fois juridiques et économiques plaidant en faveur de la franchise et de son développement.

Être adhérent à la FFF, c'est donc renforcer le rayonnement de la franchise et la force de persuasion de votre Fédération auprès de l'ensemble de ses interlocuteurs. C'est aussi être informé de l'actualité et des textes à venir afin de participer à ces travaux de lobbying et anticiper les changements réglementaires à venir.

LE SERVICE JURIDIQUE

La FFF se veut un interlocuteur identifié des problématiques juridiques de ses adhérents.

Dès la commission d'admission, la Fédération entend en effet faire bénéficier ses membres de son expérience afin de leur partager, sans dogmatisme, les bonnes pratiques qu'elle peut identifier en son sein. Il s'agit ainsi de répondre à toutes les problématiques juridiques et d'orienter ses membres vers les experts de la Fédération le cas échéant.

Groupes de travail ad hoc, ateliers techniques, Cercle des responsables juridiques de la franchise, Cercle Digital, différents formats sont à la disposition des adhérents afin de leur permettre d'échanger et partager interrogations et solutions opérationnelles au plus près de leurs préoccupations.

La FFF mène également une activité de veille tant réglementaire que jurisprudentielle et informe ses adhérents au gré de l'actualité via des e-mailings ou des réunions virtuelles ou physiques lorsque des éclairages approfondis sont nécessaires.

L'ACADÉMIE

DE LA FRANCHISE®

NOTRE ORGANISME DE FORMATION 100% DÉDIÉ À LA FRANCHISE



QUI SOMMES- NOUS ?

Véritable outil d'accompagnement des futurs franchisés et futurs franchiseurs, des réseaux en création, en développement et confirmés, des équipes des franchiseurs et des partenaires de la franchise, l'Académie vous accompagne vers une plus grande maîtrise des métiers de la franchise.

QUELQUES CHIFFRES SUR NOTRE ACTIVITÉ DE FORMATION ?

- Création en 2009.
- Près de 3 600 stagiaires formés.
- Plus de 1 000 journées de formation dispensées.
- 14 formations au catalogue.
- Une dizaine de formateurs experts.

NOS VALEURS ?

- Pédagogie: le nombre limité de participants favorise le partage d'expériences, les jeux de rôles et les mises en situations pratiques.
- Flexibilité: des formations « sur catalogue » ou construites « à la carte » en fonction de vos besoins. Nous avons également adapté plusieurs de nos formations en format en distanciel.
- Opérationnel: des outils et techniques pour une utilisation directe. Des formateurs « experts » issus des réseaux.

Nos formateurs et nos participants parlent le même langage: celui du terrain et de l'opérationnel.

Notre organisme de formation détient la certification Qualiopi et est immatriculé au service de formation continue sous le numéro 11 75 153 33 75*. Les formations peuvent donc, dans certains cas, être prises en charge par votre OPCO.

QUELS TYPES DE FORMATION PROPOSONS-NOUS ?

- À destination des futurs franchisé(e)s pour faire le point sur la franchise et savoir comment bien choisir son enseigne: fonctionnement du système, organisation, cadre réglementaire, investissement, conseils pratiques...
- À destination des futurs franchiseurs pour y voir plus clair dans leur projet: quels sont les impacts de cette stratégie pour l'entreprise? Les étapes pour se développer? Les conséquences opérationnelles? etc.
- À destination des réseaux établis avec un catalogue complet dédié à leur second métier: celui de franchiseur. Tous les thèmes liés au juridique, au financier, au développement, à l'animation et au management de réseau... sont présents.

**Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 11 75 153 33 75 auprès du préfet de la région Île-de-France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.*



Vous souhaitez en savoir plus ? Tous nos programmes, informations pratiques, dates et tarifs sont consultables sur : www.formation-franchise.com

Des exemples ?

- L'encadrement légal de la franchise,
- Le métier de développeur de réseau,
- La sélection des candidats à la franchise,
- La cession d'entreprise,
- La maîtrise des notions comptables et de gestion,
- La maîtrise du DIP et de l'information précontractuelle,
- La gestion des conflits entre franchiseur et franchisé,
- Le métier d'animateur de réseau,
- La (re)négociation des baux commerciaux.

DES RETOURS DE NOS PARTICIPANTS ?

« Être franchiseur est un autre métier qu'il faut apprendre ! Suivre une formation permet de bénéficier directement des bons conseils, donnés par des professionnels de la franchise. »

« La formation nous apporte à la fois des conseils en matière de savoir-être et des outils très opérationnels, directement applicables au quotidien. »

« J'ai pu prendre de la hauteur par rapport à mes pratiques et m'enrichir de nouvelles pistes de réflexion. »

« Le formateur a été une grande richesse d'expérience et il a été très ouvert pour partager ses outils et bonnes pratiques. »

« Cette formation a été très structurante et m'a permis de bien cerner les enjeux d'un animateur de réseau : faire en sorte que le franchisé réussisse, tout en respectant les objectifs stratégiques de la tête de réseau. »

« Tout au long des 4 jours, nous avons eu une alternance entre des apports théoriques et des mises en situations réelles. »

« Les choses évoluent et il faut se tenir au courant des changements. C'est pour moi très important de me former régulièrement. »



Vos contacts formation :

Boris FLECHE

Directeur

Développement

et Formation

b.fleche@franchise-fff.com

T 01 53 75 22 25

P 06 18 52 63 21

Hassina KADEM

h.kadem@franchise-fff.com

T 01 53 75 22 25

ET LES FORMATIONS SUR MESURE ?

Toutes nos formations sont adaptables en « intra-entreprise » et nous pouvons construire avec vous des formations « sur-mesure », tant sur le contenu que la durée.

Nous pouvons animer ces formations directement dans vos locaux ou dans ceux de la Fédération Française de la Franchise.

Quelques exemples de programmes conçus à la demande :

- Métier de franchiseur
- Acculturation à la franchise pour les équipes du franchiseur
- Le cadre juridique de la franchise
- Stratégie et étapes d'un développement en franchise
- La maîtrise des notions comptables et de gestion
- Structurer et piloter l'animation de son réseau
- Communiquer avec les franchisé(e)s dans les situations difficiles
- La multi-franchise.

Cette liste est non exhaustive, n'hésitez pas à nous faire part de vos besoins !

Découvrez la franchise, et lancez-vous avec méthode.



**Futurs entrepreneurs,
donnez à votre projet
les meilleurs chances
de succès et optez
pour le modèle de la
franchise,
véritable accélérateur
de votre réussite.**

**L'Académie de la Franchise® portée par la Fédération Française de la Franchise,
accompagne les futurs franchisés dans leur réflexion entrepreneuriale.**

FUTURS FRANCHISÉS

Grâce à des formations concrètes et opérationnelles, vous apprenez à :

- Comprendre les fondamentaux de la franchise,
- Adopter une méthodologie éprouvée,
- Analyser et choisir le franchiseur adapté à votre projet,
- Sécuriser votre parcours entrepreneurial.



Consultez nos offres de formation :
www.formation-franchise.com

LES ORGANES DE MÉDIATION

DE LA FFF

La Fédération Française de la Franchise dispose de deux organes de médiation :

fff Fédération
Française
Franchise
MÉDIATION
CONSUMMATEURS



Flashez pour le Livre
blanc de la médiation
de la consommation

La médiation est un processus amiable, volontaire et confidentiel de résolution des différends dans lequel, un tiers neutre et indépendant – le médiateur – facilite, structure et coordonne les négociations des parties en litige (et de leurs conseils respectifs) en vue d'aboutir à une solution amiable.

fff Fédération
Française
Franchise
MÉDIATION
DES RÉSEAUX

I. LA COMMISSION MÉDIATION CONSUMMATEURS (MÉDIATION CONSUMMATEURS)

Depuis la loi du 1^{er} janvier 2016, tout professionnel a l'obligation d'informer ses consommateurs des coordonnées de son médiateur de la consommation. La FFF met à disposition des réseaux de franchise depuis 2011 (limité à ses seuls adhérents depuis 2019) un service de médiation de la consommation afin de permettre aux professionnels de la franchise de proposer à leurs clients consommateurs une solution de règlement amiable des litiges. Ce service bénéficie de l'agrément de la DGCCRF depuis 2016 et fait partie des médiateurs agréés.

Le médiateur est un organe **collégial** (la Commission Médiation consommateurs) qui est composé de représentants de professionnels et d'associations de consommateurs, et présidé par un juriste.

La Commission Médiation consommateurs est **indépendante** (elle se distingue du service client du professionnel concerné), **neutre et impartiale**. Sa saisine est **gratuite** pour le consommateur et payante pour le professionnel sous conditions.

La saisine peut s'effectuer par voie postale, par courriel électronique ou via une plateforme dédiée, refundue grâce à une subvention européenne.

Plus d'infos : <https://mediation-franchise-consommateurs.com/>

II. LA MÉDIATION DES RÉSEAUX

Créée au début des années 90, la Chambre M2F permet d'offrir aux réseaux – **adhérents ou non** de la Fédération – un moyen simple et efficace de traiter les différends qui peuvent naître à l'occasion de la relation de franchise.

Une liste de médiateurs aux profils divers – experts en franchise et professionnels de la médiation – est mise à disposition des parties.

La **médiation est présente** : la séance dure quatre heures et est organisée prioritairement dans les locaux de la FFF ou dans tout lieu qui agréé aux parties ou à distance (en visioconférence).

La médiation est payante : les frais d'ouverture de dossiers s'élèvent à 150 euros pour la partie demanderesse, puis les parties partagent le paiement de la somme de 760 euros (soit 380 euros chacune) et le paiement des honoraires du médiateur.

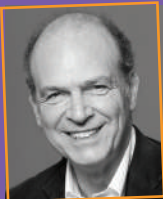
La Fédération Française de la Franchise est adhérente de la Fédération Française des Centres de Médiation.

Plus d'infos : <https://www.franchise-fff.com/services-outils/regler-un-differend-en-franchise/mediation-franchise/>

LES MÉDIATEURS DE LA MÉDIATION DES RÉSEAUX

fff Fédération
Française
Franchise
**MÉDIATION
DES RÉSEAUX**

CLAUDE AMAR



- Médiateur certifié par l'IMI, le SIMI et l'IFCM.
- Agréé et régulièrement désigné par des CA dans des dossiers impliquant des leaders commerciaux ou industriels, des contrats publics ou privés.
- Inscrit également à Hong Kong, Singapour, Kyoto, Bali, Los Angeles, Le Caire et l'ICC-France.
- Membre du Board of Governors de l'IAM et Président de l'Académie de la Médiation.
- Médiateur à l'Espace d'Accès à la Médiation, à destination du public en difficulté.

ÉRIC AZAN



- Près de 40 ans d'expérience et d'expertise dans le domaine de la franchise.
- Ouverture de son premier restaurant hamburger indépendant à Paris en 1983 avant de devenir franchisé dès 1985 dans divers réseaux de franchise (restauration – coiffure).
- Actuellement franchisé au sein des enseignes Quick et Burger King.
- Fondateur de l'association du Groupement des franchisés Quick et Burger King (président depuis 2006).

STEPHEN BENSIMON



- Ancien dirigeant de PME agroalimentaire familiale. Normalien (Ulm). Philosophe.
- Médiateur commercial, social, familial depuis 1998.
- Membre et administrateur de l'AME.
- Directeur fondateur de l'Institut de formation à la négociation et à la médiation (Ifomene ICP).
- Professeur affilié ScPo Paris Executive Education en négociation professionnelle intra et interentreprises.

HIRBOD DEGHANI-AZAR



- Membre du CNB, responsable de la Commission MARD.
- Ancien Membre du Conseil de l'Ordre des Avocats du Barreau de Paris.
- Expert sur les Modes Alternatifs de Règlement des Différends auprès de diverses institutions (CNB, Conseil des Barreaux Européens, Comité Justice administrative et Médiation au Conseil d'État).
- Médiateur conventionnel et judiciaire (CA de Paris) expérimenté.



NICOLAS FERRIER

- Professeur à l'Université de Montpellier (direction du Master droit de la distribution et des contrats d'affaires).
- Coauteur de l'ouvrage *Droit de la distribution* paru aux éditions Lexisnexis et contribution à l'annotation du Code de commerce chez le même éditeur.
- Directeur éditorial de la *Lettre de la distribution* publiée tous les mois par le Centre du droit de l'entreprise de Montpellier et direction de l'équipe chargée d'élaborer au profit de la CEPC le Bilan annuel de jurisprudence en matière de pratiques restrictives de concurrence.



GUY GRAS

- Directeur de la Gouvernance et de la Conformité du Groupe Rocher (depuis 1992, notamment la Marque Yves Rocher)
- Expérience pratique de 30 ans dans la gestion des conflits au sein d'un réseau.
- Président de la FFF (2008-2012 et 2020-2024) et de VP en charge des questions juridiques et de la déontologie de la Fédération (de 2012 à 2020).
- Président de la Fédération Européenne de la Franchise à Bruxelles (2012-2016).



ÉRIC RUIZ

- Longue expérience du monde de l'entreprise tant en France qu'à l'étranger (20 ans d'expatriation).
- Titulaire d'un Diplôme universitaire de Médiateur (ICP-IFOMENE/IGPDE).
- Inscrit sur la liste des médiateurs de la FFF depuis 2017.
- Également médiateur national délégué à la Médiation des Entreprises (ministère de l'Économie et des Finances).
- Agréé par les CA de Paris et Versailles (différends inter-entreprises et la commande publique).
- Réalisation de nombreuses médiations (dont plusieurs pour la FFF et désignation par plusieurs TA pour conduire des médiations judiciaires).

fff Fédération
Française
Franchise
**MÉDIATION
DES RÉSEAUX**

LA FRANCHISE ET L'ARBITRAGE

UNE AUTRE MANIÈRE DE RÉGLER LES DIFFÉREND ENTRE FRANCHISEUR ET FRANCHISÉ

La Fédération offre la possibilité aux réseaux de franchise de résoudre leurs différends en franchise en recourant à l'arbitrage via la Chambre Arbitrale Internationale de Paris (la CAIP), avec laquelle elle a noué un partenariat de longue date.



CAIP

La FFF s'est rapprochée de la Chambre Arbitrale Internationale de Paris (CAIP) afin de proposer aux réseaux de franchise un partenariat leur permettant d'avoir accès à des arbitres spécialisés en franchise à des coûts mesurés.



Le tribunal arbitral a vocation à prononcer une sentence qui tranchera définitivement le litige en droit ou en équité, selon l'accord des parties. Cette sentence s'impose à celles-ci et a la même valeur qu'une décision de justice rendue par un juge étatique.

Les parties peuvent prévoir le recours à l'arbitrage dès la signature de leur contrat, en y insérant une clause d'arbitrage (également appelée clause compromissoire) comme, par exemple et tel que recommandé par la CAIP, dans les termes suivants :

« Tous différends découlant du présent contrat ou en relation avec celui-ci seront définitivement tranchés conformément au règlement d'arbitrage de la Chambre arbitrale internationale de Paris (CAIP). »

Le recours à l'arbitrage peut néanmoins être aussi prévu après qu'un différend soit déjà apparu, par le biais d'un compromis d'arbitrage. Dans le cadre d'une clause ou d'un compromis d'arbitrage, les parties sont liées par leur accord et ont donc l'obligation de saisir le tribunal arbitral.

Pour plus d'information sur l'arbitrage, veuillez visiter le site web de la CAIP : www.arbitrage.org/. Vous y pourrez également trouver le Règlement d'arbitrage, ainsi que d'autres modèles de clauses et de compromis d'arbitrage.

ET SI L'ENTREPRENEUR DE DEMAIN C'ÉTAIT VOUS ?



MAÉVA

FRANCHISÉE DANS L'OPTIQUE



VINCENT

FRANCHISÉ DANS LE SECTEUR DE L'HABITAT



CHLOÉ

FRANCHISÉE DANS LA RESTAURATION

**ET POURQUOI
PAS MOI ?**

Plus de 2000 concepts
dans 90 secteurs d'activité
pour reprendre le contrôle
de votre vie professionnelle !

jemelanceenfranchise.fr



fff Fédération
Française
Franchise

LA FRANCHISE

ET LA RSE

COMMENT LA FRANCHISE EST-ELLE PARTIE PRENANTE DANS LA RSE ?

- La franchise est née de la lutte contre la concentration du capital, elle est fondée sur le partage de la valeur
- Elle joue un rôle de protection et de promotion de la liberté de commercer et de travailler sur l'ensemble d'un territoire
- Les franchiseurs n'ont pas pour objectif le profit à court terme et s'inscrivent nécessairement dans la temporalité
- La franchise est un modèle de répartition de la richesse et de division du risque
- La franchise garantit l'emploi car le modèle permet une pérennité économique des entreprises et plus particulièrement l'emploi local, ce qui participe à la lutte contre la désertification des centres villes
- Elle impose un développement des compétences des salariés des franchisés voulue par le transfert du savoir faire nécessaire à la réitération du modèle et de son évolution.



RSE : définition

La RSE consiste en l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties.

Pour toutes ces raisons, nous pensons que la RSE fait en quelque sorte partie des gènes de la franchise.

La FFF s'investit concrètement et accompagne les enseignes adhérentes dans cette démarche.

Elle a créé en 2021 **un cercle RSE** afin de sensibiliser, former et accompagner ses adhérents dans leur démarche RSE. En s'appuyant sur l'expérience de réseaux matures, elle se donne pour mission d'inciter et de faciliter la mise en place de la politique RSE dans les réseaux qui n'ont pas encore entamé le processus. Les apports techniques et l'animation de ces réunions sont majoritairement assurés par Hyssop, société spécialisée sur le sujet et partenaire de la FFF. Mais la FFF peut ponctuellement faire appel à d'autres spécialistes pour animer des webinaires ou autres réunions. Notre conviction est que la RSE doit devenir partie intégrante du savoir-faire du franchisé et de facto transmis à ses franchisés.

La recherche scientifique, commanditée depuis 24 ans par la FFF, portait en 2021 sur « Franchise et RSE, où en est-on ? »

Les objectifs de cette recherche étaient de proposer un socle RSE en termes académiques et managériaux, d'apporter une vision prospective des enjeux de la RSE pour les réseaux de franchise et de construire des modes d'accompagnement adaptés à la démarche globale RSE.

Le rapport complet de cette recherche est disponible sur le site de la FFF
<https://www.franchise-fff.com/base-documentaire/category/245-rapports-de-recherche>

La FFF est aussi partenaire du Collectif Génération Responsable, dont certains adhérents sont membres. Ce collectif a pour objet de promouvoir, dans une perspective de développement durable, l'amélioration de la qualité environnementale et sociale des enseignes et réseaux de distribution.

LA FRANCHISE À L'ÉTRANGER

La franchise offre principalement à un commerçant indépendant ou à un franchiseur la possibilité d'entreprendre dans son pays d'origine. La France, l'un des pays pionniers en matière de franchise, compte ainsi début 2026 quelques 2 035 réseaux franchiseurs.

La franchise peut être l'occasion également pour un entrepreneur de s'ouvrir à l'international. Plusieurs scénarios :

DEVENIR FRANCHISÉ D'UN RÉSEAU ÉTRANGER EN FRANCE

Deux possibilités :

- Le réseau existe déjà en France ; son concept a été adapté et testé. La plupart du temps, il se développe à partir d'un master-franchisé (en particulier, au début de la vie d'un réseau en pays étranger) ou d'une filiale française. Le franchiseur étranger est tenu de respecter la loi française ; et la démarche est très largement similaire à celle qu'un futur franchisé entreprend lorsqu'il souhaite s'engager avec un réseau d'origine française.
- le réseau n'existe pas en France, et le futur franchisé en est son premier représentant. Il est alors indispensable d'appréhender parfaitement le savoir faire de ce franchiseur et de pouvoir en évaluer l'adaptabilité aux habitudes de consommation françaises. On conseillera également de se renseigner auprès des associations de franchise étrangères sur l'expérience et la maturité de ce réseau dans son pays d'origine.

DEVENIR MASTER-FRANCHISÉ D'UN RÉSEAU ÉTRANGER EN FRANCE

Certains réseaux de franchise se développent hors frontière par le moyen de la master-franchise. Il s'agit d'un contrat de franchise passé entre le franchiseur du pays d'origine et un franchisé qui va, en outre, assurer le rôle de franchiseur et donc le développement de ce réseau sur un territoire donné, qui peut être un pays, un ensemble de pays ou une grande région. Le master-franchisé entretient une relation de franchisé à franchiseur vis-à-vis du réseau « père », et une relation de franchiseur à franchisé vis-à-vis des franchisés dont il va organiser le développement sur son territoire de master-franchisé. Le système est utilisé par nombre d'enseignes françaises et étrangères pour se développer hors de leur pays d'origine.

ENTREPRENDRE EN FRANCHISE À L'ÉTRANGER

La franchise se développe dans plus d'une centaine de pays dans le monde, et le terme y a, la plupart du temps, la même signification (il est du reste international : franchise, franchising, franquicia résistent à toutes les traductions), même si certains pays ont une acception plus large du terme (États-Unis et Allemagne, notamment), où certaines franchises relèvent, au sens français, de certaines formes de partenariat telle la concession, par exemple. Par conséquent, le savoir-faire, cœur de la franchise en France et dans la plupart des pays qui développent la stratégie, n'est pas toujours au rendez-vous.

EXPORTER SON RÉSEAU À L'ÉTRANGER

Près d'un quart des réseaux de franchise d'origine française se développe à l'étranger, principalement sous quatre formes : la franchise directe, la master-franchise, la filiale, et le joint-venture. Un réseau utilisant la franchise peut aussi choisir de se développer en propre à l'étranger et il existe, à l'inverse, des réseaux français qui n'utilisent la franchise que pour leur développement à l'étranger.

La démarche de l'export est particulièrement courante dans les secteurs de l'équipement de la personne et de la maison, dans la coiffure et l'esthétique, dans l'alimentaire et le commerce spécialisé, ainsi que dans la restauration rapide, tous secteurs où l'origine française peut augmenter l'avantage concurrentiel du concept de franchise.

La démarche est complexe et encore plus coûteuse que le développement d'un réseau de franchise en France : il faut adapter le concept, traduire toute la documentation de départ, organiser les flux de circulation des produits vendus (et certains pays ont des législations complexes sur l'exportation et l'importation), composer avec les lois commerciales du pays. La France dispose cependant d'un réseau de représentations commerciales et économiques à l'étranger qui peut être d'une aide précieuse : les bureaux Business France et les chambres de commerce et d'industrie françaises à l'international (CCIFI) seront, dans cette stratégie, des alliés solides, ainsi que les associations de franchise des pays étrangers, surtout celles membres de la Fédération européenne de la franchise et du World Franchise Council (voir p. 98 et 102).

Plus récemment une Team France Export a été mise en place par le gouvernement. Il s'agit du rassemblement de toutes les solutions publiques proposées par les régions, les services de l'État, Business France, les CCI, et Bpifrance pour faire gagner les entreprises françaises à l'international.

DEVENIR FRANCHISÉ À L'ÉTRANGER D'UN CONCEPT FRANÇAIS OU ÉTRANGER

Un entrepreneur indépendant tenté par l'aventure peut s'installer en franchise à l'étranger avec un concept français ou décider d'y développer un concept étranger. Il relèvera du droit civil et commercial du pays où il exercera son activité, et cela sur plusieurs plans :

- celui de commerçant indépendant / entrepreneur,
- celui de franchisé,
- celui de propriétaire ou de locataire d'un local commercial, le cas échéant,
- celui d'emprunteur, le cas échéant,
- celui d'employeur, le cas échéant,
- celui de professionnel d'un métier réglementé, le cas échéant,
- et pour finir celui d'entrepreneur étranger, le cas échéant.

Avant de songer à franchir les frontières de la franchise, il faut tenir compte de tous ces rôles, et d'en peser les conséquences sur un projet déjà lourd. Une familiarité avec le pays d'installation, sa langue, ses coutumes, ses lois est évidemment requise. On notera cependant qu'un projet de franchise bâti avec soin avec le franchiseur du pays exportateur et ses homologues du pays de destination, ainsi que l'association nationale de la franchise, peuvent sans doute faciliter les démarches d'implantation économique et sociale dans ce pays...

À connaître

Les bureaux Business France à l'étranger, joignables par le biais de Business France (www.businessfrance.fr)

Les CCIFI (Chambres de commerce et d'industrie françaises à l'international) (www.ccifrance-international.org)

Les associations et fédérations de franchise membres de la Fédération européenne et du World Franchise Council (voir p. 98-100 et 102-105).

La Team France Export (www.teamfrance-export.fr)

LA FÉDÉRATION EUROPÉENNE DE LA FRANCHISE

La Fédération européenne de la franchise (EFF) est une association à but non lucratif créée en 1972 à l'initiative de la FFF. Ses membres sont des associations ou des fédérations de franchise nationales établies en Europe.

OBJECTIFS DE LA EFF

- Promouvoir la franchise en Europe,
- Défendre les intérêts de la franchise et faire la promotion du Code de déontologie européen de la franchise,
- Encourager le développement de la franchise en Europe,
- Représenter les intérêts de ce système de distribution auprès des organismes internationaux comme la Communauté européenne, le Parlement européen...,
- Promouvoir les acteurs de la franchise européenne et les membres de sa fédération,
- Échanger des informations et des expériences entre les différentes associations de la franchise en Europe et dans le monde,
- Servir ses membres.



Secrétariat EFF

Rue Washington, 40
B-1050 Bruxelles
BELGIQUE
Tél. 00 (32) 2 520 16 07
Mail : info@eff-franchise.com
Site web : www.eff-franchise.com

Président de la Fédération européenne de la franchise :

Matthias LEHNER
(Deutscher Franchise Verband)

Délégué général :

Alisdair GRAY,
alisdair@eff-franchise.com

LES MEMBRES DE LA FÉDÉRATION EUROPÉENNE DE LA FRANCHISE

DEUTSCHER FRANCHISE VERBAND GERMAN FRANCHISE FEDERATION

Luisenstraße 41
D-10117 Berlin (Allemagne)
Tél. 00 (49) 30-278 902-0
www.franchiseverband.com/
@ info@franchiseverband.com

FÉDÉRATION BELGE DE LA FRANCHISE (FBF-BFF) BELGIAN FRANCHISE FEDERATION

Researchdreef
12, allée de la Recherche
B-1070 Bruxelles (Belgique)
Tél. 00 (32) 2 532 97 07
www.fbf-bff.be
@ info@fbf-bff.be

HRVATSKA UDRUGA ZA FRANŠIZNO POSLOVANJE (FIP)

CROATIAN FRANCHISE ASSOCIATION
Meduliceva 11
10000 Zagreb (Croatie)
Tél. 00 (385) 98 169 7427
www.fip.com.hr
@ udruga@fip.com.hr

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES (AEF)

SPANISH FRANCHISE ASSOCIATION
Edificio Negocenter Business Center
Paseo de la Castellana, 135
6ª planta, despacho 621
ES-28046 Madrid (Espagne)
Tél. 00 (91) 787 20 50 – (91) 461 22 26
www.franquiciadores.com
@ aef@soporte1.com – aef@icaro.net

SUOMEN FRANCHISING-YHDISTYS RY (SFY) FINNISH FRANCHISING ASSOCIATION (FFA)

Bulevardi 21
FI-00180 Helsinki (Finlande)
Tél. 00 (358) 5033 757 68
www.franchising.fi
@ office@franchising.fi

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE (FFF) FRENCH FRANCHISE FEDERATION

29, boulevard de Courcelles
F-75008 Paris (France)
Tél. 00 (33-1) 53 75 22 25
www.franchise-fff.com
@ info@franchise-fff.com

BRITISH FRANCHISE ASSOCIATION (BFA)

85f Park Drive, Milton Park, Abingdon
Oxfordshire OX14 4RY (Grande-Bretagne)
Tél. 00 (44) 1235 820 470
www.thebfa.org
@ mailroom@thebfa.org

GREEK FRANCHISE ASSOCIATION (GFA)

7 Stadiou str.
GR-10562 ATHENS (Grèce)
Tél. 00 (30) 210 322 5324
www.franchise.org.gr/en/home
@ info@franchise.org.gr

MAGYAR FRANCHISE SZÖVETSÉG (MFSZ) HUNGARIAN FRANCHISE ASSOCIATION

Margit krt. 64/B
HU-1027 BUDAPEST (Hongrie)
Tél. 00 (36-1) 391-7313
www.franchise.hu
@ info@franchise.hu

ASSOCIAZIONE ITALIANA DEL FRANCHISING ASSOFRANCHISING – AIF ITALIAN FRANCHISE ASSOCIATION

c/o Regus Via Gaetano de Castillia, 23
IT-20124 Milano (Italie)
Tél. 00 (39) 02 29 00 37 79
www.assofranchising.it
@ assofranchising@assofranchising.it

MAK FRAN

Macedonian National Association for Franchise
75 Orce Nikolov Street,
1000 Skopje (Republic of Macedonia)
@ vera.boskovska2020@gmail.com



**NORGES FRANCHISEFORENING
NORWAY FRANCHISE ASSOCIATION**

Asliveien, 7
1392 Vettre (Norvège)
Tél. 00 (47) 98 25 41 17
<https://norgesfranchiseforening.no/>
@ info@norgesfranchiseforening.no

**NEDERLANDSE FRANCHISE VERENIGING (NFV)
NETHERLANDS FRANCHISE ASSOCIATION**

Mekpad, 41
NL-1217 RR Hilversum (Pays-Bas)
Tél. 00 (31) (0)35 624 23 00
www.nfv.nl
@ franchise@nfv.nl – info@nfv.nl

**POLSKA ORGANIZACJA FRANCYZODAWCÓW
(POF)**

POLISH FRANCHISE ORGANIZATION (PFO)
ul. 16 Brązownicza
PL-01-929 Warsaw (Pologne)
Tél. 00 (48) 22 560 80 35
<http://franchise.org.pl>
@ pfo@franchise.org.pl

**ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DA FRANCHISE
(APF)**

PORTUGUESE FRANCHISE ASSOCIATION
Lagoas Park, Edif. 7 - 2º piso
2740-244 Porto Salvo (Portugal)
Tél. 00 (351) 969 105 891
www.associacaoofranchising.pt
@ geral@apf.org.pt – cmatos@apf.org.pt

**SRPSKA FRANŠIZNA ASOCIJACIJA (SFA)
SERBIAN FRANCHISE ASSOCIATION**

Privredna Komora Srbije
Rukovodilac, Centra za Servernu,
Centralnu i Juznu Ameriku i Australiju
Resavska 15 | 11000 Beograd (Serbia)
Tél. 00 (381) 11 33 00 978
M : +381 66 875 1208 | F: +381 11 32 30 949
<https://en.pks.rs/franchising/franchising-in-serbia>
@ marica.vidanovic@pks.rs
@ info-fransizing@pks.rs

SEKCIJA SLOVENSКИH FRANŠIZNIH DRUŽB

Trgovinska zbornica Slovenije
(*Chambre de commerce slovène*)

**SEKCIJA ZA FRANŠIZING (SFA)
SLOVENIAN FRANCHISE ASSOCIATION**

Tél. 00 (386) 1 58 98 220
<https://www.tzslo.si/sl/o-tzs/>
@ info@tzslo.si

**SVENSK FRANCHISE (SF)
SWEDISH FRANCHISE ASSOCIATION**

Drottninggaten 86 1136
SE-112 27 Stockholm (Suède)
Tél. 00 (46) 766 10 4166 – (46) 70 893 66 50
<http://svenskfranchise.se>
@ info@svenskfranchise.se

**TÜRKİYE FRANCHISING DERNEĞİ (UFRAD)
TURKISH FRANCHISE ASSOCIATION**

İnönü Caddesi No 40 Florya,
İstanbul (Turquie)
www.ufrad.org.tr
@ info@ufrad.org.tr

L'ENTREPRENEUR DE **DEMAIN**, **POURQUOI** **PAS**



VOUS ?



fff Fédération Française Franchise

DU 13 AU 15 MARS 2027

PARIS - PORTE DE VERSAILLES - **PAVILLONS 6 & 4**

Le salon international de la franchise
et du commerce organisé

Un événement

fff Fédération Française Franchise

Organisé par

infoprodigital

www.franchiseparis.com

LE WORLD FRANCHISE COUNCIL

UN ORGANISME MONDIAL AU SERVICE DE LA FRANCHISE

Le WFC est né après de multiples rencontres qui ont commencé à Toronto en 1988 (rencontre de la Fédération européenne de la franchise représentée par la France, de l'Association canadienne de la franchise et de l'IFA) pour se poursuivre à Mexico et à Las Vegas. C'est finalement à Lisbonne en juin 1994 que les principales associations représentées par leurs présidents et délégués généraux ont adopté les premiers statuts du WFC et ont donc scellé sa fondation.



Encourager l'entente et la collaboration internationale pour renforcer et promouvoir la franchise.



LE BUT DU WFC

« Encourager l'entente et la collaboration internationale pour renforcer et promouvoir la franchise »

LES OBJECTIFS CONCRETS

- Offrir à toutes les associations nationales de franchise, respectant les critères éthiques définis par les statuts, un espace de parole où leurs opinions et leur souveraineté seront respectées,
- Permettre des échanges de savoir-faire nationaux quant au développement de la franchise,
- Se faire le porte-parole des associations nationales auprès des organismes internationaux,
- Encourager la constitution d'associations nationales de franchise sur la base des critères éthiques définis par les statuts dans tous les pays du monde.

LES CRITÈRES DE L'ADHÉSION AU WFC

L'association ou fédération de franchise doit répondre à trois critères :

- a) ses membres doivent être constitués en majorité de réseaux de franchise ou de leurs représentants,
- b) son conseil d'administration doit être composé en majorité de réseaux de franchise ou de leurs représentants (son président doit être un franchiseur),
- c) elle doit avoir publié un code de déontologie que ses membres s'engagent à respecter, et qui n'est pas en contradiction avec les codes de déontologie promulgués par l'IFA ou la Fédération européenne de la franchise, ou tout code équivalent.

Les fédérations ou associations nouvellement créées peuvent être acceptées comme membres associés si elles s'engagent à respecter les critères de l'adhésion ci-dessus. Ne peut adhérer qu'une seule association ou fédération par pays, à une exception près, due à son histoire, celle de Hong-Kong.

LE FONCTIONNEMENT DU WFC

La présidence et le secrétariat général sont tournants. Le secrétariat général est assuré en ce moment par la Fédération européenne de la franchise (EEF).



Pour vous tenir informés de la vie du WFC, merci de nous contacter : bx@ccfa.org.cn

ou de consulter le site du WFC (en anglais) :
www.worldfranchisecouncil.net

LES MEMBRES DU WORLD FRANCHISE COUNCIL *

FRANCHISE ASSOCIATION OF SOUTH AFRICA (FASA)

Postnet #256, Private Bag X4
Bedfordview 2008 (Afrique du Sud)
Adresse du siège : Bradford House
12 Bradford Road, Bedfordview 2007
Tél. 00 (27-11) 615 03 59 – (27-11) 615 03 68
www.fasa.co.za
@ shereen.davids@fasa.co.za

ASOCIACIÓN ARGENTINA DE MARCAS Y FRANQUICIAS (AAMF)

Av. Del Libertador 184, 11°. "D"
Capital Federal 1001 Buenos Aires (Argentine)
Tél. 00 (54) 9 11 5032-3127
www.aamf.com.ar
@ info@aamf.com.ar

ASIA PACIFIC CONFEDERATION (APFC)

Siège de la fédération des Philippines
Tél. 00 (+632) 687-03 65 to 67
www.franchise-apfc.org
@ pfa@pfa.org.ph – @ international@pfa.org.ph

FRANCHISE COUNCIL OF AUSTRALIA (FCA)

Level 3, 21 Victoria Street,
Melbourne VIC 3000 (Australie)
Tél. 00 (03) 9508 0888
www.franchise.org.au
@ info@franchise.org.au

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF)

Av. das Nações Unidas, 10989, 9º andar, Conj. 92
CEP 04578-000 – Vl. Olímpia – São Paulo – SP (Brésil)
Tél. 00 (55) (11) 3020-8800
www.abf.com.br
@ presidente@abf.com.br
@ international@abf.com.br

CANADIAN FRANCHISE ASSOCIATION (CFA)

116-5399 Eglinton Avenue West – Suite 116
Toronto, Ontario M9C 5K6 (Canada)
Tél. 00 905-407-3270 – 416-573-8682
www.cfa.ca
@ smcneil@cfa.ca – kchan@cfa.ca

CHINA CHAIN-STORE & FRANCHISE ASSOCIATION (CCFA)

Room 811, 8th floor, Foreign Economic & Trade Plaza
N° 22 Fuchengmenwai Str., Xicheng District
Beijing P.R. 100037 (Chine)
Tél. 00 (86) 010 6878 4996 – 00 (86) 010 6878 4934
www.ccfa.org.cn – www.chinaretail.org
@ yw@ccfa.org.cn

CÁMARA COLOMBIA DE FRANQUICIAS COLFRANQUICIAS (CCF)

Avenida Carrera 7 Numero 127-48,
Casa B, Piso 2 Centro, Empresarial 128,
Bogotá (Colombie)
Tél. 00 (571) 520042
www.colfranquicias.com
@ presidencia@colfranquicias.com

*Et les membres de la Fédération européenne de la franchise (voir liste p. 99-100).

CENTRO NACIONAL DE FRANQUICIAS (CENAF)

San José (Costa Rica)
Tél. 00 4052-4400
<https://www.franquiciascostarricenses.cr/>
@ kfallas@camara-comercio.com

KOREAN FRANCHISE ASSOCIATION (KFA)

603, aT Center 27 Gangnam-daero,
Seocho-gu 06647 Seoul (Corée du Sud)
Tél. 00 (82) 2-3471-8135
www.ikfa.or.kr
@ master@ikfa.or.kr

EGYPTIAN FRANCHISE DEVELOPMENT ASSOCIATION (EFDA)

49 Al-batal Ahmed Abdel El Aziz St.
Mohandeseen, Giza (Égypte)
Tél. 00 (20-2) 3346-43 06 – (20-2) 3302-11 05
www.efda.org.eg
@ info@efda.org.eg

EMIRATES ASSOCIATION FOR FRANCHISE DEVELOPMENT (FAD)

Abu Dhabi Chamber of Commerce & Industry
PO Box 662
Abu Dhabi (Émirats arabes unis)
Tél. 00 (971) 26177202
<https://emiratesfranchise.ae/>
@ info@emiratesfranchise.ae

INTERNATIONAL FRANCHISE ASSOCIATION (IFA)

1900 K Street, NW, Suite 700
Washington DC 20006 (États-Unis)
Tél. 00 (1-202) 628 8000
Tél. 00 (1-202) 622 0780
<https://www.franchise.org/>
@ info@franchise.org

FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE FRANQUICIAS (FIAP)

Av. das Nações Unidas, 10989 –
9° e 11° andar, Conj. 92 e 112 Vl. Olímpia
São Paulo – SP (Brazil) Cep: 04578-000
Tél. 00 (584) 141237805
<https://www.portalfiaf.com/>
@ secretariogeneral@portalfiaf.org

ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE FRANQUICIAS (AGF)

Blvd. Los Próceres 24-69 24-69 zona 10,
Zona Pradera, Torre II, oficina 1006 Guatemala City,
(Guatemala)
Tél. 00 (502) 2244-3965
www.guatefranquicias.org
@ directorejecutivo@guatefranquicias.org

HONG KONG FRANCHISE ASSOCIATION (HKFA)

C/o Hong Kong General Chamber of Commerce
22 / F Unit A – United Centre,
95 Queensway, Hong Kong
www.franchise.org.hk
@ hkfa@franchise.org.hk
@ blee@chamber.org.hk

INDONESIAN FRANCHISE ASSOCIATION (AFI)

Jl. Darmawangsa X No. A 19, Kebayoran Baru
Jakarta Selatan 12150 (Indonésie)
Tél. 00 (6221) 7395 577
Tél. 00 0851 926 8330
<http://www.franchiseindonesia.org/>
@ secretariat@asosiasi-franchiseindonesia.org

JAPAN FRANCHISE ASSOCIATION (JFA)

2nd Akiyama Building, 3-6-2 Toranomon,
Minato-ku
Tokyo 105-0001 (Japon)
Tél. 00 (81) 3 5777 8701
www.jfa-fc.or.jp
@ haga@jfa-fc.or.jp

LEBANESE FRANCHISE ASSOCIATION (LFA)

www.lfalebanon.com
Yahya Kassaa
@ kassaa@kassaa.com
Raja Habre
@ rajahabre@hotmail.com

MALAYSIAN FRANCHISE ASSOCIATION (MFA)

J-2-1, Boulevard Business Park Jalan Kuching,
No. 115, Jalan Kepayang
Off Jalan Kuching
51200 Kuala Lumpur (Malaisie)
Tél. 00 (60-3) 2697-1557
www.mfa.org.my
@ faizal@mfa.org.my – @ faizalmn@mfa.org.my

ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS (AMF)

Insurgentes Sur 1783, #101, Col. Guadalupe Inn
D.F., 01020 Mexico (Mexique)
Tél. 00 (52-2) 661 0655 – 00 (52) 55 56612040
www.franquiciasdemexico.org.mx
@ presidencia@franquiciasdemexico.org.mx

FRANCHISE ASSOCIATION OF NEW ZEALAND INC (FANZ)

4 Whetu Place, Rosedale,
Auckland 0622 (Nouvelle-Zélande)
Tél. 00 (64-9) 274 2901 – (64) 27 459 5923
www.franchiseassociation.org.nz
@ chairman@franchise.org.nz
@ robyn@franchise.org.nz

PERUVIAN CHAMBER OF FRANCHISES

Calle 2 de Mayo 516
Building B, office 201 in Miraflores (Pérou)
Tél. 00 (511) 977 500 569
www.cpfranquicias.com
@ coordinador@cpfranquicias.com

PHILIPPINE FRANCHISE ASSOCIATION (PFA)

Unit 701 OMM-CITRA Building,
San Miguel Av., Ortigas Center, Pasig City
Metro Manila 1600 (Philippines)
Tél. (+632) 687-03 65 to 67 – (63) 917 832 0732
www.pfa.org.ph
@ pfa@pfa.org.ph – @ international@pfa.org.ph

ASOCIACIÓN SALVADOREÑA DE FRANQUICIAS (ASFRAN)

Residencial Jardines de Guadalupe
Av. Río Missisipi Numero 31
Antiguo Cuscatlan, La Libertad (Salvador)
Tél. 00 503-70294278
www.asfran.com (en construction) – asfran.sv@gmail.com

FRANCHISING AND LICENSING ASSOCIATION (FLA)

9, Jurong Town Hall #03-16
Trade Association Hub
Singapore 609431 (Singapour)
Tél. 00 (65) 6333 0292
www.flasingapore.org
@ info@flasingapore.org

ASSOCIATION OF CHAIN AND FRANCHISE PROMOTION TAIWAN (ACFPT)

3F. No 82, Sec. 1, Zhongshan N. Rd,
Taipei City 104 (Taiwan)
Tél. 00 (886) 2-2523-51118
www.franchise.org.tw
@ shunchen10@yahoo.com.tw
@ 101@franchise.org.tw
@ 121@franchise.org.tw
@ 117@franchise.org.tw

ČESKÁ ASOCIACE FRANCHISINGU (CAF)

Tesnov 5
CZ-110 00 Praha 1 (République Tchèque)
Tél. 00 (420) 222 513 691
www.czech-franchise.cz
@ caf@czech-franchise.cz

CAMARA URUGUAYA DE FRANQUICIAS (CAUFAN)

Rincón 454 P.2
Montevideo (Uruguay)
Tél. 00 (598) 2916 1277
Tél. 00 (598) 2954 27 722
<https://www.cnccs.com.uy/gremial/camara-uruguay-de-franquicias/>
@ presidencia@caufan.uy

CÁMARA VENEZOLANA DE FRANQUICIAS (CVF)

Calle Nueva York, Edif. Ferán, Piso 3, Ofic. 32,
Las Mercedes, Caracas (Vénézuëla)
Tél. 00 (58-212) 992 3397
Tél. 00 (58-414) 272 4129
<https://www.profranquicias.org>
@ presidencia@profranquicias.com

REJOINDRE LA FFF – DEVENIR ADHÉRENT

Pour plus de précisions

Se reporter au
[Règlement intérieur de la FFF](#)



Contacts :
Boris FLECHE
b.fleche@franchise-fff.com
Chloé DOGUET
c.doguet@franchise-fff.com

L'annuaire des adhérents

Vous retrouverez sur www.franchise-fff.com l'annuaire des adhérents mis à jour en temps réel, une fiche complète sur chaque enseigne et les liens vers leurs adresses électroniques et leurs sites.



QUI PEUT ADHÉRER ?

Tous les réseaux qui se développent en franchise, à condition qu'ils aient au moins deux points de vente franchisés et qu'ils respectent le Code de déontologie européen de la franchise. Le réseau est admis après un examen minutieux du dossier de candidature, validé par une Commission d'admission puis soumis à l'approbation du Conseil d'administration de la FFF. Le CA est formé de vingt et un représentants des réseaux de franchise adhérents, dont cinq représentants franchisés.

Un réseau, membre de la FFF, n'est admis qu'après vérification :

- De la propriété ou du droit d'usage de sa marque,
- De la réalité de son savoir-faire et de sa transmission,
- De la mise en place de formations initiale et continue,
- De l'engagement à respecter le Code de déontologie européen de la franchise,
- De la cohérence de ses objectifs, de sa stratégie et de ses moyens,
- De la mise en place d'une structure d'animation et d'assistance des franchisés,
- De l'appréciation des franchisés du réseau pour une transparence totale.

DEUX CATÉGORIES D'ADHÉRENTS à

1. Membres actifs

Les réseaux qui réunissent tous les critères décrits ci-dessus vérifiés par la commission d'admission et validés par le conseil d'administration.

2. Nouvelle Franchise

Afin de pouvoir accueillir les jeunes réseaux et les guider au mieux dans le développement, la FFF a créé la catégorie Nouvelle Franchise. Pourront être admis dans cette catégorie les réseaux qui, au jour de leur demande d'adhésion ont mis au point un concept testé et exploité dans au moins une unité pilote pendant un délai raisonnable, dont la structure franchisante a en principe été constituée depuis moins de trois ans et dont le nombre de franchisés du réseau se situe, en principe, entre deux et dix.

LES QUATRE ENGAGEMENTS DES RÉSEAUX QUI REJOignent LA FFF

1. Respecter les principes fondateurs de la franchise repris dans le Code de déontologie européen de la franchise
2. Rechercher une réussite pérenne et partagée entre le franchiseur et ses franchisés
3. Favoriser un dialogue permanent et transparent dans le réseau
4. Professionnaliser le modèle de la franchise notamment grâce au partage des bonnes pratiques.

— Franchiseurs, développez votre enseigne rejoignez-nous !



Adhérez

à la Fédération Française
de la Franchise



**En adhérant à la Fédération Française de la Franchise, vous serez accompagné
à toutes les étapes, de la création au développement
de votre réseau de franchise**



Vous serez soutenu et
représenté par la Fédération
Française de la Franchise
auprès des pouvoirs publics
et des acteurs du monde
économique.



Vous partagerez les
expériences et les bonnes
pratiques avec nos adhérents
et nos experts.



Vous profiterez de tarifs
préférentiels sur Franchise
Expo Paris, le rendez-vous
annuel international majeur
de la franchise.

UN ENGAGEMENT ET DES SERVICES

Oui, la FFF, c'est un engagement. Celui de tous les adhérents, qui ont su montrer leur attachement à la déontologie de la franchise. Celui de la fédération, qui met toute sa connaissance, toute son intelligence et toute son énergie au service de la franchise et de ses adhérents. Un engagement pour développer harmonieusement, pour défendre efficacement et pour représenter brillamment la franchise.

La FFF c'est aussi de nombreux services à la disposition des adhérents...

UN ENGAGEMENT...

LA QUALITÉ FFF

La FFF a des critères de sélection particulièrement rigoureux : étude du contrat de franchise, vérification de l'existence du savoir-faire, entretiens avec le franchiseur, enquête dans le réseau... L'admission à la FFF se fait sur la base de l'engagement du postulant à respecter les critères du Code de déontologie européen de la franchise ainsi que l'article L.330-3 du Code de commerce.

LA FORCE DU LOBBYING

La FFF est l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics nationaux, européens et internationaux. La franchise a acquis avec la FFF une voix officielle, et chaque adhérent peut faire sienne cette voix. Chaque adhérent trouve à la FFF une organisation qui le représente sur la scène nationale et internationale.

LA PROMOTION DES ADHÉRENTS

Adhérer à la FFF, c'est être au centre d'une activité d'information sur la franchise riche et diversifiée : présence de l'enseigne adhérente dans le Guide FFF de la franchise, sur www.franchise-fff.com. La FFF est un précieux relais d'information pour ses adhérents, et sa newsletter *Acturezo* reflète régulièrement leur actualité.

DES ESPACES DE RECHERCHE, DE RENCONTRES ET DE DÉBATS

• Les ateliers, les webinars, les réunions régionales

Les ateliers et les webinars pour rester au courant des dernières évolutions de la franchise, les réunions régionales pour rencontrer sur le terrain des responsables de réseau, des animateurs et des développeurs, comparer les expériences en matière de formation, de recrutement, de communication, de management...

• Les commissions de réflexion

La FFF a mis en place des commissions de travail pragmatiques et productives : pour contribuer à l'évolution de la franchise, résoudre des problèmes spécifiques aux réseaux, proposer ou recueillir des idées innovantes... mais aussi participer au recrutement de nouveaux adhérents :

- les ateliers juridiques,
- les groupes de travail,
- la commission déontologie,
- la commission d'admission...

- **Le Comité scientifique**

Depuis 1997, la FFF a mis en place, avec ses adhérents et des partenaires du monde de la finance, de l'assurance et de la recherche, un Comité scientifique. Le résultat: plus de vingt études publiées et un ouvrage sur l'application pratique de ces études.

DES ÉVÉNEMENTS

FRANCHISE EXPO PARIS®

Depuis 1981, Franchise Expo Paris, créé par la FFF et piloté depuis 2023 par InfoPro Digital, est la vitrine de la franchise française, européenne et internationale, mais aussi un lieu de rencontre privilégié pour les franchiseurs, les futurs franchisés, les collectivités locales, les investisseurs, les experts... Franchise Expo Paris 2026, c'est du 14 au 16 mars, Porte de Versailles. Plus de 30 000 visiteurs sont attendus pour visiter les presque 600 enseignes exposantes.

LES ASSISES DE LA FRANCHISE

Nouveau temps fort pour la FFF, dont la première édition a eu lieu en octobre 2023, les Assises 2024 ont permis à près de 300 personnes – juristes, directeurs de réseaux, animateurs, développeurs – de travailler ensemble et de croiser leurs regards sur le thème « La franchise, pilier de développement dans un monde en mutation ».

Une nouveauté encore cette année: le Gala de la Franchise, organisé la veille des Assises, à destination des dirigeants de réseaux, pour échanger et networker dans une ambiance conviviale avec l'intervention de grands témoins qui partagent leur expérience et leur vision de l'avenir du commerce, des services et de la franchise.

LES SALONS DE LA CRÉATION / REPRISE D'ENTREPRISE

La FFF, soucieuse d'informer les créateurs d'entreprise, les commerçants et les futurs franchisés là où ils sont actifs, participe à de nombreux salons sur la création/reprise d'entreprise ainsi qu'à des salons thématiques. Pour les adhérents, qui exposent sur ces salons, c'est l'occasion de présenter leur enseigne aux acteurs locaux – futurs franchisés, élus locaux, investisseurs.

DES OUTILS

INTERNET

Tous entrepreneurs.com, média digital créé en partenariat avec infopro digital, destiné à encourager et accompagner l'entrepreneuriat.

www.franchise-fff.com, c'est le site officiel et grand public de la FFF. Informations générales sur la franchise, présentation de tous les réseaux adhérents, et des experts membres du Collège de la FFF, avec des liens vers leurs sites et une possibilité de contact direct, nouvelles et annonces des adhérents, liens utiles... Le site a été entièrement renouvelé en 2023.



www.franchise-fff.com

LE GUIDE FFF DE LA FRANCHISE

Depuis 1995, la FFF éditait un annuaire de ses adhérents « Toute la franchise ». Cet ouvrage a évolué en 2021 en un *Guide FFF de la franchise*, à la fois Guide pour les futurs franchisés et futurs franchiseurs avec les démarches, les textes utiles, les conseils et en même temps Annuaire avec les fiches détaillées de tous nos adhérents.



Disponible désormais en format électronique, téléchargeable gratuitement à partir de notre site www.franchise-fff.com

ACTUREZO

Une newsletter envoyée tous les quinze jours à nos adhérents : la vie de la FFF et de ses membres, les prochains événements... Toute l'actualité de la franchise et les actions de la FFF en un coup d'oeil !

LES FORMATIONS

L'Académie de la franchise® organise des formations 100 % franchise à suivre à la carte, par parcours ou en cycle de professionnalisation, à destination des futurs franchisés et futurs franchiseurs, des réseaux en création et en développement, des équipes des franchiseurs et des partenaires de la franchise. Centre de formation à la franchise, unique en son genre, l'Académie de la franchise® est un formidable outil de professionnalisation aux métiers de la franchise.



Toute l'offre de formation de l'Académie de la franchise est disponible sur : www.formation-franchise.com

UNE ASSISTANCE DE TOUS LES MOMENTS**UNE ASSISTANCE À L'EXPORT**

La FFF est un relais pour tous les adhérents qui souhaitent se développer à l'étranger. Membre fondateur de la Fédération européenne de la franchise et du World Franchise Council, la FFF fait bénéficier ses adhérents des relations privilégiées qu'elle a nouées depuis 30 ans avec les acteurs internationaux de la franchise. Elle peut conseiller ou représenter ses adhérents auprès des partenaires étrangers.

UNE ASSISTANCE À LA RÉOLUTION DES CONFLITS

Peu nombreux sont les réseaux qui ne connaissent jamais de tensions ou de moments difficiles... La franchise est une activité humaine et parfois orageuse ! La FFF est à l'écoute des réseaux adhérents, des doléances des franchisés ou des franchiseurs. Ces doléances peuvent déboucher sur des conflits : la FFF a mis en place une Chambre de Médiation Franchiseur-Franchisé® (M2F), ainsi qu'un Comité d'arbitrage qui peuvent aider à les résoudre.

De plus, la FFF dispose d'une Commission de Médiation Franchise-Consommateurs® (MFC) qui a pour vocation de traiter les différends opposant un consommateur à un franchisé et/ou un franchiseur dans le domaine de la distribution ou des services.

UNE ÉQUIPE TOUJOURS DISPONIBLE

La FFF, ce sont aussi douze personnes qui peuvent répondre aux questions que se posent les adhérents. Développement à l'étranger, questions juridiques, formations, études sectorielles, recherches documentaires, nouvelles technologies de l'information, chiffres et tendances sociales et commerciales... l'équipe de la FFF est au service de ses adhérents. Elle organise tous les trimestres le Verre de la franchise, une rencontre informelle pour tous les acteurs de la franchise.

DES PARTENAIRES POUR TOUS LES PROJETS

En cinquante ans d'existence, la FFF a noué des liens précieux avec tous les acteurs du monde de la franchise et du commerce, en France, en Europe et dans le monde.



29, boulevard de Courcelles
75008 PARIS

Tél. 01 53 75 22 25

info@franchise-fff.com

www.franchise-fff.com

TÉMOIGNAGES DE FRANCHISEURS



En rejoignant la Fédération Française de la Franchise, Maison de la Literie réaffirme sa volonté de s'inscrire dans une dynamique d'excellence et de progrès collectif. Forte de plus de 40 ans d'expérience, notre enseigne souhaite bénéficier des meilleures pratiques du secteur et garantir à ses franchisés un accompagnement de référence. Nous sommes heureux d'intégrer une communauté engagée et de participer activement aux initiatives portées par la Fédération, explique
ALBAN FREMAUX, Directeur Général de MAISON DE LA LITERIE.



Nous sommes ravis de faire partie des adhérents à la Fédération Française de la Franchise. Cette adhésion permet de garantir la qualité de l'accompagnement quotidien que nous proposons à nos franchisés, c'est une fierté pour l'ensemble des services supports mais aussi pour nos franchisés. Il reste encore de grandes choses à faire pour Pokawa, et nous sommes convaincus que l'expertise de la FFF contribuera à poursuivre le développement de notre réseau et atteindre l'objectif: devenir le leader du poké dans le monde, déclare
MAXIME BUHLER, cofondateur et directeur général de POKAWA.



Nous avons décidé de rejoindre la Fédération Française de la Franchise afin de valoriser notre réseau de franchise auprès des porteurs de projet et des franchisés en activité. C'est également une belle opportunité que d'intégrer un écosystème composé de différents acteurs évoluant dans l'univers de la franchise. Enfin, cela nous permettra de nous appuyer sur des experts et leur expérience dans le développement de la marque., précise
GUILLAUME BOUCHET, co-fondateur de CRYOTERA.



*L'adhésion de SEGUR à la Fédération Française de la Franchise (FFF) marque une étape clé: elle confirme notre engagement dans une démarche de qualité, renforce notre crédibilité, et nous ouvre les portes d'un écosystème expert – formations, accompagnement juridique, réseau de pairs et reconnaissance auprès des partenaires. Pour nos futurs franchisés, c'est une garantie de sérieux, de transparence et d'accompagnement durable. **VIANNEY PARIS**, Fondateur-Associé de SEGUR.*



VÉRONIQUE DISCOURS-BUHOT,
Déléguée Générale de la FFF:
L'arrivée de nouveaux adhérents témoigne du dynamisme de la franchise et de la reconnaissance du rôle de la FFF à promouvoir ce modèle dans le respect des intérêts partagés des franchiseurs et des franchisés.



Rejoindre la Fédération Française de la Franchise, c'est inscrire CrediPro dans une communauté d'experts de la franchise et partager avec elle notre expérience éprouvée de franchiseur, notre compétence d'expert en financement de réseaux et participer au développement d'un modèle d'entreprenariat confirmé. Nous sommes convaincus que la qualité des échanges qui s'y tiennent nous permettra de faire évoluer nos pratiques, à la faveur de nos franchisés et de la communauté, et nous avons hâte de prendre part à ces discussions, affirme **NICOLAS LOPEZ**, Directeur des services CrediPro.

Fitness Park est engagé dans une démarche permanente d'amélioration continue pour satisfaire toujours mieux ses clients. C'est cette approche qui nous a conduit à passer de la licence de marque à la franchise en 2024. En adhérant à la FFF, nous confirmons cette démarche avec une volonté de challenger nos pratiques, de bénéficier d'un cadre et de conseils sur les évolutions pratiques et juridiques, en bref, de l'expertise de la FFF!, déclare **GAËTAN DUBUISSON**, DG de FITNESS PARK.

Lorsque Boulangerie Louise a fait le choix d'accélérer sa stratégie d'expansion, nous avons naturellement décidé de privilégier la franchise pour l'efficacité qu'elle induit dans l'excellence opérationnelle et dans le développement commercial. Après avoir repensé notre politique franchise et nos outils, il était essentiel de les confronter à l'expertise des administrateurs, experts et adhérents de la FFF. Rejoindre la FFF c'est avoir accès au(x) savoir-faire de la franchise et éviter le travers qui consiste à ne développer une franchise qu'en vase clos, souligne **BENJAMIN BOHBOT**, Directeur de BOULANGERIE LOUISE.

Dans le cadre de l'accélération de notre développement, Removo a fait le choix stratégique de la franchise. Ce modèle nous permet de conjuguer performance opérationnelle et croissance rapide, tout en garantissant une qualité constante dans l'ensemble de notre réseau. Pour aller plus loin, nous avons repensé notre approche et nos outils franchisés. Il était donc naturel de nous appuyer sur l'expertise de la Fédération Française de la Franchise (FFF), un acteur de référence dans le secteur. Rejoindre la FFF, c'est s'ouvrir à un écosystème d'experts, bénéficier des meilleures pratiques du marché, et éviter l'isolement souvent lié à un développement en circuit fermé, commente **VINCENT JOUANNET**, cofondateur de REMOVO.

ADHÉRER À LA FFF, UN ENGAGEMENT FORT

Adhérer à la Fédération Française de la Franchise, c'est s'engager à respecter le Code de déontologie européen de la franchise promu par la FFF. En effet, chaque enseigne souhaitant rejoindre la FFF doit se présenter devant une Commission d'admission, composée d'au moins un administrateur et de permanents de la FFF, qui examinent notamment l'existence du savoir-faire, l'organisation de sa transmission, la rentabilité du concept, le sérieux et l'expertise du franchiseur en matière d'accompagnement et d'animation ainsi que ses perspectives de développement. En devenant membre de la FFF, l'enseigne témoigne de sa volonté de développer son réseau en bénéficiant de l'accompagnement de la Fédération.

LES ENSEIGNES

PAR ACTIVITÉS

ALIMENTAIRE

ALIMENTATION BIOLOGIQUE

LA VIE CLAIRE.....	231
NATURALIA.....	255

ALIMENTATION GÉNÉRALE

AUCHAN SUPERMARCHÉ.....	134
FRANPRIX.....	198
LE COMPTOIR DE MATHILDE.....	235
MONOP'.....	251
MONOPRIX.....	252
PAPILLES & PAPILOTES.....	268
PICARD.....	271
SPAR.....	290
VIVAL.....	300

BOULANGERIES, PÂTISSERIES

ANGE.....	126
AUGUSTIN.....	135
BOULANGERIE LOUISE.....	146
BOULANGERIE SOPHIE LEBREUILLY.....	147
FEUILLETTE.....	190
FIRMIN.....	191
LA MIE CÂLINE.....	230
LAND&MONKEYS.....	233
MAISON BÉCAM.....	242
MARIETTE.....	244
PAUL.....	269

CONFISERIES, CHOCOLATS

DE NEUVILLE.....	169
JEFF DE BRUGES.....	217
LEONIDAS.....	239
RÉAUTÉ CHOCOLAT.....	281
YVES THURIÈS – CHOCOLATIER RÉCOLTANT.....	305

VINS ET BOISSONS

CAVAVIN.....	154
LA VIGNERY.....	232
NICOLAS.....	257

BÂTIMENT

SECOND ŒUVRE, ENTRETIEN, AMÉNAGEMENT ET DÉCORATION

À CIEL OUVERT.....	120
AQUATIRIS.....	129

BtoB ATTILA.....	132
AVENIR RÉNOVATIONS.....	137
DAL'ALU.....	165
DANIEL MOQUET SIGNE VOS ALLÉES.....	166
HELP CONFORT.....	205
ISOLATION BY TRYBA.....	214
PRÉSERVATION DU PATRIMOINE.....	277
REMOVO.....	282
REPAR'STORIES.....	284
TRYBA.....	295

COIFFURE ET ESTHÉTIQUE

PARFUMERIES, COSMÉTIQUES, SOINS DU CORPS

BEAUTY SUCCESS.....	143
BLEU LIBELLULE.....	144
CRYOTERA.....	162
L'ONGLERIE.....	223
NOCIBÉ.....	258
YVES ROCHER.....	304

SALONS DE COIFFURE

COIFF&CO.....	157
DESSANGE.....	171
FRANCK PROVOST.....	197
JEAN LOUIS DAVID.....	216
SAINT ALGUE.....	285

COMMERCE DIVERS

ACHAT-VENTE, DÉPÔTS-VENTES

CASH EXPRESS.....	153
EASY CASH.....	178

BRICOLAGE, JARDINERIE, MATÉRIEL DE JARDIN

VILLVERDE.....	299
----------------	-----

COMMERCE DE DETAIL D'ARTICLES MÉDICAUX

DISTRI CLUB MEDICAL.....	173
--------------------------	-----

FLEURS

FLEURS Ô NATUREL.....	194
LE JARDIN DES FLEURS.....	236
MONCEAU FLEURS.....	249
OYA FLEURS.....	267

BtoB

Relation commerciale vers une clientèle professionnelle.

JOUETS

LA GRANDE RÉCRÉ.....	229
----------------------	-----

LOISIRS ET SPORTS

CYCLABLE.....	164
FITNESS BOUTIQUE	192
FNAC.....	196

PRODUITS HIGH TECH (CONSEIL, DÉPANNAGE)

LDLC.....	234
-----------	-----

SERVICES DES ANIMAUX DE COMPAGNIE

DO&KA.....	174
MÉDOR ET COMPAGNIE.....	245
TOM & CO.....	293

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

CUISINES ET SALLES DE BAINS ÉQUIPÉES

AVIVA CUISINES	138
CUISINE PLUS	163
IXINA.....	215
MOBALPA.....	248
SOCOO'C.....	289

ÉLECTROMÉNAGER

BOULANGER.....	145
BUT.....	151
DARTY	168

AMÉLIORATION DE L'HABITAT

IRRIPISCINE BY IRRIJARDIN.....	213
VIE & VÉRANDA.....	298
WELDOM.....	302

LINGE DE MAISON, ARTS DE LA TABLE

MONDIAL TISSUS.....	250
---------------------	-----

MEUBLES, LITERIE

CONFORAMA	159
GAUTIER.....	200
LA COMPAGNIE DU LIT	226
MAISON DE LA LITERIE.....	243
QUADRO.....	278

ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE

COMMERCE DE DÉTAIL D'OPTIQUE

GÉNÉRALE D'OPTIQUE	201
GRANDOPTICAL	203

PRÊT-À-PORTER

CACHE-CACHE.....	152
DARJEELING	167
JULES.....	218
KIABI	222
ORCHESTRA.....	266

FORMATION

CONSEILS AUX ENTREPRISES

BtoB ACTIONCOACH.....	121
-----------------------	-----

HÔTELS

HÔTELLERIE

AKENA.....	124
B & B HÔTELS	140
IBIS.....	209
IBIS BUDGET.....	210
IBIS STYLES.....	211
MERCURE.....	246
NOVOTEL.....	260

IMMOBILIER

AGENTS ET COURTIER IMMOBILIERS

ERA IMMOBILIER.....	183
ESPACES ATYPIQUES	185
GUY HOQUET L'IMMOBILIER.....	204
KELLER WILLIAMS.....	220
NESTENN.....	256

NETTOYAGE

BLANCHISSERIE — TEINTURERIE DE DÉTAIL

SÀSEC.....	156
------------	-----

RESTAURATION

RESTAURATION À THÈME

ASSIETTE AU BŒUF	131
AU BUREAU	133
BUFFALO GRILL	149
COURTEPAILLE.....	160
DEL ARTE	170
FLUNCH	195
HIPPOPOTAMUS	206
INDIANA CAFÉ	212
LA BOUCHERIE.....	224
LA CÔTE & L'ARÊTE.....	227
LE PAIN QUOTIDIEN.....	237
LÉON	238
SIGNORIZZA	288
3 BRASSEURS	294
VOLFONI.....	301

RESTAURATION RAPIDE

AMORINO.....	125
BASILIC & CO.....	142
BRIOCHE DORÉE.....	148
BURGER KING	150

CERVOISERIE	155
DOMINO'S PIZZA.....	176
DREAMS DONUTS	177
EAT SALAD	179
FRENCH COFFEE SHOP	199
KFC.....	221
LA CROISSANTERIE.....	228
MY BEERS.....	253
NACHOS	254
O'MALO.....	261
O'TACOS	262
ÔCARGO.....	263
PITAYA	272
PIZZA COSY	273
POINT CHAUD	274
POKAWA	275
POMME DE PAIN	276
QUICK.....	280
TAOBENTO.....	292
TUTTI PIZZA.....	296

SERVICES AUTO

ACHAT ET LOCATION

ADA	122
EUROPCAR	186
EWIGO	187
RENT A CAR.....	283
UCAR.....	297

ÉQUIPEMENT ET RÉPARATION

API.....	128
AUTOSMART.....	136
DETAILCAR	172
ÉLÉPHANT BLEU	182
FEU VERT	189
MIDAS	247
NORAUTO	259
SPEEDY	291
X'PERT IMPACT.....	303

SERVICES AUX ENTREPRISES

COURTAGE EN CRÉDITS

BtoB CREDIPRO	161
---------------------	-----

FOURNITURES HÔTELIÈRES

BtoB ÉCOTEL.....	180
------------------	-----

PUBLICITÉ, SIGNALÉTIQUE

BtoB SIGNARAMA	287
----------------------	-----

RÉPARATION DE MACHINES ET ÉQUIPEMENT

BtoB HYDROPARTS ASSISTANCE.....	208
---------------------------------	-----

SERVICES DIVERS AUX ENTREPRISES

BtoB COMPTOIR DE LOCATION.....	158
BtoB MAIL BOXES ETC.	241

TRAVAIL TEMPORAIRE

BtoB AQUILA RH	130
----------------------	-----

SERVICES AUX PERSONNES

LOISIRS ET SPORTS

ELANCIA	181
FITNESS PARK.....	193
KEEP COOL	219
ON AIR FITNESS	265

SERVICES ET MAINTIEN À DOMICILE

ÂGE D'OR SERVICES	123
APEF	127
AXEO SERVICES	139
BABYCHOU SERVICES.....	141
DOMETVIE.....	175
ESSENTIEL & DOMICILE – E & D.....	184
FAMILY SPHERE	188
GÉNÉRALE DES SERVICES.....	202
LA CABANE D'ACHILLE & CAMILLE	225
LES MENUS SERVICES.....	240
O2.....	264
PETITS-FILS	270
QUALITY PISCINE.....	279
SEGUR	286

STOCKAGE

HOMEBOX.....	207
--------------	-----

LES ENSEIGNES

PAR APPORT PERSONNEL

CLASSEMENT PAR ORDRE CROISSANT D'APPORT PERSONNEL MOYEN.

L'APPORT PERSONNEL EST LA SOMME EN FONDS PROPRE (HORS EMPRUNT) QUE REQUIERT L'ENTRÉE DANS UN RÉSEAU.

LES RÉSEAUX QUI N'ONT PAS DONNÉ DE MONTANT D'APPORT MOYEN NE FIGURENT PAS DANS LA LISTE.

MOINS DE 10 K€

<u>DETAILCAR</u>	3
<u>REPAR'STORES</u>	5

DE 10 À 19 K€

<u>À CIEL OUVERT</u>	10
<u>AQUATIRIS</u>	10
<u>QUALITY PISCINE</u>	10
<u>REMOVO</u>	10
<u>X'PERT IMPACT</u>	10
<u>NATURALIA</u>	15
<u>LA CABANE D'ACHILLE & CAMILLE</u>	15
<u>L'ONGLERIE</u>	15

DE 20 À 49 K€

<u>AUTOSMART</u>	20
<u>AVENIR RENOVATIONS</u>	20
<u>BABYCHOU SERVICES</u>	20
<u>CAVAVIN</u>	20
<u>PRÉSERVATION DU PATRIMOINE</u>	20
<u>VIVAL</u>	20
<u>APEF</u>	25
<u>AQUILA RH</u>	25
<u>COIFF&CO</u>	25
<u>EWIGO</u>	25
<u>FAMILY SPHERE</u>	25
<u>GÉNÉRALE DES SERVICES</u>	30
<u>O2</u>	25
<u>SÂSEC</u>	30
<u>ÂGE D'OR SERVICES</u>	30
<u>AXEO SERVICES</u>	30
<u>DOMetVIE</u>	30
<u>ESSENTIEL & DOMICILE</u>	30
<u>FRANCK PROVOST</u>	30
<u>HELP CONFORT</u>	30
<u>ISOLATION BY TRYBA</u>	30
<u>JEAN LOUIS DAVID</u>	30
<u>LA VIE CLAIRE</u>	30
<u>LE JARDIN DES FLEURS</u>	30
<u>OYA FLEURS</u>	30
<u>PETITS-FILS</u>	30

<u>QUADRO</u>	30
<u>SAINT ALGUE</u>	30
<u>YVES ROCHER</u>	30
<u>DREAMS DONUTS</u>	35
<u>VIE & VÉRANDA</u>	35
<u>DANIEL MOQUET SIGNE VOS ALLÉES</u>	40
<u>DARJEELING</u>	40
<u>ERA IMMOBILIER</u>	40
<u>FIRMIN</u>	40
<u>IXINA</u>	40
<u>LEONIDAS</u>	40
<u>LES MENUS SERVICES</u>	40
<u>SIGNARAMA</u>	40
<u>SPAR</u>	40
<u>TRYBA</u>	40
<u>TUTTI PIZZA</u>	40
<u>MAIL BOXES ETC</u>	45

DE 50 À 74 K€

<u>ADA</u>	50
<u>DAL'ALU</u>	50
<u>MOBALPA</u>	50
<u>AVIVA CUISINES</u>	70
<u>BASILIC & CO</u>	50
<u>CACHE-CACHE</u>	50
<u>CASH EXPRESS</u>	50
<u>CRYOTERA</u>	50
<u>CUISINE PLUS</u>	50
<u>DISTRI CLUB MEDICAL</u>	50
<u>ESPACES ATYPIQUES</u>	50
<u>FITNESS BOUTIQUE</u>	50
<u>FLEURS Ô NATUREL</u>	50
<u>GUY HOQUET L'IMMOBILIER</u>	50
<u>JEFF DE BRUGES</u>	50
<u>JULES</u>	50
<u>LA COMPAGNIE DU LIT</u>	50
<u>LDLC</u>	50
<u>LE COMPTOIR DE MATHILDE</u>	50
<u>NESTENN</u>	50
<u>NICOLAS</u>	50

PIZZA COSY	50
YVES THURIÈS	50
ASSIETTE AU BŒUF	60
CREDIPRO	60
DE NEUVILLE	60
FRENCH COFFEE SHOP	60
GÉNÉRALE D'OPTIQUE	60
LA VIGNERY	60
MIDAS	60
SOCOOC	60
ATTILA	70
EAT SALAD	70
ELANCIA	70
GAUTIER	70
LA CROISSANTERIE	70
MONCEAU FLEURS	70
MONDIAL TISSUS	70
NACHOS	70
RENT A CAR	70
SPEEDY	70

DE 75 À 99 K€

DARTY	75
IRRIPISCINE BY IRRIJARDIN	75
CYCLABLE	80
DOMINO'S PIZZA	80
GRANDOPTICAL	80
MÉDOR ET COMPAGNIE	80
O'MALO	80
O'TACOS	80
POKAWA	80
SIGNORIZZA	80

DE 100 À 149 K€

ANGE	100
API	100
AUGUSTIN	100
BLEU LIBELLULE	100
COMPTOIR DE LOCATION	100
DO&KA	100
EASY CASH	100
LA MIE CÂLINE	100
MARIETTE	100
ORCHESTRA	100
PICARD	100
POINT CHAUD	100
TAOBENTO	100
TOM&CO	100
BRIOCHE DORÉE	120
CERVOISERIE	120
FEU VERT	120
POMME DE PAIN	120
UCAR	120
MY BEERS	130
RÉAUTÉ CHOCOLAT	130
LE PAIN QUOTIDIEN	140

DE 150 À 199 K€

BEAUTY SUCCESS	150
BOULANGERIE SOPHIE LEBREUILLY	150
COURTEPAILLE	150
ÉLÉPHANT BLEU	150
FLUNCH	150
KEEP COOL	150
LA CÔTE & L'ARÊTE	150
MAISON BÉCAM	150
NORAUTO	150
ÔCARGO	150
PITAYA	150
WELDOM	150
DEL ARTE	175

DE 200 À 299 K€

AMORINO	200
BUFFALO GRILL	200
BUT	200
CONFORAMA	200
FRANPRIX	200
HOMEBOX	200
KELLER WILLIAMS	200
KIABI	200
LA BOUCHERIE	200
PAPILLES & PAPILOTES	200
PAUL	200
QUICK	200
BOULANGER	250
BOULANGERIE LOUISE	250
BURGER KING	250
FEUILLETTE	250
INDIANA CAFÉ	250
KFC	250
LA GRANDE RÉCRÉ	250
MONOP'	250
NOCIBÉ	250

DE 300 À 499 K€

AU BUREAU	300
HIPPOPOTAMUS	300
LÉON	300
VOLFONI	300
ON AIR FITNESS	350
FITNESS PARK	400

DE 500 K€ ET PLUS

3 BRASSEURS	500
AUCHAN SUPERMARCHÉ	500
MONOPRIX	500
B & B HÔTELS	700
AKENA	1 000

Le média de référence de la franchise

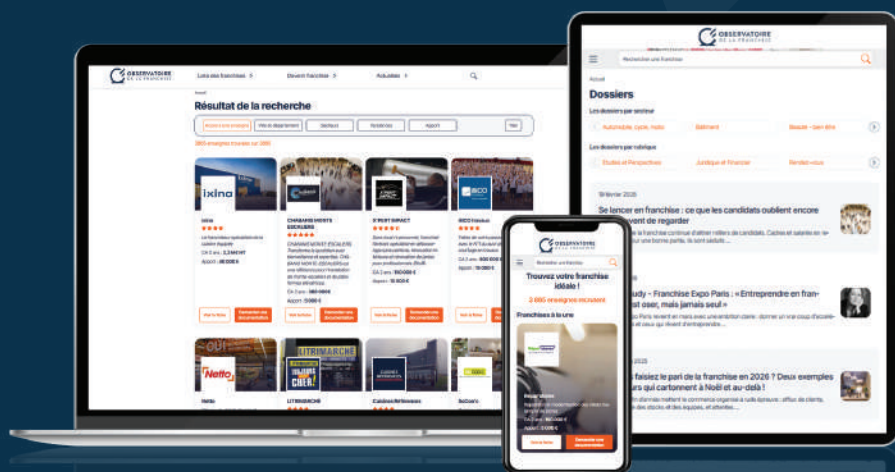
Trouvez le réseau qui vous correspond

75 secteurs d'activités représentés

3 500 enseignes qui recrutent

Soyez guidé dans votre projet

Fiches pratiques, livres blancs,
actualités, & interviews



À CIEL OUVERT

1, rue du Capitaine-Dreyfus
35136 SAINT-JACQUES-DE-LA-LANDE
Tél. 06 70 84 32 40
Mail : n.gaugain@touspourtoit.com
Site web : <https://www.acielouvert.com/>

àcielouvert®
LA MEILLEURE POSE S'IMPOSE

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Spécialiste de la pose et de l'entretien de fenêtres de toit de la marque VELUX
- **Création de l'enseigne :** 2009
- **Ouverture de la première franchise :** 2021
- **Étapes marquantes de son évolution :**
L'enseigne a été créée en 2009 et s'est spécialisée dans la pose de fenêtres de toit de la marque Velux et est le premier installateur en France.
De 2009 à 2021, le groupe s'est développé en filiale sur toutes les plus importantes villes françaises et, en 2021, a lancé la première franchise à Tours.
Depuis 2023, le réseau de franchise a été lancé officiellement et compte 7 franchisés à Tours, Metz, Compiègne, Dijon, Reims, Orléans et Bayonne.
- **Contact franchise et développement :**
M. Nicolas GAUGAIN
franchise@acielouvert.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 70
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 7
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Aucun local commercial
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 10
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 50

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Idéal pour un candidat provenant des métiers du bâtiment tels que couvreurs et menuisiers.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 25 K€ HT
- **Redevances directes :** 5 % CA HT/mois (redevance d'exploitation)
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT/mois (redevance communication)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 4 semaines

ACTIONCOACH

3, avenue de l'Opéra
5^e étage
75001 PARIS
Tél. 01 88 61 83 62
Mail : olivier@actioncoach.eu
Site web : www.actioncoach.eu

ActionCOACH[®]
BUSINESS COACHING

LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Les coaches ActionCOACH accompagnent les dirigeants du monde entier pour booster la performance de leur entreprise et leur épanouissement personnel
- **Création de l'enseigne :** 1993
- **Ouverture de la première franchise :** 1997
- **Étapes marquantes de son évolution :**
ActionCOACH, leader mondial du coaching d'entreprises, a connu une expansion fulgurante depuis son implantation en Europe en 2001. Présent en Amérique Latine et en Afrique dès 2006, le réseau a franchi le cap des 1 000 franchisés en 2019, répartis dans plus de 50 pays. L'année 2016 a vu la création d'ActionCOACH Europe francophone, suivie en 2020 par l'ouverture de la firme parisienne AC75. Pionnier du coaching d'entreprises en franchise, ActionCOACH s'appuie sur 30 ans d'expertise, récompensée par de nombreux prix internationaux (Stevies Awards, Franchise de l'année en Irlande, etc.). L'année 2022 a été marquée par l'ouverture de la firme bruxelloise, la reprise de la direction de la franchise par Marc-William ATTIE et l'organisation du premier BizX pour les entrepreneurs. Enfin, en 2023, ActionCOACH a étendu sa présence avec l'ouverture d'une antenne dans les Bouches-du-Rhône.
- **Contact franchise et développement :**
<https://actioncoach.eu/devenir-actioncoach-partenaire/>

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 15
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise et emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** Variable
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le profil idéal pour un franchisé ActionCOACH : un entrepreneur manager avec expérience en gestion, intégré localement, désireux d'aider les autres, ambitieux, organisé, orienté résultats et client, bon communicant, ouvert à l'apprentissage et maîtrisant l'anglais.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 65 000 €
- **Redevances directes :** Sur le CA : 10 % (royalties), 2 % (technologies), 3 à 5 % (marketing).
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 5 000 € HT

ADA

22-28, rue Henri-Barbusse
92110 CLICHY
Tél. 01 79 36 11 62
Mail : mvigouroux_ext@ada.fr
Site web : www.franchise.ada.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Location de véhicules, acteur de la mobilité
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**

ADA est un acteur historique de la location de véhicules de courte durée en France. Filiale du Groupe Rousselet depuis 1992, ADA compte aujourd'hui plus de 1 000 agences sur le territoire. L'innovation fait partie de l'ADN du groupe. Nous sommes en effet précurseurs dans de nombreux domaines : location à l'heure, location de véhicules pour les jeunes dès 18 ans et développement du Réseau Point Loc et Ada Complémentaire dédié aux professionnels de l'automobile. Notre challenge aujourd'hui est de répondre aux attentes de mobilité des consommateurs des grandes agglomérations jusqu'aux zones rurales, grâce à notre maillage national.

- **Contact franchise et développement :**

M. Mikaël VIGOUROUX
(Développement franchise)
mvigouroux_ext@ada.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 1 000
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 25

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 30 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 400
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des candidats entrepreneurs et commerçants : dynamiques, rigoureux et polyvalents.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 17 500 HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** programme de formation de 6 semaines, alliant la théorie par des professionnels de la location et la pratique en immersion en agence.

ÂGE D'OR SERVICES

1, rue du Port
78600 LE MESNIL-LE-ROI
Tél. 06 40 40 53 16
Mail : developpement@agedor.fr
Site web : www.agedorservices.com



AGE D'OR
services

Un réseau de franchise
du groupe LA POSTE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau de proximité spécialisé dans l'aide aux seniors et à leurs proches.
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1993
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1991-1993, création de la première agence ÂGE D'OR SERVICES à Troyes et création de L'ÂGE D'OR EXPANSION.
 - 2000-2003, acquisition du franchiseur par le groupe CNP Assurances, acteur de référence sur le marché de l'assurance de personnes en France et filiale de la Banque Postale.
 - 2004-2006, lancement d'un nouveau service : l'aide à domicile.
 - 2006-2010, lancement d'un nouveau service : la livraison de repas.
 - 2015-2018, lancement de deux nouveaux services : la sortie d'hospitalisation et l'intendance de résidence.
 - 2020, nouvelle identité visuelle et nouveau site internet.
 - 2021, ÂGE D'OR SERVICES fête ses 30 ans et devient filiale de La Poste Groupe.
 - 2023, lancement du concept en mode mandataire et de l'offre d'accompagnement à domicile coordonnée.
- **Contact franchise et développement :**
M. Arnaud DORMEVAL
adormeval@lps-reseaux.com

LE RÉSEAU (en France)

- Nombre d'unités propres : 0
- Nombre d'unités franchisées ou affiliées : 91
- Créations d'unités franchisées en 2025 : 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 150 000 habitants
- **Emplacement :** Fonctionnel, accessible et convivial, en centre-ville comme en périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** À partir de 40 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 800
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 70

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Issu du secteur médico-social ou ayant une réelle appétence pour l'accompagnement des personnes fragiles, vous réunissez des qualités de manager et de commercial.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 28 000 € (incluant la formation initiale)
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 3 semaines (siège et visio) sur les aspects pratiques et théoriques (législation, comptabilité, RH, commercial, gestion, communication, logiciel métier etc.) + 1 semaine en immersion dans une agence.

AKENA

10, rond-point de la Corbinerie
44400 REZÉ
Tél. 02 28 07 07 09
Mail : developpement@hotels-akena.com
Site web : www.hotels-akena.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Chaîne hôtelière 2, 3, 4 étoiles
- **Création de l'enseigne :** 1992
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créés en 1992, les hôtels Akena se sont développés en privilégiant des espaces agréables, un accueil humain, des services pour le quotidien, un design fonctionnel et un petit déjeuner savoureux. Spécialiste de la construction, changement d'enseigne, Akena développe une hôtellerie de proximité. La force de sa franchise repose sur son accompagnement, qui s'opère depuis la recherche foncière jusqu'à la commercialisation et le suivi d'exploitation. Elle accompagne ses partenaires tout en leur laissant l'indépendance nécessaire dans la gestion de leur projet.

Notre politique de développement est la suivante :

- Nouveaux hôtels en construction,
- Rénovation du parc existant,
- Nouvelle politique d'affiliation,
- Nouveaux outils de gestion.
- **Contact franchise et développement :**
M. Frédéric ELLUARD
(Directeur du développement)
f.elluard@hotels-akena.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 27
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Périphérie de ville
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 3 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 200
- **Apport personnel en K€ :** 1 000
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Investisseurs, propriétaires exploitants, hôteliers souhaitant changer d'enseigne
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 600 € HT / chambre
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance marketing : 1,25 %
- **Formation proposée :** Formation permanente.

AMORINO

CPF SAS – AMORINO

13, chemin des Chaudronniers

94310 ORLY

Tél. 01 53 14 57 00

Mail : franchise@amorino.fr

Site web : www.amorino.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Franchise de glaces italiennes
- **Création de l'enseigne :** 2002
- **Ouverture de la première franchise :** 2004
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créé en 2002 par Cristiano Sereni et Paolo Benassi, AMORINO régale les gourmands du monde entier de ses glaces savoureuses fabriquées dans la plus pure tradition italienne. En peu de temps, la marque a su s'imposer grâce à un produit d'excellence, mis en valeur dans des boutiques à l'ambiance chaleureuse et soignée, et a fait de son nom une référence incontournable.
- **Contact franchise et développement :**
M. Olivier BORREDA
(Responsable développement France et pays francophones)
franchise@amorino.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 114
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 400 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 30 à 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 513
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 250 et 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Candidat désireux de s'investir personnellement dans la gestion quotidienne de sa boutique.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (budget publicitaire)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Initiale et permanente.

ANGE

ANGE SARL
Zac de l'Enfant
Rue Émilien-Gautier
13290 AIX-EN-PROVENCE
Tél. 04 84 49 21 20
Mail : franchise@boulangerie-ange.fr
Site web : www.boulangerie-ange.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Boulangerie fabrication artisanale
- **Création de l'enseigne :** 2008
- **Ouverture de la première franchise :** 2011
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 2008, trois associés créaient leur première boulangerie sur une idée toute simple : fabriquer de très bons produits... pour un prix très raisonnable dans une démarche écoresponsable ! Seize ans plus tard, ANGE est le second réseau français de boulangeries. Nous comptons plus de 310 points de vente majoritairement franchisés.

Notre force, nous la tirons d'un concept original et innovant : du bon pain bien sûr, mais aussi des recettes maîtrisées, des emplacements stratégiques et une politique efficace d'offres produits.

Notre force c'est aussi et surtout celle des femmes et des hommes qui, devenus franchisés ou salariés ANGE, s'investissent chaque jour avec enthousiasme et professionnalisme.

- **Contact franchise et développement :**
M. Alan COLLIARD
(Directeur développement)
alan.colliard@boulangerie-ange.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 15
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 300
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 30

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N°1 et 1 bis, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 350 et 450 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 500
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 130
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 950

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profil manager commerçant, très impliqué sur le terrain au quotidien et présentant un fort intérêt produits et un savoir être reflétant nos valeurs de notre réseau : sens de la qualité, respect d'autrui et plaisir.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 60 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 1 % maximum de frais de communication
- **Formation proposée :** 12 semaines en boulangerie dont 4 semaines en immersion auprès d'un franchisé.

Immeuble Le Trident
1115, rue Hélène-Boucher
34970 MAUGUIO
Tél. 06 86 08 09 88
Mail : franchise@ouicare.com
Site web : www.apeffranchise.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Ménage-repassage, garde d'enfants, accompagnement des personnes âgées et dépendantes, jardinage-bricolage.
- **Création de l'enseigne :** 1992
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Avec plus de 170 agences et plus de 150 franchisés, APEF confirme son ambition d'étendre son réseau et communique toujours plus fort : le réseau a lancé son premier spot TV et son premier spot radio en 2025 ! APEF allie dynamisme, expertise et valeurs fortes pour être au plus proches des attentes de ses clients et de ses collaborateurs. Les franchisés APEF proposent des services de ménage-repassage, d'aide à domicile, de jardinage-bricolage et de garde d'enfants. Les franchisés peuvent également compléter leur offre locale en piochant parmi 26 autres services (garde d'animaux, cours de musique...). Ils sont de véritables commerçants incontournables dans leur ville, créent de l'emploi, dynamisent l'économie et apportent du soutien aux familles.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Laura PINGENOT
(Chargée de mission développement franchise)
laura.pingenot@ouicare.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 24
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 150
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** 40 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 250 à 300
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 77,3

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Appétence pour le management, le commerce et la gestion. Valeurs de bienveillance, d'exigence, de solidarité et de sens du service. Une forte envie d'entreprendre. Une volonté de co-construire avec son réseau
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 42 300 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Un accompagnement renforcé avant l'ouverture et au moment de l'ouverture. 3 semaines de formation en présentiel. 2 semaines en agence. Un accompagnement tout au long de votre activité.

API

API France – Société Doyen Auto
37, chemin du Prat-Long
31200 TOULOUSE
Tél. 06 16 59 81 72
Mail: marie.mercy@doyen-auto.com
Site web : www.api-france.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution de pièces détachées automobiles toutes marques et de services destinés aux professionnels de la réparation automobile et aux particuliers.

- **Création de l'enseigne :** 1985

- **Ouverture de la première franchise :** 2009

- **Étapes marquantes de son évolution :**

API FRANCE est un réseau de distributeurs de pièces détachées automobiles. Les distributeurs effectuent la vente de pièces auto, de consommables, de matériel, d'outillage et de services auprès des garages et autres professionnels, mais également auprès des particuliers. Nous distribuons les plus grands équipementiers automobiles mondiaux mais aussi une marque propre, REQUAL, permettant de se différencier des concurrents.

Nos distributeurs disposent aussi d'un réseau de garages franchisés : 1,2,3 AUTOSERVICE

API est un réseau d'entreprises à taille humaine qui se distingue par sa relation clients de proximité, adossé à un expert en logistique et intégré au leader européen de la distribution de pièces auto et offrant Performance et rentabilité.

- **Contact franchise et développement :**

M. Éric PELISSIER

(Développement national)

M. Mathieu RUGGIERO

(Responsable Communication)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 6
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 64
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 150 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 000
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 250 et 380

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, commercial, manager, gestionnaire, principalement issu du secteur, groupes automobiles et grossistes en pièces détachées automobiles.
- **Durée du contrat :** 6 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** 0,65 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 0,85 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Commerce, management, gestion, organisation, coaching métiers, informatique et accompagnement à l'ouverture.

AQUATIRIS

7, rue des Artisans
35310 BRÉAL-SOUS-MONTFORT
Tél. 07 51 25 87 10
Mail : contact@aquatiris.fr
Site web : <https://www.franchise.aquatiris.fr/univers-franchise/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Conception, fabrication, installation d'assainissement écologique avec des plantes pour les habitations non raccordées au tout à l'égout.
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Depuis sa création en 2007, AQUATIRIS s'est imposé en France comme le leader des solutions d'assainissement fondées sur la nature. Collectivement, nous nous sommes engagés à apporter chaque jour des réponses simples et durables aux particuliers, aux entreprises et aux collectivités pour gérer efficacement leurs eaux usées.

Parce que la nature fait bien (mieux) les choses nous avons su bousculer les codes de l'assainissement conventionnel au profit d'une solution écologique, économique, performante et esthétique. L'ambition est de poursuivre notre mission et d'entrer dans le jardin de plus en plus de Français inspirés par nos solutions !

- **Contact franchise et développement :**
Mme Béatrice POUSSET

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 65
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 50 000 maisons non raccordées au tout à l'égout
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** Sans local
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 10
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 48 à 190

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Acteur(trice) de terrain (paysage, construction, métiers de l'eau), entrepreneur sensible aux enjeux écologiques, à l'aise dans les relations commerciales, le suivi de projets.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 8 000 €
- **Redevances directes :** abonnement 500 €/mois et forfait de 350 € par station construite
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Dépenses publiques annuelles : 2 000 € minimum
- **Formation proposée :** 6 000 €

AQUILA RH

5-7, boulevard Victor-Hugo
92110 CLICHY
Tél. 01 43 18 12 15
Mail : developpement@mistertemp-group.com
Site web :
<https://www.mistertemp-group.com/la-franchise/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Recrutement en intérim, CDD et CDI de profils CAP à BAC dans les domaines du BTP, du Transport et de la Logistique
- **Création de l'enseigne :** 2009
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Aquila RH est un réseau du groupe Mistertemp', expert du recrutement et de l'intérim à travers ses enseignes Aquila RH, Lynx RH et Vitalis Médical. Créée en 2009 par des professionnels du recrutement, le groupe se développe et regroupe à présent plus de 250 agences en France et à l'international dont certaines au Canada, en Italie et en Espagne. Les cofondateurs du groupe souhaitaient créer un réseau organisé en franchise avec, à la tête de chacune des agences, un chef d'entreprise engagé pour lui-même et pour le réseau. L'approche digitale et innovante de Mistertemp'group lui permet de se différencier sur le marché du recrutement et de l'intérim. En 2025, il réalise environ 530 millions d'euros de chiffre d'affaires.

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 40
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 250
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 30

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Les directeurs d'agences aquila RH ont un fort tempérament commercial. Polyvalents, ils sont les interlocuteurs uniques de leurs clients et candidats. Managers et chefs d'entreprise, ils s'engagent pour leur réussite et celle du réseau.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Une formation de 119 heures sur 17 jours ainsi que 70 modules e-learning. Une formation de 119 heures sur 17 jours ainsi que 70 modules e-learning. Mais également un accompagnement dédié par un directeur de développement.

ASSIETTE AU BŒUF

99, promenade de la Plage
Bât. Angelina
06800 CAGNES-SUR-MER
Tél. 06 01 33 20 18
Mail : contact@assietteauboeuf.fr
Site web : www.assietteauboeuf.fr



Assiette au bœuf
Maison de qualité

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Restauration
- **Création de l'enseigne :** 2009
- **Ouverture de la première franchise :** 2019
- **Étapes marquantes de son évolution :**

ASSIETTE AU BŒUF est un concept de restauration de service à table, basé sur une carte courte. Le bœuf paradis, plat emblématique représente 85 % des ventes. Le concept doit son succès à son plat phare : Le bœuf Paradis, une pièce de bœuf sélectionné dans le cœur d'Aloyau, saisie minute et finement tranchée, servie avec son exceptionnelle sauce Paradis, accompagnée de ses frites fraîches maison à volonté.

L'Assiette au Bœuf est née dans les années 1970, et reprise en 2016 par la famille Baudaire, spécialiste de la viande bovine, de la restauration et de la franchise depuis près de 40 ans. Aujourd'hui Morgane Baudaire et son mari Juan, ambitieux, allient dynamisme et expertise tant dans l'opérationnel que dans le métier de franchiseurs.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Isabelle GILLION
(Développement national)
contact@assietteauboeuf.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 6
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 60 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** À partir de 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 400
- **Apport personnel en K€ :** 60 (transformation) à 120 (création)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 550

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneurs, opérationnels(les) avec de fortes appétences pour la restauration.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 39 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 4 semaines.

ATTILA

Attila Gestion
71-73, rue André-Cochillet
45200 MONTARGIS
Tél. 02 38 85 68 06
Mail: dev@attila.fr
Site web : www.franchise-attila.fr/



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réparation et entretien des toitures
- **Création de l'enseigne :** 2003
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Depuis plus de 20 ans, ATTILA propose un modèle économique performant, porté par la récurrence des prestations et une demande croissante en phase avec les enjeux écoresponsables. Sa raison d'être est claire : prolonger la durée de vie des toitures.

Le réseau s'appuie sur cinq univers de services : diagnostic, entretien, réparation, améliorations et urgences pour répondre aux besoins de tous les professionnels : entreprises, collectivités et gestionnaires de patrimoine.

Avec plus de 130 agences et 1 400 collaborateurs, ATTILA est aujourd'hui un réseau de services reconnu pour son expertise et la qualité de ses interventions.

- **Contact franchise et développement :**
M. Stéphane HAUG
dev@attila.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 7
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 130
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 13

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 150 000 habitants
- **Emplacement :** Parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m² (50 m² de bureaux et 250 m² de dépôt)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 750
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 215

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** ATTILA recherche des entrepreneurs dotés d'un bon sens du management, de compétences commerciales et de gestion. Aucun prérequis technique : motivation, organisation, esprit réseau et capacité à diriger une équipe sont les clés pour réussir.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 40 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** La formation initiale dure 8 semaines dont 2 en immersion en agence, accompagnées par un franchisé parrain et les animateurs réseau pour garantir un lancement serein et un accompagnement sur mesure.

AU BUREAU

55, rue Deguingand
92300 LEVALLOIS-PERRET
Tél. 01 53 45 83 83
Mail : franchiseaubureau@groupe-bertrand.com
Site web : www.aubureau.fr

AU BUREAU[®] PUB & BRASSERIE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Pub & Brasserie
- **Création de l'enseigne :** 1989
- **Ouverture de la première franchise :** 1991
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Inspirée des pubs londoniens, l'enseigne AU BUREAU est née en 1989 en France.

À la fois Pub, Brasserie et Restaurant, les établissements proposent des animations et des offres adaptées à tous les moments de la journée afin de transporter les clients dans une ambiance chaleureuse et authentique.

AU BUREAU est une enseigne éprouvée qui ouvre une vingtaine de sites par an.

Ouvrir une franchise AU BUREAU c'est s'adosser à Bertrand Franchise. C'est se lancer dans un projet entrepreneurial unique auprès du leader de la restauration en franchise en France.

- **Contact franchise et développement :**
M. Yann MICQUE
(Directeur du recrutement franchise)
y.micque@bertrand-franchise.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 204
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 9

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie, centre commercial
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 000
- **Apport personnel en K€ :** 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Excellent gestionnaire, manager expérimenté, personne impliquée au quotidien dans son établissement; une personne ayant l'état d'esprit « réseau » avec un bon relationnel.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 + 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Formation et assistance ouverture : 15 000 € HT
- **Formation proposée :** 10 semaines de formation théorique et opérationnelle

AUCHAN SUPERMARCHÉ

200, rue de la Recherche
59650 VILLENEUVE-D'ASCQ
Tél. 06 62 56 28 03
Site web : <https://www.auchan-retail.com/fr>



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité** : Exploitation de supermarchés alimentaires
- **Création de l'enseigne** : 1961
- **Ouverture de la première franchise** : 1982
- **Étapes marquantes de son évolution** :
AUCHAN, acteur historique de la distribution alimentaire, œuvre depuis 1961 pour proposer à tous ses clients le meilleur du commerce physique et digital. Le nouveau programme franchiseur de l'enseigne, Avancer ensemble, en toute franchise, repose sur des projets commerciaux ambitieux pour chacun des formats de magasin. L'enseigne accompagne et s'investit auprès de chaque franchisé, dans toutes les étapes de son développement. Fort d'un réseau de 644 points de contact, AUCHAN construit un véritable réseau d'entrepreneurs commerçants partageant le même projet et les mêmes valeurs.
- **Contacts franchise et développement** :
Valentine FOURNIER
(Directrice de la franchise)
vafournier@auchan.fr
Nicolas PEREZ
(Directeur Développement Franchise)
niperez@auchan.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 300
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 54
- **Créations d'unités franchisées en 2025** : NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 5 000 habitants
- **Emplacement** : Urbain – Péri-urbain
- **Superficie moyenne du point de vente** : 1 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen** : 8 K€ HT par m²
- **Apport personnel en K€** : 500 en fonds propres disponibles
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 1,8 à 2 par m²

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Professionnel de la grande distribution alimentaire avec une expérience opérationnelle en super/hyper, ou en centre de profit ; commerçant audacieux et investi, entrepreneur et gestionnaire avec le sens de l'organisation et du management.
- **Durée du contrat** : 7 ans (en moyenne)
- **Droit d'entrée** : 0
- **Redevances** : Taux fixe sur CA SDV HT
- **Autres obligations financières** : Garantie bancaire à première demande
- **Formation proposée** : Un parcours de formation initial.

AUGUSTIN

11, Beaujardin
35410 CHATEAUGIRON
Tél. 02 99 22 23 55
Mail : developpement@bc-cap.com
Site web :
<https://www.les-pains-augustin.com/devenir-franchise/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Boulangerie, pâtisserie, snacking premium sans les contraintes du métier de boulanger.
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2017
- **Étapes marquantes de son évolution :**

AUGUSTIN révolutionne la boulangerie artisanale avec une offre clé en main innovante, conçue pour maximiser la performance tout en préservant l'authenticité artisanale. L'enseigne cible une clientèle active, urbaine et exigeante en centre-ville, en mettant l'accent sur des produits fabriqués selon des procédés artisanaux.

Avec 95 % des pains vendus au poids, AUGUSTIN répond à une demande croissante de transparence et de flexibilité. Son offre de snacking, comprenant des sandwiches, des rolls, des salades et des cuisinés boulangers, est composée d'ingrédients rigoureusement sélectionnés. L'enseigne séduit par son approche artisanale, la diversité de ses gammes et son excellence au quotidien.

- **Contact franchise et développement :**

M. Régis HALBERT
(Directeur développement)
regis.halbert@bc-cap.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 54
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 15
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants pour une agglomération ; 5 millions de visiteurs en centre commercial.
- **Emplacement :** Emplacement n° 1 en centre-ville ou centre commercial
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 à 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 950
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** À partir de 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le franchisé AUGUSTIN est un commerçant-investisseur avec un sens aigu des affaires, des aptitudes managériales, et un goût pour le contact client. Pas besoin d'expérience en boulangerie. Profil indépendants, avec ambition de multifranchise.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 15 K€ HT
- **Redevances directes :** 5 % (exploitation)
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** 15 000 € (formation)
- **Formation proposée :** Le franchisé suit 3 mois de formation en immersion AUGUSTIN. Il est soutenu à chaque étape, de l'ouverture à l'accompagnement technique et commercial tout au long de son activité.

AUTOSMART

AUTOSMART INTERNATIONAL LTD

Immeuble Louisiane

10, chaussée Jules-César

95520 OSNY

Tél. 01 34 12 42 18

Mail : franchise@autosmart.fr

Site web : www.autosmart.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Commerce de produits d'entretien de véhicules à partir d'un camion-magasin
- **Création de l'enseigne :** 1979
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**

L'entreprise AUTOSMART a été fondée en 1979 par le Britannique Mike Fidler. À l'époque, seules les routes anglaises voyaient les camions-magasins AUTOSMART. Depuis, l'entreprise s'est considérablement agrandie. AUTOSMART INTERNATIONAL est aujourd'hui l'un des leaders de la fabrication et de la distribution de produits d'entretien automobile à l'échelle internationale. Depuis ses débuts dans l'hexagone en 1999, AUTOSMART ne cesse de renforcer sa position sur le marché français où ses produits et camions-magasins sont particulièrement bien accueillis. À ce jour, le réseau compte plus de 325 franchisés à travers le monde et une quarantaine de camions-magasins en France.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Élisabeth PHILIPPE
(Responsable recrutement France)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 35
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Secteur contractuel
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 250
- **Apport personnel en K€ :** 20
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 110

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Homme ou femme d'action et de terrain ayant un goût prononcé pour la vente et le service client. Une forte motivation, le goût du challenge, la détermination, la nécessité d'être indépendant sont indispensables pour réussir.
- **Durée du contrat :** 7 ans (renouvelable par périodes de 5 ans)
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation continue.

AVENIR RENOVATIONS

36, rue de Lamirault
77090 COLLÉGIEN
Tél. 01 80 81 50 69
Mail : devenirfranchise@avenir-renovations.fr
Site web : <https://www.avenir-renovations.fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Franchise de rénovation tous corps d'état
- **Création de l'enseigne :** 2013
- **Ouverture de la première franchise :** 2017
- **Étapes marquantes de son évolution :**

AVENIR RÉNOVATIONS, certifiée CertiRénov RGE, est une enseigne experte en rénovation tous corps d'état. Le réseau accompagne les particuliers propriétaires dans tous leurs projets : rénovation intérieure, extérieure, énergétique, ou encore aménagement, transformation et agrandissement de l'habitat. Les franchisés, appelés Managers Travaux, jouent un rôle central en assurant la gestion, la coordination et la satisfaction client. Interlocuteurs uniques, ils accompagnent les clients de la première prise de contact à la livraison des travaux, en supervisant la gestion des artisans et le suivi des chantiers.

- **Contact franchise et développement :**

M. Thomas ALLIGIER

(Responsable développement)

t.alligier@avenir-renovations.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 171
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 42

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Département sans exclusivité territoriale
- **Emplacement :** Pas de local pour l'activité
- **Superficie moyenne du point de vente :** Sans local
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450
- **Apport personnel en K€ :** 20
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 51

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le candidat idéal : âgé de 25 à 55 ans, entrepreneur dans l'âme, doté de qualités relationnelles, sens de la communication, avec des compétences en gestion de projets.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 9 000 € HT
- **Redevances directes :** 950 € HT/mois + 3 % de royalties
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance stratégie digitale et pub tv 2 234 €/mois
- **Formation proposée :** Formation initiale de 15 jours + formation complémentaire de 3 jours et formation e-learning tout au long du contrat de franchise.

AVIVA CUISINES

60, rue Émile-Decorps
69100 VILLEURBANNE
Tél. 04 72 79 42 67
Mail : developpement@gp-aviva.com
Site web : <http://franchise.cuisines-aviva.com>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distributeur de cuisines et franchiseur
- **Création de l'enseigne :** 2000
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**

La marque Aviva a fêté ses 25 ans en 2025 et compte parmi les acteurs majeurs du marché français. Plus de 100 magasins en France, l'enseigne se développe également à l'international. Une offre claire, un produit d'excellent rapport qualité/prix, une relation respectueuse du client et la gestion simplifiée de l'activité sont les piliers du réseau depuis son origine. Le réseau a été élu deux fois par les clients n° 1 pour sa qualité de services et récompensée par ses franchisés via l'Indicateur de la franchise en 2025 pour la qualité des services du franchiseur. Le concept Aviva cuisines et aménagement présente l'offre la plus large du marché pour répondre aux attentes du marché.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Maryline GAVOILLE
(Adjointe au développement)
developpement@gp-aviva.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 109
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis.
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 700
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 380

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Appétence pour la vente conseil, commerçant, manager de proximité. 29 % des franchisés Aviva sont des professionnels du métier 16 % de femmes entrepreneuses ont déjà rejoint l'enseigne, 23 % de franchisés multisites.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** 3,8 % du CA HT (redevance dégressive)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 5 % du CA HT (communication nationale et centralisée)
- **Formation proposée :** Un programme de formation complet pour le dirigeant intégrant avant l'ouverture du magasin : 7 semaines de formation vente + 1 semaine de formation manager + perfectionnement en magasin.

AXEO SERVICES

1, rue du Port
78600 LE MESNIL-LE-ROI
Tél. 01 74 08 65 53
Mail : franchise@axeoservices.fr
Site web : <https://franchise.axeoservices.fr/>



Un réseau de franchise
du groupe LA POSTE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Services à la personne (ménage, jardinage, bricolage, nounou, seniors...) & services aux professionnels (nettoyage, jardinage, bricolage...)
- **Création de l'enseigne** : 2006
- **Ouverture de la première franchise** : 2007
- **Étapes marquantes de son évolution** :
Julien Moineau fonde AXEO Services en 2006 au Mesnil-le-Roi, convaincu que les consommateurs recherchent un prestataire unique garantissant une qualité de service constante. Dès 2007, face au succès de l'agence pilote, la décision de franchiser le concept est retenue. En 2008, l'offre de services, initialement dédiée aux particuliers, est rapidement élargie aux professionnels permettant aux franchisés de se diversifier. En septembre 2016, La Poste prend une participation majoritaire dans le groupe, faisant d'AXEO Services une filiale de sa Branche Services-Courrier-Colis. Cette acquisition permet à La Poste d'enrichir sa gamme de services.
- **Contact franchise et développement** :
M. Samuel Aissaoui
saissaoui@lps-reseaux.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 184
- **Créations d'unités franchisées en 2025** : 12

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : 150 000 habitants
- **Emplacement** : N° 2
- **Superficie moyenne du point de vente** : 40 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 360
- **Apport personnel en K€** : 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : Entre 75 et 85

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Nous attendons de nos franchisés qu'ils disposent d'une forte appétence pour la gestion des ressources humaines et un sens commercial développé. Être doté d'une bonne culture service est également un plus.
- **Durée du contrat** : 7 ans
- **Droit d'entrée** : 28 000 € HT
- **Redevances directes** : 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières** : Néant
- **Formation proposée** : Une formation initiale de 5 semaines portant sur notre savoir-faire, législation, RH, techniques commerciales, gestion d'agence, etc. Mais également des formations continues tout au long de l'année.

B & B HÔTELS

Groupe B & B Hôtels
271, rue du Général-Paulet
CS 91975
29219 BREST CEDEX 2
Tél. 06 81 40 74 14
Mail : arnaud.lemonnier@hotelbb.com
Site web : www.hotelbb.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie
- **Création de l'enseigne :** 1990
- **Ouverture de la première franchise :** 1996
- **Étapes marquantes de son évolution :**
B & B HÔTELS c'est avant tout une hôtellerie conviviale qui offre à tous le maximum de confort à un prix mesuré.

Notre différence ? Des innovations régulières pour le bien-être des clients, une qualité d'accueil qui fait la fierté de l'enseigne, des outils de gestions adaptés pour les hôteliers, un vivier de client fidèles et des équipes supports à l'écoute du réseau.

Le concept séduit : la marque d'hôtellerie économique est déjà présente dans 19 pays avec plus de 1 000 hôtels dont 100 en franchise en France et près de 90 000 chambres. B & B HÔTELS affiche de très fortes ambitions de croissance et ouvre en moyenne un nouvel hôtel par semaine.

- **Contact franchise et développement :**
M. Arnaud LEMONNIER
(Directeur Développement Franchise)
arnaud.lemonnier@hotelbb.com

LE RÉSEAU EN FRANCE

- **Nombre d'unités propres :** 350
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 100
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 600 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 400
- **Apport personnel en K€ :** 700
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Il n'y a pas de profil type. Nous cherchons des investisseurs qui ont la sensibilité hôtelière une parfaite connaissance de leur territoire et qui sont à même de piloter avec délégation parfois l'exploitation de leur établissement.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 30 € par chambre
- **Redevances directes :** 8 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Honoraires accompagnement (30 à 50 K€ selon taille de l'hôtel)
- **Formation proposée :** Une semaine pour maîtriser les outils spécifiques à notre enseigne

BABYCHOU SERVICES

315, rue Lecourbe
75015 PARIS
Tél. 06 17 64 71 75
Mail : rvillie@progressium.fr
Site web : <http://www.babychou.com>



Complice des familles depuis plus de 25 ans

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Agences de garde à domicile d'enfants de 0 à 12 ans
- **Création de l'enseigne :** 1998
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**

BABYCHOU SERVICES répond à tous les besoins de garde à domicile pour les enfants de 0/12 ans. Le recrutement sélectif des intervenants, l'encadrement et la formation, positionnent l'enseigne BABYCHOU SERVICES comme la référence de la garde d'enfants à domicile depuis 25 ans. Aujourd'hui, BABYCHOU SERVICES se donne comme raison d'être de favoriser l'épanouissement des familles en mettant l'humain au cœur de ses préoccupations.

L'enseigne est reconnue pour son sérieux au travers de l'agrément qualité, décerné par les services de l'État et du Département. Elle s'est inscrite pour la 6^e année consécutive au palmarès Capital des Meilleure Enseignes et remporte la première place dans la catégorie Garde d'Enfants à domicile.

- **Contact franchise et développement :**

M. Renaud VILLIE
(Responsable développement)
rvillie@progressium.fr
06 17 64 71 75

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 12
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 103
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 8 à 10 000 enfants CSP (cœur de cible)
- **Emplacement :** Axe prioritaire ou passant, proche écoles ou moyens de transport
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 25 et 35 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450
- **Apport personnel en K€ :** 20
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 65

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nos franchisés sont issus de secteurs variés. Ce qui les réunit est leur état d'esprit : entrepreneurs, ils doivent faire preuve d'un tempérament commercial et d'un excellent relationnel, tant les contacts humains sont au cœur de notre métier.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 24 000 €
- **Redevances directes :** 2 % la 1^{re} année, 3 % la 2^e et 4 % la 3^e, puis dégressivité la 4^e année selon les tranches de CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % la 1^{re} année, 2,5 % la 2^e et 3 % la 3^e année du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 5 000 €. Formation sur trois semaines : processus de recrutement, commercial direct et prescripteurs, appui réglementaire, gestion de l'activité, etc. La formation inclut également une immersion en réel.

BASILIC & CO

146, rue du Col-de-la-Chau
ZA Porte du Vercors
26300 CHÂTEAUNEUF-SUR-ISÈRE
Tél. 04 75 45 96 78
Mail : contact@basilic-and-co.com
Site web : <http://www.basilic-and-co.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide, pizzas de terroirs
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 2007, Laurent Bassi crée l'enseigne BASILIC & CO. Nos pizzas sont élaborées avec des ingrédients issus de terroirs de France, et d'ailleurs. Nous mettons un point d'honneur à garantir la qualité et à la provenance de nos ingrédients : nous portons donc une vigilance particulière sur le sourcing des produits régionaux sélectionnés. Ces derniers sont reçus bruts en restaurant, puis travaillés et transformés directement sur place.

Véritable gage de qualité de notre franchise, notre pâte à pizza est pétrie quotidiennement dans chacune de nos pizzerias. Elle est lentement fermentée et étalée à la main lors de chaque commande.

Nos pizzas sont préparées sous les yeux de nos clients, pour une transparence et une proximité maximale.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Christelle GRANDGIRARD
(Développement national)
M. Laurent BASSI
(PDG)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 68
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, axe passant, à proximité des flux voitures et piétons
- **Superficie moyenne du point de vente :** 60 à 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 633
- **Apport personnel en K€ :** 50 min.
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 300 et 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Seul ou en couple, avec ou sans expérience dans l'univers de la restauration, le franchisé BASILIC & CO possède un esprit entrepreneur et s'épanouit dans un métier aux multiples compétences.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 28 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT (redevances d'exploitation) + 2 % du CA HT (communication nationale).
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 6 semaines.

BEAUTY SUCCESS

1, rue des Lys
Parc d'activités Astier Val' – CS 30040
24110 SAINT-ASTIER CEDEX
Tél. 05 57 54 39 11
Mail : developpement@beautysuccess.fr
Site web : www.beautysuccess.fr/franchise-beautysuccess



BEAUTY SUCCESS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Produits cosmétiques. Parfumerie. Institut de beauté
- **Création de l'enseigne :** 1995
- **Ouverture de la première franchise :** 1995
- **Étapes marquantes de son évolution :**
BEAUTY SUCCESS, c'est une histoire de famille à l'origine d'une belle histoire d'enseigne.
Héritage de la première parfumerie familiale de Périgueux, l'enseigne a vu le jour en 1995. 30 ans d'expériences dans la franchise et notre réseau de 300 parfumeries et instituts de beauté fait de BEAUTY SUCCESS le premier réseau de parfumerie en franchise en France et à l'international.
Un concept premium de parfumerie-institut de beauté et une image professionnelle reconnue par toutes les grandes marques de parfumerie.
- **Contacts franchise et développement :**
Mme Ingrid LEYSSALLES
(Responsable Recrutement des franchisés)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 147
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 120
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 130 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 850
- **Apport personnel en K€ :** 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des partenaires au tempérament d'entrepreneur, avec un projet professionnel tourné vers le commerce. Compétences attendues : gestion, management.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 17 000 € HT
- **Redevances directes :** 2,2 % du CA HT (redevance enseigne et publicité)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale de quatre semaines ; Formation continue : managers et conseillers ; Formations produits, marques et protocoles de soins.

BLEU LIBELLULE

1, allée du Piot
30660 GALLARGUES-LE-MONTUEUX
Tél. 06 76 06 25 85
Mail : m.guinebault@cspgroupe.com
Site web : <https://www.bleulibellule.com>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Services et produits pour l'activité de salons de coiffure et commerces cosmétiques et parfumerie
- **Création de l'enseigne :** 1997
- **Ouverture de la première franchise :** 2001
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 1997 par Caroline et Jean-Philippe Wincker, BLEU LIBELLULE est aujourd'hui l'enseigne leader dans la distribution de produits professionnels de coiffure et d'esthétique. Avec son modèle de distribution hybride, à la fois aux professionnels et aux particuliers, elle a su nouer des partenariats forts avec les plus grandes marques et compte aujourd'hui près de 250 magasins en France dont 80 en franchises. Sa promesse aux entrepreneurs franchisés qui rejoignent l'aventure : leur apporter un accompagnement business sur-mesure tout en leur laissant la liberté d'entreprendre et faire grandir leur activité !
- **Contact franchise et développement :**
Mme Marie GUINEBAULT
(Animation)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 152
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 82
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N°1 ou 1 bis centre-ville, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 581
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur(e) expert(e), sens du commerce, retail, management d'équipe, gestion financière, RH. Expérience en franchise. Atouts : expertise coiffure/beauté, réseau économique local.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 K€ HT
- **Redevances directes :** 600 € HT la première année, avec une revalorisation de 3 % les années suivantes.
- **Redevances indirectes :** 156 € (redevance informatique)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** MANAGER : 2 semaines avec BT en magasin + 1 semaine siège (commercialité, gestion PDV, animation). 1 formation/an sur technique & management. VENDEUR : 2 jours/an sur technique & commercialité.

BOULANGER

Avenue de la Motte
59810 LESQUIN
Tél. 06 27 06 66 90
Mail : franchise@boulanger.com
Site web : <https://www.boulanger.com/info/franchise>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Spécialiste de l'équipement de la maison en électroménager et multimédia. Notre offre regroupe les indispensables du quotidien.
- **Création de l'enseigne** : 1954
- **Ouverture de la première franchise** : 2018
- **Étapes marquantes de son évolution** :

Spécialiste français depuis 70 ans, BOULANGER accompagne votre quotidien en électroménager et multimédia. Notre mission : vous offrir le meilleur de la technologie via un accompagnement Pro, Simple et Sympa.

Avec 220 magasins et nos solutions digitales, nous simplifions votre vie (retrait 1 h, livraison dès demain) tout en prônant une consommation responsable. Grâce au Club INFINITY (réparation illimitée), au rachat d'appareils, à la location et au reconditionné, nous prolongeons la durée de vie de vos produits. Consommer mieux pour préserver demain : c'est notre engagement pour que l'innovation reste toujours un plaisir.

BOULANGER : Plaisir partagé.

- **Contacts franchise et développement** :
M. Denis PERETTI
(Développement national)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 167
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 53
- **Créations d'unités franchisées en 2025** : 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : NC
- **Emplacement** : N° 1, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente** : Entre 800 et 1 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 5 300
- **Apport personnel en K€** : 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 1 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Nous sommes à la recherche de femmes et d'hommes passionnés, avec qui partager notre savoir-faire, pour toujours mieux satisfaire nos clients.
- **Durée du contrat** : 5 ans
- **Droit d'entrée** : 15 000 €
- **Redevances directes** : 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : NC
- **Autres obligations financières** : NC
- **Formation proposée** : Accompagnement du franchisé dans toutes les étapes du projet, de la recherche du local à l'ouverture du magasin et à son suivi après l'ouverture.

BOULANGERIE LOUISE

4, rue de L'Hérèle
59750 FEIGNIES
Tél. 06 22 11 89 07
Mail : franchise@boulangerielouise.com
Site web : <https://www.boulangerielouise.com/devenez-franchise/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Boulangerie artisanale
- **Création de l'enseigne :** 2010
- **Ouverture de la première franchise :** 2020
- **Étapes marquantes de son évolution :**
BOULANGERIE LOUISE est née en 2010 d'une volonté forte de proposer une gamme de qualité irréprochable et à prix compétitif. Grâce à un réseau de 120 boulangeries artisanales, où 100 % des pains sont fabriqués sur place par nos boulangers, notre expertise dans ce métier nous permet de proposer à la franchise un concept maîtrisé. Intégrée au groupe Teract, filiale d'Invivo, l'enseigne ambitionne un développement soutenu et ouvrir son réseau à la franchise partout en France permettant à des profils d'entrepreneurs ou de commerçants de s'épanouir. BOULANGERIE LOUISE entend intégrer une vingtaine de franchisés par an à compter de 2026.
- **Contact franchise et développement :**
M. Benjamin BOHBOT
(Directeur de la franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 114
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 11
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Peu significatif, emplacements de flux.
- **Emplacement :** Numéro 1 en périphérie, très visible depuis un flux important
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 50 en location gérance / 250 sinon
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150 en location-gérance / 850 sinon

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Boulanger de métier, commerçants passionnés, entrepreneurs ambitieux, investisseurs à la recherche de diversification ; boulangerie Louise propose des projets adaptés aux ambitions de chaque partenaire.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 40 000 €
- **Redevances directes :** 5 % (exploitation)
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** En cas de location gérance, loyer variable selon CA
- **Formation proposée :** Le franchisé, son responsable de boulangerie et toutes les équipes seront formés par les équipes et partenaires de LOUISE pendant 3 à 9 semaines afin d'ouvrir dans les meilleures conditions.

BOULANGERIE SOPHIE LEBREUILLY

305, ZI du Valigot
62630 ÉTAPLES
Tél. 03 21 81 15 35
Mail : christophe.fath@sophie-lebreuilly.com
Site web : www.sophie-lebreuilly.com



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Boulangerie, pâtisserie, restauration rapide et café gourmand.
- **Création de l'enseigne :** 2014
- **Ouverture de la première franchise :** 2018
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Les boulangeries SOPHIE LEBREUILLY sont avant tout une aventure familiale et entrepreneuriale. Animés par l'esprit d'entreprise et la passion des produits authentiques, Sophie et Olivier Lebreuilly ouvrent leur première boulangerie en 2014 à Étaples (62). Leur ambition est claire : créer un lieu de vie convivial, où la gourmandise rassemble et se partage.

Fort du succès de ce premier point de vente, le concept se développe rapidement grâce à un positionnement innovant et différenciant.

Aujourd'hui, l'enseigne compte plus de 90 boulangeries, deux ateliers dédiés à la production et à l'innovation, plus de 1 200 collaborateurs et 21 franchisés engagés, représentant 36 points de vente franchisés au sein du réseau.

- **Contact franchise et développement :**

M. William PIQUES

(Développement national)

william.piques@sophie-lebreuilly.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 55
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 34
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 600
- **Apport personnel en K€ :** 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 000

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Intégrer la franchise SOPHIE LEBREUILLY, c'est avant tout un choix entrepreneurial. Managers, cadres en reconversion ou profils commerçants sont recherchés. Aucun diplôme en boulangerie n'est requis motivation, sens du commerce et capacité à manager.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 €
- **Redevances directes :** 6 % (5+1) du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Bénéficiez d'une formation intensive de 9 semaines et de notre soutien à chaque étape clé de votre projet : de l'aide au choix de l'emplacement à l'ouverture de votre boulangerie.

BRIOCHE DORÉE

38 ter, rue de Rennes
35510 CESSON-SÉVIGNÉ
Tél. 02 99 22 23 30
Mail : franchise@briochedoree.fr
Site web :
<https://www.briochedoree.fr/rejoindre-brioche-doree>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide de tradition française et coffee shop
- **Création de l'enseigne :** 1976
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Depuis 50 ans, BRIOCHE DORÉE propose des recettes inspirées de notre patrimoine culinaire français. Croissants tout juste sortis du four, sandwiches gourmands, viennoiseries généreuses, boissons réconfortantes... On est là pour satisfaire toutes vos envies, à tout moment, et pour tous les budgets. Aujourd'hui encore, BRIOCHE DORÉE reste la marque incontournable de la boulangerie-sandwicherie en restauration rapide !

BRIOCHE DORÉE vous garantit :

UN SAVOIR-FAIRE LOCAL ET AUTHENTIQUE

DES LIEUX STRATÉGIQUES POUR ÊTRE TOUJOURS PRÈS DE VOS CLIENTS

UN RÉSEAU FAIT POUR RÉUSSIR ENSEMBLE

- **Contacts franchise et développement :**

Mme Karine MONAT

franchise@briochedoree.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 87
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 173
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 80 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 850
- **Apport personnel en K€ :** 120
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 300 et 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Être commerçant et gestionnaire. Avoir le goût d'entreprendre et l'envie de s'impliquer pleinement dans son point de vente pour faire vivre une excellente expérience à vos clients.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Nous offrons une formation initiale complète de 7 semaines (en site école et théorique), des outils performants (e-learning) et une formation continue sur votre restaurant.

BUFFALO GRILL

9, boulevard du Général-de-Gaulle
92120 MONTROUGE
Tél. 06 72 99 96 28
Mail : franchise@napaqaro.com
Site web : <https://www.buffalo-grill.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration à thème, type grillade
- **Création de l'enseigne :** 1980
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**

BUFFALO GRILL, le leader en France de la restauration à table !

Présent depuis 45 ans en France, le réseau de restaurants BUFFALO GRILL est l'enseigne française de restauration à table N° 1 en franchise. Depuis 1980, l'enseigne BUFFALO GRILL s'attache chaque jour à proposer des produits gourmands dans la convivialité. Elle s'appuie avec confiance sur son savoir-faire pour rester au plus près de ses chers clients.

Rejoignez notre réseau et faites de votre passion votre quotidien !

- **Contacts franchise et développement :**
Mlle Victoire ROUSSEL
(Responsable développement Ouest)
vrousseau@buffalo-grill.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 189
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 138
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** n° 1, zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 000

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Il n'y a pas de profil type pour devenir un franchisé BUFFALO GRILL mais il est nécessaire d'avoir de réelles compétences managériales, d'avoir des qualités relationnelles et commerciales et enfin d'être un bon gestionnaire.
- **Durée du contrat :** 9 ans, renouvelable par tranche de 7 ans
- **Droit d'entrée :** 50 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % de redevance, comprenant 0,5 % de redevance marketing
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 12 semaines de formation initiale (incluses dans le droit d'entrée). Formation permanente (cuisine, hygiène, social, gestion, marketing, etc.).

BURGER KING

34, rue Mozart
92110 CLICHY
Tél. 06 08 18 96 47
Mail : franchise@burgerking.fr
Site web : <https://franchise.burgerking.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fast-food
- **Création de l'enseigne :** 1954
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
BURGER KING® fait son retour en France en 2013 grâce à l'acquisition de la master-franchise exclusive pour la France par le Groupe BERTRAND, un groupe de restauration et d'hôtellerie français. Un retour attendu par les fans de son burger mythique le WHOPPER. Porté par cet élan BURGER KING® a multiplié par 8 le nombre de ses restaurants en France en 4 ans, soit une ouverture tous les 4 jours en moyenne. Le réseau BURGER KING® France a franchi le cap des 600 restaurants en 2025. Nous allons poursuivre l'expansion du réseau avec une moyenne de 50 à 75 nouveaux restaurants par an, créant des opportunités pour recruter une vingtaine de franchisés chaque année.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Karyn CONTASSOT
(Chargée de recrutement, intégration et formation des franchisés)
franchise@burgerking.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 67
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 550
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 50

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 400 et 1 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 3 700
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 000

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
 - Entrepreneur exploitant,
 - Commerçant,
 - Gestionnaire de business unit,
 - Avec le sens du contact.

Une expérience en restauration est appréciée mais elle n'est pas obligatoire.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 50 000 € HT
- **Redevances directes :** 9 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3,5 % du CA HT (marketing national) + 1,5 % du CA HT (marketing local)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 6 mois avec une alternance de théorie au siège et de pratique en restaurant-école.

BUT

1, avenue Spinoza
77184 ÉMERAINVILLE
Tél. 01 64 61 26 26
Mail : franchise@but.fr
Site web : www.but.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Ameublement, électroménager
- **Création de l'enseigne :** 1972
- **Ouverture de la première franchise :** 1972
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondée en 1972 par André Venturini, la société BUT INTERNATIONAL n'a cessé de se développer et de prendre en compte les évolutions du marché et de la distribution moderne. Après un développement régulier depuis plus de vingt ans, BUT accélère son évolution. En 2013 création de deux nouveaux formats de magasin BUT (Cosy et City).
En 2024, But obtient le prix du meilleur cuisiniste pour la neuvième année consécutive.
BUT reste leader sur la relation qualité / prix, les offres promotionnelles, les innovations et exclusivités.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Sabah BACHIR
(Attachée de direction réseau Franchise)
sabah.auger@but.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 216
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 136
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** De 1 000 à 5 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 5 000
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Manager de proximité. Profil entrepreneurial
- **Durée du contrat :** 4 - 5 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

CACHE-CACHE

GROUPE BEAUMANOIR

La Moinerie, 10, impasse du Grand-Jardin

35400 SAINT-MALO

Tél. 02 99 19 98 97

Mail: contact@cache-cache.fr

Site web: www.cache-cache.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Prêt-à-porter féminin
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1985
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1985, ouverture du 1^{er} magasin CACHE-CACHE.
 - 1991, création de la SA CACHE-CACHE.
 - 2001, ouverture du 100^e magasin.
 - 2010, 25 ans du groupe et de la marque CACHE-CACHE.
 - 2017, nouveau concept CACHE CACHE et accélération de sa présence en multimarques Vib's.
- **Contact franchise et développement :**
M. François-Xavier CAZALS

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 95
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 70
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 220 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 768
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 6 500 € HT
- **Redevances directes :** 35 à 39 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 200 €/mois
- **Autres obligations financières :** 25 000 € (dépôt de garantie)
- **Formation proposée :** NC

CASH EXPRESS

18, rue de Lisbonne
My Expobat Village
13480 CABRIÈS
Tél. 04 42 12 45 99
Mail : groupe@cashexpress.fr
Site web : www.cashexpress.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Achat et vente de produits d'occasion aux particuliers
- **Création de l'enseigne** : 2002
- **Ouverture de la première franchise** : 2002
- **Étapes marquantes de son évolution** :

CASH EXPRESS est une enseigne d'achat-vente d'occasion. Elle a été créée en 2002 et dispose de 125 magasins.

Elle continue aujourd'hui à se développer en France mais également à l'étranger forte d'un concept qui concilie l'économie et l'écologie. Sur un marché de l'occasion qui s'est fortement professionnalisé, CASH EXPRESS continue de mettre à disposition de ses franchisés et de ses clients un savoir-faire exclusif et des outils dignes des plus grandes enseignes de la grande distribution spécialisée.

- **Contact franchise et développement** :

M. Arnaud GUERIN

(Co-président)

developpement@cashexpress.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 125
- **Créations d'unités franchisées en 2025** : 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement** : Centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente** : Entre 100 et 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 800
- **Apport personnel en K€** :
De 50 à 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** :
Entre 160 et 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Sens du commerce, capacités managériales
- **Durée du contrat** : 7 ans
- **Droit d'entrée** :
Format compact : 18 000 € HT
Format classique : 30 000 € HT
- **Redevances directes** :
Format compact : 1 000 €/mois
Format classique : 1 300 €/mois (+ indexation de 2,5 % HT du CA TTC plafonnées à 1 500 €)
- **Redevances indirectes** : 0,65 % du CA HT (publicité nationale)
- **Autres obligations financières** : Néant
- **Formation proposée** : 350 heures

CAVAVIN

25, rue de la Lande
ZA de Villejames
44350 GUÉRANDE
Tél. 02 51 75 06 70
Mail : developpement@cavavin.fr
Site web : www.franchise-cavavin.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente de vins et spiritueux
- **Création de l'enseigne :** 1985
- **Ouverture de la première franchise :** 1985
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Spécialiste depuis 1985 de la distribution de vins, champagne et spiritueux, CAVAVIN se décline en boutiques sous contrat de franchise et de commission-affiliation situées en centre-ville à proximité des commerces de bouche, ou en périphérie à proximité de grands axes ou de retail park avec stationnement. CAVAVIN s'est entourée de plus de 300 vignerons partenaires indépendants et reconnus et référence au total plus de 2 000 articles. Le stockage total s'élève à 3 000 000 de bouteilles ! Cela permet de pratiquer des tarifs très concurrentiels, dans toutes les gammes de prix.
- **Contact franchise et développement :**
M. Samuel BUTEAU
(Directeur réseau)
s.buteau@cavavin.eu

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 156
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 14

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 50 et 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 320
- **Apport personnel en K€ :** 20
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 70 à 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Épicuriens avec le sens du contact, du commerce et du relationnel
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 16 500 €
- **Redevances directes :** 2,5 % du CA HT publicité comprise et système de remises conditionnelles pouvant atteindre 2 %
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale : 4 800 € HT. Minimum 3 semaines.

CERVOISERIE

Pôle Cervoiserie
52, boulevard Winston-Churchill
17000 LA ROCHELLE
Tél. 05 46 09 89 95
Mail : dominique@polecervoiserie.com
Site web : www.lacervoiserie.com



Trouvailles et retrouvailles!

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Cave et bar spécialisé dans la vente de bières spéciales.
- **Création de l'enseigne :** 2004
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée il y a vingt-et-un ans la première CERVOISERIE a trouvé immédiatement son marché, en proposant environ 300 références de bières spéciales aussi bien en vente à emporter qu'en consommation sur place. La partie cave propose aussi un large choix de cadeaux et de spiritueux. Les CERVOISERIE sont implantées en zone commerciale et se positionnent sur le créneau de l'after-work.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Magali RAGUIDEAU
(Responsable Développement)
developpement@polecervoiserie.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 37
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale, retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 à 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 600
- **Apport personnel en K€ :** 120 en moyenne
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Homme ou femme, bon relationnel. Commerçant et commercial. Gestionnaire et manager. Ayant une forte sensibilité pour le produit bière de spécialité. Investisseur possible.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 2 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication et marketing)
- **Autres obligations financières :** 6 000 € (formation)
- **Formation proposée :** Formation initiale de trois semaines.

5ÀSEC

20, rue du Sentier
75002 PARIS
Tél. 01 30 15 57 00
Mail : florence.adam@5asec.com
Site web : www.5asec.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Nettoyage, traitement et soin de tous les textiles
- **Création de l'enseigne :** 1968
- **Ouverture de la première franchise :** 1970
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créée à Marseille en 1968, 5àsec regroupe 1900 magasins répartis dans une trentaine de pays et satisfait les besoins de 120 000 clients à travers le monde chaque jour.

Sur le plan national, 5àsec dénombre plus de 200 pressings et demeure le leader incontesté de l'entretien et du soin des textiles.

Un nouveau concept de magasin, des campagnes de communication génératrices de trafic associées au CRM, une technologie unique dotée d'un fort engagement RSE, des services innovants renouvelés selon les besoins de nos clients magasins ou professionnels.

Un modèle économique solide, une activité rentable dans un secteur pérenne, un process unique sans gestion de stock.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Florence ADAM
(Directrice Franchise)
florence.adam@5asec.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 144
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 52
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 225
- **Apport personnel en K€ :** 35
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 130

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Professionnel indépendant ou néophyte. Profil d'entrepreneur avec un sens aiguisé du commerce de service de proximité.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Quatre semaines. Formation métier certifiée QUALIOPi alternant des formations théoriques et pratiques.

COIFF&CO

104, avenue Charles-de-Gaulle
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. 01 53 35 53 35
Mail : marie.boudin@provalliance.fr
Site web : www.coiffandco.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Coiffure
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**
La coiffure à prix malins ! Les prix malins ce sont des tarifs imbattables pour les grands et les petits.

En toute simplicité, l'accueil dans nos salons est chaleureux et convivial. Rapide & sans rendez-vous. Une équipe dynamique vous attend dans une ambiance familiale et conviviale ! Coiff & Co vous propose des services rapides, pratiques, des bons plans et des prix malins toute l'année pour toute la famille !

- **Contact franchise et développement :**
M. Arnault TURRA
(Développement national)
arnault.turra@provalliance.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 14
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 311
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 280
- **Apport personnel en K€ :** 25 à 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Coiffeur / investisseur
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 12 000 €
- **Redevances directes :** 900 € HT, puis indexation de 3 % les années suivantes
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale + permanente et décentralisée pour les managers et leur équipe. Possibilité de stages illimités au centre de formation.

COMPTOIR DE LOCATION

188, avenue de Brezet
63000 CLERMONT-FERRAND
Tél. 04 73 98 18 00
Mail : contact@cl-btp.com
Site web : www.cl-btp.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Location de matériel BTP
- **Création de l'enseigne :** 2000
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**

COMPTOIR DE LOCATION est une entreprise de location de matériel pour le BTP, la manutention et l'industrie. La clientèle est essentiellement constituée de professionnels.

Créée en 1896, initialement pour la distribution de matériel de carrière, l'entreprise est gérée depuis cinq générations par la lignée de son fondateur.

La première franchise ouvre avec succès à Vichy en 2014.

CDL s'est affirmé comme l'un des grands leaders du secteur. Le réseau, fort d'une réussite éprouvée, compte aujourd'hui 44 agences en France métropolitaine, en Suisse et dans les DOM-TOM. Le respect de ses valeurs et la volonté de garder un esprit familial en font sa force

- **Contact franchise et développement :**
M. Sylvain AMBROSIO
(Directeur Général)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 36
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 17
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale, zone industrielle
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 500
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600 à 800

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Très bonne connaissance de l'environnement économique local, justifiant d'une expérience dans la location de matériel BTP, professionnels du BTP ou loueurs déjà installés..
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 40 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT, hors sous-location
- **Redevances indirectes :** 0,5 % du CA HT à partir de la deuxième année d'ouverture (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Initiale de 15 jours minimum. Initiation, simulations, utilisation des outils, mise en situation en agence pilote. Accompagnement à l'ouverture. Complément en distanciel. Formation continue.

80, boulevard du Mandinet
LOGNES
77432 MARNE-LA-VALLÉE Cedex 2
Mail : lafranchise@conforama.fr
Site web : <https://www.conforama.fr/>

Conforama

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Multispécialiste de l'équipement, de l'aménagement et de la décoration de la maison
- **Création de l'enseigne :** 1967
- **Ouverture de la première franchise :** 1971
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1967, CONFORAMA ouvre son premier magasin à Lyon
1971, CONFORAMA ouvre son premier magasin franchisé, en région Nord Pas de Calais
1974, CONFORAMA fait un premier pas en dehors de France en ouvrant un magasin au Luxembourg
1991, CONFORAMA rejoint le groupe Pinault. Implantation en péninsule ibérique et ouverture d'un premier magasin au Portugal
1998, CONFORAMA lance son premier site Web marchand : www.conforama.fr
2000, CONFORAMA fait son entrée en Italie en rachetant Emmezeta
2011, CONFORAMA rejoint Steinhoff International, Groupe spécialisé dans l'ameublement
2020, acquisition de CONFORAMA FRANCE par MOBILUX.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Carol VERNHES-ESCUDERO
cvernhes@conforama.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 178
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 16
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** ZAC ou retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** 2 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 500 et 1 000

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Multi-franchisé, pluri-franchisé, investisseur, entrepreneur familial, primo-accédant.
- **Durée du contrat :** 5 ans (France) 6 ans (Outre-mer)
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** Selon CA à partir de 4,1 %. Remise de fidélité annuelle selon taux approvisionnement
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Interne à CONFORAMA : en fonction du degré d'expérience du nouveau franchisé.

COURTEPAILLE

GRUPE BAUDAIRE

ZI de la Romanerie Nord

Rue du Paon

49124 SAINT-BARTHÉLÉMY-D'ANJOU

Tél. 07 88 11 45 84

Mail : p.michaud@courtepaille.com

Site web : <https://www.courtepaille.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration à thème, type grillades
- **Création de l'enseigne :** 1961
- **Ouverture de la première franchise :** 1977
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Depuis sa création en 1961, COURTEPAILLE s'est imposée comme une référence en matière de restauration, offrant à ses clients des viandes savoureuses cuites au feu de bois, dans une ambiance chaleureuse et authentique. Avec son concept unique de cheminée ouverte sur la salle, ses recettes généreuses et son accueil toujours convivial, l'enseigne a su traverser les générations et devenir un véritable repère sur la route des gourmands. Aujourd'hui, COURTEPAILLE continue d'évoluer tout en restant fidèle à ses valeurs de simplicité, de partage et de qualité, pour faire vivre à chaque client une expérience culinaire inoubliable.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe MICHAUD
p.michaud@courtepaille.com
(07 88 11 45 84)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 50
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** Foncier 2 600 m² ou local 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Être motivé par la restauration, un goût prononcé pour le contact client. Être gestionnaire de centre de profit. Restaurateur ou hôtelier souhaitant faire évoluer son offre.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT
- **Formation proposée :** 3 mois maximum, théorie et immersion dans les restaurants.

33, rue Juliette-Récamier
69006 LYON
Mail : contact@credipro.com
Site web : <http://www.credipro.com>



CrediPro

Le courtier des pros

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau national de courtiers spécialisés en financement professionnel
- **Création de l'enseigne :** 2009
- **Ouverture de la première franchise :** 2009
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En 2008, Charles Marinakis rachète le cabinet IFC et crée CrediPro. En 2017, Daniel Derderian prend la direction pour accélérer le développement. En 2020, la fusion avec Access Crédits Pro hisse l'enseigne au rang de n° 1 français du financement professionnel. Porté par une croissance à deux chiffres depuis cinq ans, le réseau compte fin 2025 un maillage de 75 agences et 115 experts en France et DOM-TOM. Fort de son outil métier unique, MyCrediPro, et s'appuyant sur plus de 100 conventions bancaires, CrediPro a généré 394 M€ de crédits obtenus en 2025.
L'enseigne est élue Meilleure Franchise de France 2024 et 2025.
- **Contact franchise et développement :**
M. Nicolas LOPEZ
(Responsable marketing/communication)
nicolas.lopez@credipro.com
06 84 90 63 85

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 75
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 14

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Département, selon nombre de transactions de fonds de commerce
- **Emplacement :** Quartiers d'affaires, zones de bureaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 25 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 168
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 40

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Expérience en banque, à la direction d'une entreprise ou en direction financière; connaissances en gestion financière, en business plan, en marchés financier et bancaire.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 32 K€ HT
- **Redevances directes :** de 10 % à 6 % en fonction des tranches de CA, avec un mensuel minimum de 750 € HT.
- **Redevances indirectes :** Licence informatique base 140 €/mois/poste
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Obligatoire dont le coût de 5 000 € est inclus dans les droits d'entrée. Deux semaines alliant théorie, pratique et immersion en cabinet.

CRYOTERA

2, rue Jules-Méline
51430 BEZANNES
Tél. 03 26 77 97 50
Mail : guillaume.bouchet@cryotera.fr
Site web : <http://www.cryotera.fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Cryothérapie
- **Création de l'enseigne :** 2016
- **Ouverture de la première franchise :** 2019
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Leader sur le marché de la cryothérapie, Cryotera Group est spécialisé dans les effets du froid sur l'Homme, la récupération et l'amélioration de la qualité de vie. Fondé en 2016, le concept repose sur l'association de plusieurs prestations naturelles et innovantes, capables d'accompagner les clients dans les domaines du sport, du bien-être et de l'esthétique.
- **Contact franchise et développement :**
M. Guillaume BOUCHET
guillaume.bouchet@cryotera.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 20
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 100 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, zone d'activité
- **Superficie moyenne du point de vente :** 125 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 250
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 325

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Animés par des valeurs humaines fortes, avec un profil d'entrepreneur, les franchisés mettent la satisfaction client au cœur de leurs pré-occupations.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 K€ HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale et continue à destination des gérants et des salariés du réseau.

CUISINE PLUS

Bât. 6015 – Zone Roissypole Aéroport
10, rue de Rome – CS 15608
95724 ROISSY CEDEX 1
Tél. 06 66 25 77 96
Mail : monmagasin@cuisine-plus.fr
Site web : <http://www.cuisine-plus.fr>

CUISINE PLUS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Le réseau de franchise CUISINE PLUS est spécialisé dans la distribution de cuisines équipées personnalisables
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Depuis 1984, CUISINE PLUS s'impose comme une référence du marché de la cuisine équipée. Forte de plus de 40 ans d'expérience, l'enseigne a su construire un modèle solide et rentable. Son positionnement soft-premium allie cuisines ergonomiques, design soigné et prix justes, tout en allant au-delà de la cuisine avec des solutions d'aménagement intérieur complètes. Adossée à la puissance du groupe FBD, CUISINE PLUS se distingue par un accompagnement humain et personnalisé, soutenu par la FBD Academy, et un véritable esprit familial.
- **Contact franchise et développement :**
M. Karim SAHA
(Responsable Développement)
monmagasin@cuisine-plus.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 57
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 50 000 à 100 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale, n° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :**
1 500
- **Apport personnel en K€ :** 50 à 120
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :**
350 à 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Chez CUISINE PLUS, nous aimons les entrepreneurs dans l'âme, les aventuriers qui osent se lancer, les passionnés qui s'investissent pleinement, les commerçants proches de leurs clients, les gestionnaires rigoureux et les managers fédérateurs.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 10 000 € HT
- **Redevances directes :** 1,6 % du CA HT marchandise
- **Redevances indirectes :** 4 % du CA HT marchandise (publicité nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant.
- **Formation proposée :** Formation initiale pendant cinq semaines au centre de formation FBD Academy et deux semaines en immersion magasin.

CYCLABLE

26, rue Berjon
69009 LYON
Tél. 07 64 00 51 19
Mail : franchise@cyclable.com
Site web :
<https://www.cyclable.com/ouvrir-un-magasin>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau de magasins spécialisés dans le vélo mobilité
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**

CYCLABLE est né d'une idée simple qui a germé dans l'esprit de cyclistes du quotidien : si l'on donne envie aux citadins de s'acheter un beau vélo, alors ils prendront plaisir à l'utiliser tous les jours. Leur vie sera plus simple et nos villes seront plus douces.

Les adhérents « créateurs de cyclistes » ont pour mission de faire rayonner le « Vélo Art de vivre » sur leur territoire, promouvoir le vélo comme mode de déplacement durable.

Réseau hybride fort de 83 magasins en France et en Suisse, CYCLABLE est aujourd'hui la première enseigne de magasins spécialisés sur le segment vélo/mobilité électrique, pionniers et leaders sur le vélo cargo.

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 35
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 45
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 120 et 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 900
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 280

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profil manager (H/F) ; bon relationnel, goût pour le commerce et le contact client, curiosité et capacité à apprendre le métier ; partage des valeurs CYCLABLE ; engagement écologique.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 23 000 € HT
- **Redevances directes :** 3 % du CA (royalties) + 1 % (communication nationale)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Promo de formation à la Cyclable Académie, e-learning et présentiel, magasin-école, immersions personnalisées, tutorat et poisson-pilote à l'ouverture.

DAL'ALU

Rue des Giroilles
ZA La Prade
33650 SAINT-MÉDARD-D'EYRANS
Tél. 05 56 67 40 40
Mail : franchise@dalalu.fr
Site web : www.dalalu.fr



Créateur de la gouttière aluminium en continu

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Spécialiste de solutions en aluminium pour l'évacuation des eaux de pluie et l'habillage des bâtiments et de l'habitat.
- **Création de l'enseigne :** 1982
- **Ouverture de la première franchise :** 1982
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Expert des solutions aluminium pour l'évacuation des eaux pluviales et l'habillage de bâtiments et d'habitats, en neuf comme en rénovation.
DAL'ALU possède plus de 40 ans d'expérience et un savoir-faire unique dans le profilage continu de gouttières et couvertines aluminium.
Engagée dans une démarche RSE, notre entreprise innove constamment pour réduire son empreinte carbone et développer des solutions toujours plus durables et performantes.
DAL'ALU, c'est aussi Alucampus, le premier centre de formation dédié aux métiers de l'aluminium.
Rejoindre DAL'ALU, c'est partager des valeurs humaines fortes et participer activement au mode constructif de demain, alliant innovation, qualité et respect de l'environnement.
Plus d'infos : www.dalalu.fr.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Lydie TEMPEREAU
(Directrice Commerciale)
l.tempeau@dalalu.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 125
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Péri-urbain, parc d'activités, zones artisanales
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 à 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Animé(e) par la satisfaction du client, vous êtes entrepreneur avec des compétences en gestion et en management. Doté(e) d'une appétence pour le secteur du bâtiment et l'envie de rejoindre un réseau de proximité, leader, innovant et engagé !
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** 4 % sur achats (droits de marque)
- **Redevances indirectes :** 1,5 % sur achats (redevance communication)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Rejoignez DAL'ALU et bénéficiez d'un parcours complet au sein de notre centre de formation AluCampus avec un accompagnement quotidien pour lancer et pérenniser votre activité en toute sérénité.

DANIEL MOQUET SIGNE VOS ALLÉES

16C Le Bas Mont
CS 51399 MOULAY
53101 MAYENNE CEDEX
Tél. 02 43 00 67 28
Mail : contact@daniel-moquet.com
Site web : <http://www.daniel-moquet.com>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Entrepreneurs spécialisés dans l'aménagement des allées, cours et terrasses chez les particuliers
- **Création de l'enseigne :** 2004
- **Ouverture de la première franchise :** 2005
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 1977 par Daniel Moquet, la société se spécialise en 1990 dans l'aménagement des allées des maisons individuelles.
La franchise est lancée en 2005.
En 2014, la barre des 100 entreprises DANIEL MOQUET est passée, avec 99 % de réussite.
En 2019, DANIEL MOQUET reçoit le Ruban d'or de la Franchise par la Fédération française de la franchise. Lancement d'un nouveau réseau de franchise : Daniel Moquet Signe Vos Clôtures.
2022, lancement d'un nouveau réseau de franchise : Daniel Moquet Signe Vos Jardins.
2024, Trophée réseau d'or (réseau de plus de 100 agences) par l'Indicateur de la Franchise.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Pauline MOQUET
(Directrice générale)
recrutement@daniel-moquet.com
M. Nicolas FOUCART
(Reponsable Développement)
nicolas.foucart@daniel-moquet.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 9
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 264
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 750
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Dynamisme, sens du relationnel, goût de la vente aux particuliers, sens du management, bon gestionnaire. Inutile d'être du métier, l'attrait pour les espaces verts et l'aménagement extérieur est un atout.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 41 500 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 20 jours de préformation en immersion chez des franchisés, 6 semaines au centre de formation, et 4 semaines d'assistance au démarrage de l'activité.

DARJEELING

16, rue de Provigny, BP 134
94234 CACHAN CEDEX
Tél. 06 76 71 00 72
Mail :
agnes.cornierlepape@groupechantelle.com
Site web : www.darjeeling.fr

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Lingerie
- **Création de l'enseigne :** 1994
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Depuis 30 ans, DARJEELING sublime toutes les femmes en créant des collections de qualité, inclusives et toujours plus exigeantes en termes d'écoresponsabilité. Mais DARJEELING, c'est bien plus qu'une marque, c'est une grande famille. En rejoignant notre réseau d'affiliés, vous intégrez un groupe soudé par la passion de la lingerie et un lien de confiance unique.
Devenir affilié DARJEELING, c'est la garantie d'un savoir-faire centenaire et d'un accompagnement personnalisé à chaque étape de votre aventure. Nous sommes à vos côtés, comme un véritable partenaire, de la création de votre point de vente jusqu'au renouvellement des vitrines, pour assurer votre succès dans le temps.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Agnès CORNIER LE PAPE
(Directrice affiliation)
agnes.cornierlepape@groupechantelle.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 122
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 40
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

DARJEELING

LINGERIE

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 65 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 à 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 430
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneurs attentifs au développement et à la fidélisation de leur clientèle, voulant créer/développer leur activité grâce au rapport qualité/prix et aux savoir-faire DARJEELING.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 13 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale et continue de l'affilié et de son équipe. Assistance par nos équipes pour l'ouverture. Suivi régulier pour répondre aux besoins.

DARTY

9, rue des Bateaux-Lavoires
94200 IVRY-SUR-SEINE
Tél. 01 48 02 32 32
Mail : franchise@darty.fr
Site web : www.darty.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distributeur spécialisé d'équipement électrodomestique, multimédia & informatique
- **Création de l'enseigne :** 1957
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondé en 1957, DARTY s'appuie sur le Contrat de Confiance, garantissant prix justes, choix, qualité de service, livraison et installation gratuites, remboursement de la différence et services accessibles 7 jours sur 7, en magasin et sur darty.com.
L'enseigne a lancé la cuisine sur mesure en 2007 et développé la franchise dès 2014. Depuis 2015, les franchises intègrent des espaces cuisine, puis des concepts exclusivement cuisine à partir de 2018. DARTY propose également des espaces literie.
Le réseau, c'est plus de 210 magasins franchisés partout en France, dont plus de 70 espaces cuisines, reposant sur un savoir-faire reconnu, de la conception à la pose.
- **Contact franchise et développement :**
M. Christophe DUPOUY
(Directeur franchise Darty)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 218
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 248
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 75 à 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 50 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance fixe mensuelle de 500 € HT ou de 750 € HT
- **Formation proposée :** NC

DE NEUVILLE

8, promenade de la Chocolaterie
77186 NOISIEL
Tél. 01 60 17 29 81
Mail : gaelle.more@sa-deneuille.fr
Site web : www.chocolat-deneuille.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution de chocolats, confiserie, glaces
- **Création de l'enseigne :** 1986
- **Ouverture de la première franchise :** 1986
- **Étapes marquantes de son évolution :**

DE NEUVILLE est bien plus qu'une marque de chocolat ; c'est une célébration de l'artisanat français, de l'innovation gourmande et de l'accessibilité. Notre réseau de boutiques joyeuses et notre modèle de franchise performant témoignent de notre engagement envers la qualité et le succès. Nous invitons chacun à découvrir la magie du chocolat DE NEUVILLE, où chaque bouchée est une célébration de l'excellence et de la passion.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Gaëlle MORE

(Responsable service développement)

gaelle.more@sa-deneuille.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 13
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 138
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 40 et 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** De 60 à 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Doté d'un bon sens commercial et relationnel, dynamique, ainsi que des compétences en gestion, rejoignez notre réseau d'ambassadeurs du chocolat et des gourmandises à la française.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 HT € HT
- **Redevances directes :** 0 à 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale : quatre semaines.

DEL ARTE

52, avenue du Canada
35207 RENNES CEDEX 2
Tél. 02 99 22 23 22
Mail : mrosier@groupeleduff.com
Site web : <https://www.delarte.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restaurant cuisine italienne. Restauration à thème
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 2002
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1995, le Groupe Le Duff acquiert la chaîne Pizza DEL ARTE détenue par le Groupe Accor.
2002, DEL ARTE s'ouvre à la franchise, 90 % des restaurants sont aujourd'hui gérés par des franchisés.
2010, l'enseigne accélère le déploiement de sa marque en franchise avec un rythme de 10 ouvertures par an. Elle revisite son identité et modernise son logo.
2022, une évolution de concept voit le jour à Joué-lès-Tours.
- **Contact franchise et développement :**
M. Matias ROSIER
(Responsable Recrutement franchise)
mrosier@groupeleduff.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 24
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 148
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 300 et 450 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 450
- **Apport personnel en K€ :** 175 à 500
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 750 à 950

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant(e) dans l'âme, il/elle aime animer des équipes nombreuses. Cadre d'entreprise souhaitant se lancer à son compte dans un métier plaisir, professionnel(le) de la restauration, ou commerçant(e).
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 46 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation de 8 semaines. Stages théoriques et formation pratique en restaurant-école.

DESSANGE

3, rue La Boétie
75008 PARIS
Tél. 01 53 83 99 10
Mail : franchise@dessange-international.com
Site web : www.dessange-international.com

LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Franchise de salons de coiffure et instituts de beauté.
- **Création de l'enseigne :** 1975
- **Ouverture de la première franchise :** 1977
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1954, ouverture du premier salon DESSANGE.
 - 1977, mise au point de la franchise JACQUES DESSANGE.
 - 1994, création d'une ligne de soins capillaires « JACQUES DESSANGE COLLECTION » et d'une ligne de soins corporelles « JACQUES DESSANGE BEAUTÉ ».
 - 1995, développement important de la marque JACQUES DESSANGE à l'international.
 - 2004, nouvelle identité visuelle de la marque DESSANGE et du logo JD.
 - 2010, rachat de la master franchise belge.
 - 2011, rachat de la master franchise DESSANGE aux États-Unis.
 - 2012, achat du groupe américain de coiffure FANTASTIC SAMS.
 - 2016, rachat de Coiff'idis.
 - 2019, lancement de nos propres gammes de coloration professionnelle PHYTODESS.
 - 2023, lancement de la poudre ADN gamme de produits décolorante. ICG acquiert 100 % des titres de DESSANGE INTERNATIONAL.
 - 2024, transfert du siège rue La Boétie et du Flagship rue Marbeuf.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Patricia PAGEOT
(Directrice commerciale franchises France et Europe)

DESSANGE

PARIS

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 184
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 750
- **Apport personnel :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Compte tenu de la spécificité du métier qui comporte une très forte identité, un profil de coiffeur privilégiant le luxe est souhaité.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT à 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % à Paris ; 4 % en régions (pack animation, formation et Learning Lounge). Minima garantis annuels.
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Aménagement PDV selon évolution du concept, approvisionnement produits de la marque, centrale de référencement.
- **Formation proposée :** Formation continue (y compris e-learning).

DETAILCAR

100, chemin de l'Aumône-Vieille
Actiburo 1
13400 AUBAGNE
Tél. 06 95 49 98 33
Mail : alexandre.maurel@detailcar.fr
Site web : www.detailcar.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Lavage et soin écologique de véhicules. Leader européen du lavage sans eau avec plus de 130 points de services
- **Création de l'enseigne :** 2012
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**
DetailCar est une marque qui existe depuis 2007 en Espagne et possède aujourd'hui le réseau le plus étendu en Europe avec plus de 130 points de services. Depuis 2012, vous pouvez retrouver DetailCar en France. Notre objectif est de prodiguer le meilleur lavage de véhicules, sans eau, avec une véritable expérience et ce pour chacun de nos clients. Notre concept écologique permet de proposer du lavage à domicile (unité mobile), ainsi qu'en centres fixes (parkings privés ou de centres commerciaux). DetailCar, la franchise qui en a sous le capot. Prochaine ouverture ? La vôtre !
- **Contact franchise et développement :**
M. Alexandre MAUREL
(Directeur Réseau et Marketing)
alexandre.maurel@detailcar.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 43
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 200 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis. DetailCar négocie les meilleurs emplacements et sélectionne les meilleures zones
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 120
- **Apport personnel en K€ :** 3 à 15
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 40

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Dynamique, impliqué, avec une vraie volonté d'entreprendre vous avez toutes les qualités requises pour rejoindre le réseau DetailCar France.
- **Durée du contrat :** 3 à 5 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 9 500 €
- **Redevances directes :** À partir de 450 € HT / mois
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation technique, commerciale et marketing : 6 jours. 5 jours d'accompagnement sur site. Formation continue. École de formation.

DISTRI CLUB MÉDICAL

117B, route de Taninges
74100 VETRAZ-MONTHOUX
Tél. 04 50 31 70 26
Mail : dcm@districlubmedical.fr
Site web :
<https://franchise.districtclubmedical.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente et location de matériel médical à destination des particuliers et des professionnels de santé.
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Issue de l'ouverture d'un magasin de vente et de location de matériel médical dans le Nord, la franchise DISTRI CLUB MÉDICAL voit le jour en 1984. En 1997, la création d'une centrale d'achat avec une plateforme logistique intégrée permet d'assurer une politique d'approvisionnement homogène et rigoureuse au sein du réseau. En 2005, Bernard Boccard responsable du magasin Médical Santé Boccard basé en Haute-Savoie à Annemasse (74), devient PDG de DISTRI CLUB MÉDICAL SAS. En 2010, son fils Guillaume membre de la direction du magasin, rejoint l'équipe du siège du franchiseur en tant que Directeur Général. Il transfère alors les bureaux en Haute-Savoie (74).
- **Contact franchise et développement :**
Mme Alexandra VIVES
(Directrice Exploitation et Développement)
dcm@districlubmedical.fr

LE RÉSEAU

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 103
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux, Position n° 1 bis, voie n° 2, avec un parking pour personnes à mobilité réduite
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Candidat avec un profil d'entrepreneur et/ ou sensible à l'univers médical et/ ou sensible aux relations humaines.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** Redevance fixe, redevance variable
- **Redevances indirectes :** Redevance informatique, redevance publicitaire
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Plus de six semaines de formations obligatoires dispensées par des organismes certifiés, stages pratiques en magasin, au siège social et à La Centrale médicale.

DO&KA

275, route de Nîmes
34170 CASTELNAU-LE-LEZ
Tél. 07 84 73 19 75
Mail : franchise@doetka.fr
Site web : <https://franchise.doetka.fr>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Réseau d'animaleries spécialisées – alimentation et accessoires pour animaux
- **Création de l'enseigne :** 2015
- **Ouverture de la première franchise :** 2021

Étapes marquantes de son évolution :

Depuis 2015, DO&KA a innové dans le secteur de l'animalerie en plaçant l'expérience client au centre de son modèle. Nous formons nos équipes à offrir un accueil professionnel et chaleureux, tout en proposant des services variés comme un espace soins et un toilettage.

Avec près de 8 000 références, dont des produits exclusifs, nous nous positionnons comme un spécialiste compétitif. Notre approche centralisée des achats optimise les coûts, et nous offrons à nos franchisés un accompagnement complet, de la création à l'exploitation, incluant formation, soutien personnalisé et outils collaboratifs.

- **Contact franchise et développement :**

M. Kévin ARANEGA

kevin.aranega@doetka.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 12
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À définir en fonction de la zone d'implantation
- **Emplacement :** N°1, retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** 450 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le partenaire DO&KA doit posséder des qualités d'entrepreneur, être autonome et motivé, savoir gérer une équipe, avoir un bon sens relationnel et faire preuve d'adaptabilité.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 24 K€ HT
- **Redevances directes :** 5 % (exploitation)
- **Redevances indirectes :** 1 % (communication)
- **Autres obligations financières :** Forfait informatique de 100 €/mois
- **Formation proposée :** Nos formateurs qualifiés accompagnent chaque participant pendant 21 jours de manière individualisée afin de fournir toutes les clés nécessaires à la réussite du concept.

10, avenue Marc-Sangnier
92390 VILLENEUVE-LA-GARENNE
Tél. 09 70 24 60 86
Mail : franchise@dometvie.fr
Site web : www.dometvie.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** DOMetVIE est le spécialiste de l'aménagement du domicile des seniors et des personnes à mobilité réduite pour favoriser le maintien à domicile
- **Création de l'enseigne :** 2012
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
DOMetVIE est le leader national dans l'adaptation du domicile pour les seniors, les personnes à mobilité réduite (PMR) et en situation de handicap. Notre mission : permettre à nos clients de vivre chez eux en toute sécurité, autonomie et confort, tout en préservant leur qualité de vie.

Nous proposons :

- La conception et la réalisation des travaux : installation de solutions adaptées comme les douches sécurisées, les monte-escaliers,
- L'accompagnement administratif : prise en charge des démarches pour l'obtention de subventions et d'aides financières (ANAH...).

Notre valeur ajoutée réside dans notre expertise technique, notre réseau d'artisans qualifiés, et surtout, dans notre engagement humain auprès des seniors et de leurs familles.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Mélissa CAIJO
(Responsable du développement)
m.caijo@dometvie.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 60
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 25

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 seniors (+ 60 ans)
- **Emplacement :** Local en zone d'activité ou local commercial en périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 30 à 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Un entrepreneur motivé, avec un fort tempérament commercial, des capacités organisationnelles et un véritable engagement humain. Il partage nos valeurs et souhaite réussir dans un secteur porteur, aidé par un accompagnement complet.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Une formation initiale complète comprenant la gestion d'entreprise, les techniques commerciales et les spécificités du secteur ainsi que des formations continues pour assurer le succès des franchisés.

DOMINO'S PIZZA

4, rue Olympe-de-Gouges
CS 50071
92230 GENNEVILLIERS CEDEX
Tél. 01 40 86 68 66
Mail : denis.ferre@dominos.fr
Site web : www.dominos.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fabrication, vente à emporter et livraison de pizzas
- **Création de l'enseigne :** 1960
- **Ouverture de la première franchise :** 1989
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1960, création de la marque aux États-Unis.
 - 1989, entrée de DOMINO'S PIZZA sur le marché français.
 - 2006, rachat de Domino's Pizza France par Domino's Pizza Enterprises.
 - 2012, plus de 200 magasins en France et plus de 10 000 dans le monde.
 - 2013, lancement du site mobile et des applications iPhone et Android.
 - 2014, présence de la marque en France depuis 25 ans et 240 unités.
 - 2016, rachat du franchiseur du réseau Pizza Sprint, plus de 300 magasins en France.
 - 2019, ouverture du 400^e Domino's. 30 ans de l'enseigne en France.
 - 2020, DOMINO'S PIZZA investit le milieu de l'esport et devient partenaire de la Ligue française de la League of Legends.
 - 2022, création de la Fondation Domino's
 - 2026, en route vers les 500...
- **Contact franchise et développement :**
M. Denis FERRÉ
(Responsable Intégration réseau)
denis.ferre@dominos.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 14
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 439
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 12 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 606
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 300 et 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Cadre en reconversion, commerçant, manager, gestionnaire de profit, opérationnel.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 6,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** À partir de 4 % du CA HT (publicité)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** À partir de 10 semaines, alliant théorie et pratique.

DREAMS DONUTS

Sentier du Brûle 56
7390 QUAREGNON
BELGIQUE
Tél. +32 470 94 45 66
Mail : administration@dreamsdonuts.com
Site web : <http://www.dreamsdonuts.be>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Commerce de détail de pain et de pâtisseries en magasin spécialisé
- **Création de l'enseigne :** 2020
- **Ouverture de la première franchise :** 2023
- **Étapes marquantes de son évolution :**
DREAMS DONUTS propose un univers gourmand et résolument instagrammable. Les boutiques offrent une large sélection de donuts décorés, à savourer sur place ou à emporter. L'enseigne se distingue par sa variété de saveurs. Une gamme de boissons, comme le latte macchiato ou le bubble tea, accompagne parfaitement chaque moment gourmand. Ces lieux conviviaux sont parfaits pour partager un instant sucré entre amis ou en famille. DREAMS DONUTS ; c'est entreprendre avec un concept solide et attractif.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Kurby TORANZO ALONSO
(Ressources humaines)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 94
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 45 000 habitants
- **Emplacement :** Centres-villes, centres commerciaux. Emplacement n° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 35 à 90 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 400
- **Apport personnel en K€ :** 35
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** À partir de 85

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des franchisés motivés, rigoureux, dynamiques, soignés, avec le sens du commerce et l'envie d'entreprendre. Créativité, goût du produit et esprit challengeur sont essentiels. Apport minimum : 35 000 €. Tous profils bienvenus.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 1 semaine. Une assistance continue, un siège aux petits soins de ses franchisés et des animateurs réseaux qui passent dans les points de vente tout au long de votre aventure avec DREAMS DONUTS.

EASY CASH

8, avenue Ariane, Bât. F
33700 MÉRIGNAC
Tél. 05 57 92 05 70
Mail : developpement@easycash.fr
Sites web : <https://www.easycash.fr/>
<https://franchise.easycash.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Achat et vente de produits d'occasion
- **Création de l'enseigne :** 2001
- **Ouverture de la première franchise :** 2001
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Premier réseau français d'achat-vente de produits d'occasion et reconditionnés, EASY CASH propose une large gamme de produits testés, contrôlés, garantis 2 ans dans les univers téléphonie, gaming, tech, luxe (maroquinerie, bijoux, horlogerie) et culture. L'enseigne propose également de nombreuses solutions de revente (estimation en ligne, paiement immédiat en magasin – cash ou virement) et des services au standard du neuf : satisfait ou remboursé 30 jours, paiement en 3 ou 4 fois, SAV 48H.

Dans une nouvelle ère de consommation plus responsable et plus durable, EASY CASH est une Société à Mission et labélisée Enseigne Responsable, acteur clé du marché de la seconde main avec un positionnement qui repose sur la confiance et la transparence.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Émilie CHINTA
(Responsable Réseau Franchise)
developpement@easycash.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 33
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 136
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 100
- **Apport personnel en K€ :** 100 min.
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 500 et 650

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Opérationnel / commerçant / manager. Curiosité d'esprit et aptitude à la négociation. Maîtrise des outils d'exploitation d'un centre de profit.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 38 500 € HT
- **Redevances directes :** 5,2 % de la marge TTC
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA au titre de la communication nationale (décision votée chaque année par les franchisés)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** EASY CASH FORMATION pour les formations métiers (+ de 80 jours/an). Parcours MANAGER pour accompagner la promotion interne.

EAT SALAD

18, avenue Pythagore
Bâtiment C – 2^e étage
33700 MÉRIGNAC
Tél. 09 69 36 77 10
Mail : contact@eatsalad.fr
Site web : <https://eatsalad.com/ouvrir-franchise-salade/>

EatSalad®

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Ce réseau de restauration rapide spécialisé dans les salades se développe en franchise depuis 2015 sur des emplacements N°1.
- **Création de l'enseigne :** 2013
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Avril 2013, ouverture du 1^{er} établissement à Bordeaux.
Octobre 2014, ouverture du 2^e établissement à Mérignac (périphérie de Bordeaux).
Août 2015, ouverture du 3^e établissement et 1^{er} franchisé à Bordeaux.
2016, ouvertures de 5 restaurants en franchise.
2017, ouvertures de 4 restaurants en franchise.
2018 ouvertures de 7 restaurants.
2019, ouvertures de 10 restaurants.
2020, ouvertures de 13 restaurants.
2021, ouvertures de 10 restaurants.
2022, 11 restaurants.
2023, 11 restaurants ouverts.
2024, 17 restaurants ouverts.
2025, 19 restaurants ouverts.
- **Contact franchise et développement :**
M. Antoine BARAT
(Président)

LE RÉSEAU (en France)

- Nombre d'unités propres : 0
- Nombre d'unités franchisées ou affiliées : 106
- Créations d'unités franchisées en 2025 : 19

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 4000 actifs
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 à 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Chez EAT SALAD le profil type, ce sont des femmes des hommes ayant l'esprit d'entrepreneur, de commerçant et de manager. Des franchisés volontaires et qui souhaitent faire de leur vie professionnelle une success-story, pas un coup d'essai !
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 280 heures. Immersion opérationnelle, maîtrise des standards, pilotage des KPI, contrôle des coûts, management d'équipe et excellence client pour une rentabilité rapide et durable.

ÉCOTEL

1, rue René-Clair
BP 17
91350 GRIGNY CEDEX
Tél. 01 69 02 56 58
Mail : ecotel@ecotel.fr
Site web : www.ecotel.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fournitures et équipements pour l'hôtellerie, la restauration, la collectivité
- **Création de l'enseigne :** 1972
- **Ouverture de la première franchise :** 1976
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1984, création d'une centrale de services.
1993, création d'une centrale d'achats et de logistique (STOCOTEL).
2000, le franchiseur ECOTEL devient une filiale du Groupe ECF.
2003, développement d'un nouveau concept de magasin, nouvelle charte graphique.
2004, mise en application du nouveau concept sur les deux succursales détenus par le franchiseur.
2006, développement de l'univers Mobilier.
2017, acquisition par le Groupe ECF de deux franchises : L'Équipement Hôtelier (74) et Pyrénées Équipement Hôtelier (64).
2017, nouvelle charte graphique et déploiement en magasins.
2018, acquisition par le Groupe ECF du franchisé Fréjus Équipement Hôtelier (83)
2024, changement d'enseigne pour les magasins en succursale compte tenu de la stratégie du Groupe ECF
- **Contact franchise et développement :**
M. Laurent FELTEN
(Directeur de la franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 28
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 300 000 habitants
- **Emplacement :** Proximité de magasins B To B alimentaires
- **Superficie moyenne du point de vente :** 800 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 000
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 175

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Expérience commerciale dans le BtoB, capacité de gestion d'une affaire de distribution, intérêt pour la gestion et l'animation d'un espace de vente. Connaissance du milieu de la restauration.
- **Durée du contrat :** 3 ans
- **Droit d'entrée :** 23 000 € HT
- **Redevances directes :** De 600 à 1 500 € HT/mois
- **Redevances indirectes :** Publicité, environ 2 % du CA
- **Autres obligations financières :** 80 % des achats du franchisé doivent être réalisés auprès des fournisseurs référencés par le franchiseur.
- **Formation proposée :** Produits.

24, rue des Frères-Montgolfier
63170 AUBIÈRE
Tél. 04 73 28 70 91
Mail : contact@elancia.fr
Site web : <https://www.elancia.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Centres de remise en forme, salles de sports labellisées sport santé. Suivi ultra personnalisé et cours collectifs

- **Création de l'enseigne :** 2003

- **Ouverture de la première franchise :** 2016

- **Étapes marquantes de son évolution :**

Vous n'aimez pas les salles de sport ?

NOUS NON PLUS !

Chez ELANCIA, c'est le sport en mieux !

Nous croyons que le bien-être physique et mental est la clé pour mener une vie épanouie. Rejoindre des salles où le bien-être passe avant tout, c'est bénéficier de notre coaching personnalisé et nos programmes adaptés, pour que nos clients progressent à leur rythme et sans pression. Nos coachs certifiés les accompagnent pour atteindre vos objectifs de façon durable et motivante.

C'est aussi profiter d'une ambiance accueillante et sans jugement, parfaite pour s'évader du stress et se recentrer sur soi.

Notre qualité de prise en charge et d'accompagnement de nos clients est durablement récompensé par différents trophées en 2010, 2018, 2022, 2024, 2025.

- **Contact franchise et développement :**

M. Jean DELMAS

(Directeur B2B)

jean.delmas@elancia.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 27
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 20
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 23 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 300 et 650 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 300 et 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Professionnel du sport, cadre en reconversion, entrepreneur cherchant une diversification. Passionnés de sport et de bien-être, sensibles au Sport Santé et à l'impact sociétal. Compétences en gestion, commerce et management.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 39 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT (communication)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Oui.

ÉLÉPHANT BLEU

15, rue du Travail
ZI – BP 147
67723 HOERDT CEDEX
Tél. 03 90 692 369
Mail : france@hypromat.com
Site web : <https://franchise.elephantbleu.com>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Installation et exploitation de centres de lavage en libre-service
- **Création de l'enseigne :** 1987
- **Ouverture de la première franchise :** 1987
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Avec 40 ans d'expérience dans le lavage auto, ÉLÉPHANT BLEU regroupe 430 stations en France, dont 50 en propre.

Plus de 9 Français sur 10 connaissent la marque, une notoriété comparable à celle des plus grandes multinationales !

ÉLÉPHANT BLEU reste l'enseigne de référence sur le marché du lavage auto, reconnue pour la qualité de son service, sa capacité d'innovation et sa proximité avec ses clients.

Notre activité, simple à gérer avec peu ou pas de personnel, repose sur un modèle économique éprouvé et rentable.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Léa DABONVILLE
(Chargée de communication)
lea.dabonville@hypromat.com
06 40 77 07 78

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 50
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 385
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 11

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 5 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux, voie à forte circulation locale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 175
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 50 (rachat station), 150 (station neuve)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur dynamique et doté d'une capacité à gérer une activité commerciale. Investisseur recherchant un produit à forte rentabilité.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 7 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Approvisionnement exclusif auprès du franchiseur pour les consommables
- **Formation proposée :** Formation incluse dans le droit d'entrée : formation commerciale ; formation technique « Comment garantir le bon fonctionnement de mon centre ».

ERA IMMOBILIER

18, rue Mansart
78000 VERSAILLES
Tél. 01 39 24 69 00
Mail : developpement@erafrance.com
Site web : <https://www.erafrance.com/>



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Réseau d'agences immobilières
- **Création de l'enseigne :** 1971
- **Ouverture de la première franchise :** 1993
- **Étapes marquantes de son évolution :**
ERA IMMOBILIER est présent dans 37 pays et compte un réseau international de 1 108 agences en Europe, dont 450 en France, réunissant 36 110 collaborateurs à travers le monde. Leader mondial dans le secteur de l'immobilier, ERA IMMOBILIER se distingue par une synergie unique entre innovation, rentabilité et accompagnement personnalisé.
Fondé en 1971, ERA IMMOBILIER est un réseau de franchise reconnu pour son concept clé en main, idéal pour les entrepreneurs, qu'ils soient novices ou issus du secteur immobilier. ERA propose un accompagnement complet et personnalisé, structuré autour de quatre piliers : le marketing, la formation, le digital, et un soutien continu. Cette approche a pour objectif d'assurer une forte rentabilité et de maximiser les revenus des franchisés. Grâce à des outils innovants, des méthodes éprouvées et un suivi à 100 %, les partenaires ERA bénéficient d'un écosystème performant pour développer leur activité, sans avoir à tout gérer seuls. Rejoignez un réseau qui allie expertise et innovation !
- **Contact franchise et développement :**
Mme Stacy DANTAS
(Coordinatrice Expansion Réseau)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 425
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 350
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 130

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Cadres en reconversion de tous secteurs d'activité, collaborateurs d'agences immobilières, patrons d'agences indépendantes.
- **Durée du contrat :** 6 ans
- **Droit d'entrée :** 22 500 € HT
- **Redevances directes :** Redevance d'exploitation proportionnelle dégressive de 6 à 2 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Fonds national de communication (FNC) : de 2 % à 0,5 % du CA HT (gratuit au-delà de 1,3 M€)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** À travers ERA Business University, notre centre de formation certifié QUALIOPI, nous proposons 8 formations adaptées à tous les profils, qu'il s'agisse de débutants ou d'agents expérimentés. Aide au recrutement, animations en agence et en région, assemblées générales, stages pratiques, et outils juridiques et numériques innovant : tout est pensé pour accompagner nos membres. Formations en présentiel, modules en streaming ou coaching personnalisé, nous offrons des parcours flexibles et efficaces pour aider chaque franchisé à évoluer et atteindre ses ambitions.

ESSENTIEL & DOMICILE - E & D

46-48, chemin de la Bruyère
Bât. E
69570 DARDILLY
Tél. 06 18 13 74 11
Mail : sbk@essentiel-domicile.fr
Site web : <https://essentiel-domicile.fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Multi spécialiste – ménage, repassage, aide personnes âgées et dépendantes, jardinage et petit bricolage
- **Création de l'enseigne :** 2020
- **Ouverture de la première franchise :** 2020
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créé en 2006, ESSENTIEL & DOMICILE est un réseau d'agences multiservices spécialisé dans les services à la personne : entretien de la maison, jardinage et accompagnement des personnes âgées ou dépendantes. L'enseigne propose une approche personnalisée et de proximité, alliant confort, qualité et confiance. Avec plus de 4 000 avis clients authentifiés sur Cusplace (note 4,6/5), le réseau repose sur un droit d'entrée unique et permet un développement multi-agences. Aujourd'hui, ESSENTIEL & DOMICILE compte 35 implantations.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Souha VIGUINE
(Développeuse et animatrice réseau)
sbk@essentiel-domicile.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 33
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** 40 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 590
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 110

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Esprit entrepreneurial, sens du management, commerce et gestion, envie de co-construire avec le réseau, allier réussite économique et impact social, partage des valeurs de bienveillance et solidarité.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 38 500 €
- **Redevances directes :** 5% du CA HT (avec une dégressivité en fonction du CA)
- **Redevances indirectes :** 1% du CA HT pour la redevance communication nationale
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Accompagnement renforcé avant et pendant l'ouverture : 2 semaines de présentiel, 1 semaine en agence, 1 semaine de distanciel, puis suivi personnalisé + la formation continue tout au long de l'activité.

ESPACES ATYPIQUES

5, rue des Haudriettes
75003 PARIS
Tél. 01 42 71 00 83
Mail : franchise@espaces-atypiques.com
Site web :
<https://www.espaces-atypiques.com/>



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Agence immobilière
- **Création de l'enseigne :** 2008
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 2008 Julien Haussy quitte tout pour ouvrir une agence immobilière spécialisée dans la vente de biens atypiques. Il s'entoure d'une équipe composée de personnes issues d'horizons variés, ayant pour point commun une forte sensibilité, la passion pour l'immobilier hors normes et la satisfaction client. Quatre années plus tard, face à l'engouement, le fondateur décide d'ouvrir deux agences à Marseille et à Lyon.

Désireux d'étendre sa présence en France tout en préservant les valeurs propres au concept, Julien Haussy décide de continuer le développement en franchise en 2014 avec Bordeaux puis de nombreuses ouvertures ont suivi.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Alexandra HYRON
(Directrice Générale)
alexandra.hyron@espaces-atypiques.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 40
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 32
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Un département entier
- **Emplacement :** Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Fort sens commercial, aptitudes managériales, passion pour l'architecture, la décoration, le design, sensibilité artistique et sens élevé du service.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 300 € mensuel pour le référencement (SEA) + 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Durée : 28 jours. Coût inclus dans le droit d'entrée.

EUROPCAR

13 ter, boulevard Berthier
75017 PARIS
Tél. 01 30 44 90 00
Mail : paul-arnaud.leclercq@europcar.com
Site web : www.europcar.com



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Location de véhicules
- **Création de l'enseigne :** 1949
- **Ouverture de la première franchise :** 1949
- **Étapes marquantes de son évolution :**
EUROPCAR INTERNATIONAL est une filiale de Europcar Mobility Group. Elle négocie et gère les contrats internationaux du groupe (notamment les contrats de franchise) et les alliances. Une autre filiale du groupe, Europcar France S.A.S., a pour activité principale la location de véhicules automobiles en France. Les origines du groupe remontent à 1949. Après son rachat par Renault en 1970, le groupe se développe dans toute l'Europe, notamment à travers de nouvelles filiales et par l'acquisition de branches d'activités existantes. En 2018 le Groupe adopte un nouveau nom : Europcar Mobility Group.
- **Contact franchise et développement :**
M. Sébastien DUMONT
(Directeur franchise)
sebastien.dumont@europcar.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 144
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 179
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

3, rue Marius-Hué
91370 VERRIÈRES-LE-BUISSON
Tél. 01 69 32 00 83
Mail : franchise@ewigo.com
Site web : www.ewigo.com

EWIGO

Le réseau N°1 d'agences automobiles

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Agences automobiles, spécialisées dans les transactions automobiles d'occasion entre particuliers
- **Création de l'enseigne :** 2013
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Création de l'agence pilote à Palaiseau en 2013 et signature de la première agence du réseau en 2014. 2015, 30 agences sont ouvertes. 2016, EWIGO devient le réseau n° 1 d'agences automobiles et compte 70 agences. Création d'un centre de formation dédié au métier. 2017, premier franchisé multi-agences. Nouveaux partenariats. Adhésion du réseau à la Fédération Française de la Franchise. 2018, près de 80 agences : stabilisation du réseau et renforcement de l'offre. Février 2019, lancement du format concession by ewigo. 2023, 2024 et 2025 et 2026, trophées de la Meilleure chaîne de magasins.
- **Contact franchise et développement :**
M. Florent BARBOTEAU
(Président-fondateur)
franchise@ewigo.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 202
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 54

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 50 et 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 40
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 85 et 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commercial et manager.
- **Durée du contrat :** 6 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 €
- **Redevances directes :** 1 200 € HT mensuel
- **Redevances indirectes :** 250 €/mois la première année et 350 €/mois les années suivantes
- **Autres obligations financières :** Informatique : 235 €/mois
- **Formation proposée :** Une formation alliant le théorique et le pratique : deux semaines en centre de formation et trois semaine en point de vente.

FAMILY SPHERE

21, rue André-Allar
13015 MARSEILLE
Tél. 07 84 07 34 95
Mail : l.fassbender@family-sphere.com
Site web : www.family-sphere.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Garde d'enfants dès la naissance jusqu'à 14 ans au domicile des parents
- **Création de l'enseigne :** 2006
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Spécialiste de la garde d'enfants de 0 à 12 ans à domicile depuis 2006, FAMILY SPHERE offre des solutions pratiques, modulables et sûres pour la garde des enfants.
Les services proposés sur 270 agglomérations en France s'organisent autour de six types de prestations :
 - La garde d'enfants à domicile dès la naissance ;
 - La garde partagée et/ou alternée ;
 - L'accompagnement de l'école au domicile ou lors des activités extrascolaires ;
 - L'aide aux devoirs ;
 - La garde d'enfants en situation de Handicap ;
 - La garde le mercredi et/ou pendant les vacances scolaires.
- **Contact franchise et développement :**
M. Laurent FASSBENDER
(Développement national franchise / Animation)
l.fassbender@familysphere.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 60
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 130 000 habitants
- **Emplacement :** N° 2 ou 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 40 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 400
- **Apport personnel en K€ :** 25 à 35
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 70 à 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Savoir manager une équipe et recruter ; avoir un esprit d'entrepreneur ; être rigoureux et soucieux de qualité sans nécessairement venir du milieu du service à la personne.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 24 000 €
- **Redevances directes :** 3,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Commercial, Communication, Pilotage d'agence, RH, Qualité et beaucoup d'autres !

FEU VERT

11, allée du Moulin-Berger
CS 70164
69134 ÉCULLY CEDEX
Tél. 04 26 10 58 00
Mail : recrutement.franchise@feuvert.fr
Site web : www.franchisefeuvert.fr

Feu Vert

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Centre auto
- **Création de l'enseigne :** 1972
- **Ouverture de la première franchise :** 1979
- **Étapes marquantes de son évolution :**

FEU VERT est fort de plus de 50 ans d'expérience dans le monde de l'équipement et de l'entretien automobile. Né à Lyon en 1972, FEU VERT a lancé son réseau de franchise dès 1979, popularisant le modèle du centre auto, qui allie une partie magasin et une partie atelier. Depuis, la marque a bien progressé, puisqu'elle compte plus de 350 unités en activité. FEU VERT est aujourd'hui l'un des leaders sur son marché en France !

- **Contact franchise et développement :**

M. Aymeric GRISON

(Développement national)

recrutement.franchise@feuvert.fr

Mme Mélinda COMPARD

(Développement national)

mcompard@feuvert.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 166
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 186
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 35 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, Centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 800 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 500
- **Apport personnel en K€ :** 120
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 650

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, gestionnaire, manager
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 23 000 € HT
- **Redevances directes :** Dégressif en fonction du CA HT : entre 3,84 et 5,1 %
- **Redevances indirectes :** 2,5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Formation initiale : 5 800 € HT
- **Formation proposée :** Formation pratique avant ouverture de 8 à 12 semaines en centre auto inclus, formation informatique et 1 semaine au siège social pour une formation théorique.

FEUILLETTE

5, rue Alberto-et-Paolo-Chiesi
41260 LA CHAUSSÉE-SAINT-VICTOR
Tél. 09 60 06 73 57
Mail : devenirfranchise@feuillette.fr
Site web : <https://www.feUILLETTE.fr/>



FEUILLETTE
Plus qu'une boulangerie !

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide, boulangerie, pâtisserie, salon de thé, traiteur
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2015

• **Étapes marquantes de son évolution :**
Les boulangeries FEUILLETTE ont été fondées en 2009 par Jean-François Feuillet, avec pour ambition de créer un lieu chaleureux combinant boulangerie, pâtisserie et espace salon de thé. Inspirée par l'artisanat traditionnel, l'enseigne se distingue par son concept de « maison de famille » proposant une large gamme de produits de qualité, faits maison, dans un cadre convivial rappelant une ambiance de maison de campagne.

Le concept a rapidement séduit les clients, permettant un développement en franchise dès 2015. Aujourd'hui, FEUILLETTE est un acteur majeur dans le secteur de la boulangerie artisanale, avec plus de 100 établissements en France, continuant à croître tout en restant fidèle à ses valeurs d'authenticité et de convivialité.

- **Contact franchise et développement :**
M. Laurent DELAFONTAINE
devenirfranchise@feuillette.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 21
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 80
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 21

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** 5 minutes isochrones à partir du point de vente
- **Superficie moyenne du point de vente :** 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Une expérience du management (plus de 10 personnes sur plus de 5 ans). Connaissance du commerce en réseau. Expérience du commerce de détail, avoir été en contact avec le client final. Nous ne retenons pas les profils investisseurs.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 K€ HT
- **Redevances directes :** 5 % (exploitation)
- **Redevances indirectes :** 1 % (communication)
- **Autres obligations financières :** 15 000 € (formation) et accompagnement au démarrage : 10 000 €
- **Formation proposée :** 3 semaines.

FIRMIN

39, cours Saint-Georges
24000 PÉRIGUEUX
Tél. 05 47 46 80 48
Mail : gregoryfourey@franchise-firmin.com
Site web : www.boulangerie-firmin.com



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Boulangerie traditionnelle et de restauration rapide à la française reposant sur une offre 3+1 gratuit sur tout, tout le temps
- **Création de l'enseigne :** 2006
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**

FIRMIN est un concept de boulangerie et de restauration rapide créé en 2006, qui compte aujourd'hui 500 collaborateurs et bientôt 50 points de vente !

Il réunit en un seul endroit la boulangerie, la pâtisserie, et la restauration rapide avec un système de vente fondé sur le 3+ 1 OFFERT, sur tout, tout le temps.

C'est la seule enseigne de boulangerie à savoir faire ça, et il n'est pas nécessaire d'être boulanger pour l'exploiter !

La production (dont le pain !) s'effectue en effet sur place selon des process simplifiés et des matières premières rigoureusement sélectionnées. L'enseigne est présente à l'international et en Outre-mer.

- **Contact franchise et développement :**

M. Grégory FOUREY

(PDG)

gregoryfourey@boulangerie-firmin.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 41
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 600
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant dans l'âme, manager d'équipe, gestionnaire de centre de profit, cadre supérieur ou manager terrain.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 0,5 % du CA HT (redevance marketing)
- **Formation proposée :** 1 à 3 mois

FITNESSBOUTIQUE

420, boulevard de Charavines
38500 VOIRON
Tél. 04 58 17 28 51
Mail : franchise@fitnessboutique.fr
Site web : franchise.fitnessboutique.fr/

FITNESS
BOUTIQUE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente et conseils sur les appareils de fitness et musculation, sur les compléments alimentaires et sur les accessoires pour tous les sportifs
- **Création de l'enseigne :** 1999
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1999, création de la société et lancement du site Internet marchand www.fitnessboutique.fr.
 - 2004, premier magasin à Issy-les-Moulineaux.
 - 2009, ouverture du premier magasin pilote 100 % diététique en centre-ville de Grenoble.
 - 2011, ouverture des deux premiers magasins franchisés à Avignon et Fréjus.
 - 2012, ouverture des premières franchises en Outre-Mer et à l'étranger.
 - 2015, première participation au salon mondial du Body Fitness.
 - 2016, lancement du nouveau concept FITNESS-BOUTIQUE.
 - 2019, déménagement dans le nouveau siège de 2 500 m² toujours situé à Voiron (38).
 - 2025, les 25 ans de l'enseigne FITNESSBOUTIQUE, et 117 points de vente.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Nathalie ROBERTO
(Responsable Opérations Réseaux)
franchise@fitnessboutique.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 38
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 81
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 13

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 380
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 170 et 270

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des commerçants et bons gestionnaires. Aptitude à manager, avoir le sens du service client, avoir du leadership et être passionné par l'univers de la vente.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 5 000 à 7 000 € HT
- **Redevances directes :** 4,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3 000 € de frais de communication
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Quatre semaines de formation initiale (au siège et en magasin).

FITNESS PARK

1, avenue du Général-de-Gaulle
TOUR HYFIVE
92800 PUTEAUX
Tél. 01 86 52 88 00
Mail : accueil@fitnesspark-group.com
Site web : <https://www.fitnesspark.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Enseignement de disciplines sportives et d'activités de loisirs
- **Création de l'enseigne :** 1986
- **Ouverture de la première franchise :** 2009
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 2015, Philippe Herbette acquiert le groupe Moving, fondé en 1986. Fort de son expertise dans le secteur du fitness, il entreprend de développer FITNESS PARK, un concept au positionnement inédit sur le marché.

Plus de 15 ans plus tard, FITNESS PARK est élue marque de l'année 2025, une reconnaissance qui récompense son modèle de clubs innovant. La marque s'adapte en permanence aux nouvelles tendances de consommation et offre une expérience unique à ses adhérents.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Aurélie ROUILLON

(Directrice du développement)

arouillon@fitnesspark-group.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 100
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 217
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 62

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, centres commerciaux, retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 400
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneurs plurifrançisés et investisseurs
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 45 K€ HT
- **Redevances directes :** 6 % + 2,4 % (publicité).
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Certains achats doivent seulement être faits auprès de la tête de réseau.
- **Formation proposée :** 15 jours en succursale pour la France et 3 semaines pour l'international.

FLEURS Ô NATUREL

61, avenue André-Maginat
37100 TOURS
Tél. 06 42 17 37 74
Mail : clairemaffille@fleursonnaturel.com
Site web : www.fleursonnaturel.com/



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Fleuriste en libre-choix
- **Création de l'enseigne :** 2003
- **Ouverture de la première franchise :** 2005
- **Étapes marquantes de son évolution :**

FLEURS Ô NATUREL est le premier groupe familial en fleuristerie, réunissant des magasins intégrés et en franchise depuis 2003. L'enseigne propose fleurs, compositions artisanales et plantes, dans des boutiques pensées pour le bien-être, la sérénité et l'authenticité.

Sur un marché dynamique aux produits intemporels, FLEURS Ô NATUREL se distingue par son savoir-faire reconnu, sa vision responsable et son modèle performant. Le groupe accompagne des entrepreneurs d'une communauté humaine et prospère.

Nouveautés 2025-2026 :

- Emballages responsables et design
- 3 ouvertures avec le nouveau concept

Récompenses notables :

- Trophée de la Gestion et de la Performance économique 2023/2024.
- Trophée d'Excellence pour la Formation et le Savoir-faire 2024/2025.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Claire MAFILLE
(Responsable développement franchise)
clairemaffille@fleursonnaturel.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 23
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 4
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, axes entrées et sorties de villes et structurants, périphérie avec axes passants à forte visibilité.
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 à 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 650
- **Apport personnel en K€ :** De 50 à 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** À partir de 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des personnes en reconversion motivé(e)s à développer leur esprit entrepreneurial et rejoindre la communauté florale FLEURS Ô NATUREL : authentique, responsable, prospère. Il n'est pas nécessaire d'avoir des connaissances horticoles préalables.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 10 000 €
- **Redevances directes :** 3,5% CA HT/mois de redevance d'enseigne
- **Redevances indirectes :** 0,5% CA HT/mois de redevance de communication
- **Formation proposée :** Centre de formation certifié Actions de formation, Qualiopi. Formation de 6 à 10 semaines – 7 000 € à l'école du groupe et en magasin.

FLUNCH

Département FRANCHISE

4, rue de l'Espoir

59260 LEZENNES

Tél. 03 20 43 59 59

Mail : jeancharles.lambert@flunch.fr

Site web : www.flunch.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration en libre-service
- **Création de l'enseigne :** 1971
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**

L'enseigne FLUNCH est un des principaux acteurs de la restauration libre-service en France présente en France et en Italie. Le premier restaurant a ouvert dans le centre commercial d'Englos (métropole lilloise) en 1971. En 1999, l'enseigne lance un réseau de franchisés qui compte aujourd'hui plus de 44 implantations. À ce jour, 130 restaurants sont ouverts 7/7j.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Karine CARRADORE

(Directeur Franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 86
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 44
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 9

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 700 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 3 000
- **Apport personnel en K€ :** 150 min.
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des investisseurs exploitants, commerçant, manager, charismatique, leader, formateur, gestionnaire, aimant les clients.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA TTC
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA TTC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale et continue pour le franchisé, son encadrement et les équipes de restaurant. Outil d'e-learning à disposition.

FNAC

9, rue des Bateaux-Lavoirs
ZAC Port d'Ivry
94200 IVRY-SUR-SEINE
Tél. 01 55 21 57 93
Mail : franchise@fnac.com
Site web : <https://www.fnac.com/ouvrir-franchise>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente à distance de produits et de services culturels, informatiques et de communications
- **Création de l'enseigne :** 1954
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondée en 1954, FNAC est une enseigne de référence dans la distribution de produits culturels, de loisirs et de technologies. Reconnue pour son expertise, la qualité de son conseil et son expérience client omnicanale, la FNAC développe son réseau en franchise afin de renforcer sa proximité territoriale. Ce modèle permet à des entrepreneurs indépendants de s'appuyer sur la puissance de la marque, un concept éprouvé, une offre adaptée aux marchés locaux et un accompagnement structuré, garantissant performance et pérennité.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe AZERARAK
(Directeur franchise)
philippe.azerarak@fnacdarty.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 89
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 112
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

FRANCK PROVOST

104, avenue Charles-de-Gaulle
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. 01 45 61 69 70
Mail : marie.boudin@provalliance.fr
Site web : www.franckprovost.com

FRANCK
PROVOST
PARIS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Coiffure
- **Création de l'enseigne :** 1975
- **Ouverture de la première franchise :** 1995
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondée en 1975 par Yvon Provost, la société FRANCK PROVOST COIFFURE a pour objet de promouvoir et développer la marque FRANCK PROVOST pour l'exploitation d'un réseau en franchise au niveau national et international. La marque FRANCK PROVOST est devenue bien plus qu'une icône de la coiffure, c'est aujourd'hui une référence synonyme de bien-être, d'expertise, et un créateur de tendances qui redéfinit l'expérience en salon. Coiffeur Officiel des Femmes, FRANCK PROVOST propose des collections faciles à vivre et glamour. Les équipes formées à toutes les techniques exclusives vous accueillent dans un décor élégant et raffiné.
- **Contact franchise et développement :**
M. Arnault TURRA
(Développement national)
arnault.turra@provalliance.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 172
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 290
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville et centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 350
- **Apport personnel en K€ :** 30 (en moyenne)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Coiffeur, investisseur
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 1 350 € HT puis 3 % par an
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale + permanente et décentralisée pour les managers et leur équipe. Possibilité de stages illimités au Centre de Perfectionnement.

FRANPRIX

123, quai Jules-Guesde
94400 VITRY-SUR-SEINE
Tél. 07 86 37 17 64
Mail : rgharbi@franprix.fr
Site web : <https://franchise.franprix.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Commerce de proximité
- **Création de l'enseigne :** 1958
- **Ouverture de la première franchise :** 1958
- **Étapes marquantes de son évolution :**

La proximité alimentaire est notre savoir-faire depuis plus de 60 ans et nous avons toujours su nous réinventer et garder un quart d'heure d'avance sur la concurrence.

Près de 10 ans après Mandarine, FRANPRIX lance son nouveau concept Oxygène au service de nos clients et de nos franchisés :

– pour les consommateurs : offrir une expérience d'achat exceptionnelle, autour du triptyque : courses du quotidien, services, restauration,

– pour nos franchisés : booster la fidélité et attirer de nouveaux clients afin d'améliorer leur rentabilité. L'enseigne revient sur les fondamentaux de son métier de commerçant : affirme davantage son rôle d'acteur local et cultive ses atouts : l'innovation et l'adaptation permanente.

- **Contact franchise et développement :**
M. Rim GHARBI
(Développement national)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 146
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 588
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 23

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 5 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 à 600 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 000
- **Apport personnel en K€ :** 200 à 500
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 500 à 1 000

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Professionnels avec plusieurs années d'expérience de direction dans le secteur de la distribution ; professionnels dans la restauration rapide ou traditionnelle ; tout autre commerçant.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Dépôt de garantie sur stock
- **Formation proposée :** Minimum 4 semaines : mix entre formation théorique à notre académie et immersion en magasin.

FRENCH COFFEE SHOP

401, avenue Vulcain
33260 LA TESTE-DE-BUCH
Tél. 06 50 63 61 44
Mail : contact@frenchcoffeeshop.com
Site web : <https://frenchcoffeeshop.com/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Réseau de coffee shops
- **Création de l'enseigne :** 2002
- **Ouverture de la première franchise :** 2004
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2002, création de la marque par Fabienne et Daniel Videcoq qui rentrent des États-Unis.
2004, développement en réseau via des contrats de partenariat.
2020, cession du réseau à Pierre et Carole Stupfel, anciens exploitants. Restructuration interne et transition vers un contrat de Franchise. Optimisation des magasins et de leurs comptoirs pour faciliter la pratique métier.
2022, rebranding et relance du développement.
2023, mise en place d'une redevance de communication et digitalisation du réseau.
2024, première participation au salon de la franchise : Franchise Expo Paris.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Julie-Anne DUGOU
(Directrice marketing)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 50
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Centre-ville, centre commercial
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 80 et 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 300
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 220

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçants, dynamiques, motivés, appétence pour la gestion, reconversion professionnelle.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 24 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 3 semaines de formation initiale.

GAUTIER

Rue Georges-Clémenceau
BP 10
85510 LE BOUPÈRE
Tél. 02 51 61 40 00
Mail : developpement@gautier.fr
Site web : <http://www.gautier.fr>

GAUTIER
Meublez, Vivez

LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Fabricant de meubles
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2005
- **Étapes marquantes de son évolution :**
L'entreprise propose du mobilier pour toutes les pièces de la maison : salons, séjours, chambres à coucher adultes, et enfants, rangements.
Dotée d'un savoir-faire unique, la marque GAUTIER se différencie avec une équipe de designers intégrés qui écrivent chaque jour l'histoire de la marque en proposant des créations au design novateur et pensées pour s'intégrer parfaitement à nos espaces de vie.

Répondant à de très hautes exigences de qualité, le mobilier GAUTIER est conçu et fabriqué en Vendée où l'entreprise possède trois sites de production.

GAUTIER est présent dans plus de 60 pays dans le monde avec son réseau de 120 magasins.

- **Contact franchise et développement :**
M. Mikael MAHOT
(Responsable développement France)
mmahot@gautier.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 6
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 62
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 150 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 800
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des personnes dynamiques et passionnées par l'univers de la vente, de l'habitat et souhaitant s'investir dans une aventure professionnelle et humaine enrichissante.
- **Durée du contrat :** 6 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** Néant
- **Redevances indirectes :** Communication locale : 2 % sur le CA vente. Communication nationale : 4 % sur les factures achats.
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Deux semaines en entreprise pour deux personnes. Centre de formation interne agréé QUALIOP.

GÉNÉRALE D'OPTIQUE

Site Immontigny, bât. Éole
1, rue Jean-Pierre-Timbaud
CS 30729
78060 SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES CEDEX
Tél. 01 30 13 81 00
Mail : ouverturefranchise@grandVision.fr
Site web : www.generale-optique.com

Generale d'Optique 

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Opticien. Fournisseur d'optique de détail
- **Création de l'enseigne :** 1993
- **Ouverture de la première franchise :** 2002
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Depuis 30 ans nous revendiquons notre combat pour l'accès de tous à la santé visuelle en misant sur des produits de qualité aux meilleurs prix.

Notre concept, qui continue de bousculer les idées reçues, reste le socle de nos convictions et ce n'est pas près de s'arrêter. C'est pourquoi Générale d'Optique s'engage à offrir à chacun le plaisir de bien voir.

2022, Générale d'Optique intègre le groupe Essilor – Luxottica.

2023, Générale d'Optique fête ses 30 ans, les 20 ans du réseau Franchise.

2024, Générale d'Optique déploie un nouveau concept architectural inspirant.

2025, Générale d'Optique : c'est si simple de bien voir !

- **Contact franchise et développement :**

M. Emmanuel COUTEAU

(Directeur Franchise GRANDVISION)

ouverturefranchise@grandvision.fr

Mme Séverine DAL COMPARE

(Directrice des Ventes Franchise)

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Zone commerciale, retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 à 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 751
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 340

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Opticien diplômé ou non, ayant géré un centre de profit avec une expérience en management et en gestion
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT (redevance d'enseigne), 6 % du CA HT (communication nationale)
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Approvisionnement exclusif
- **Formation proposée :** Selon les besoins du franchise, nous assurons un accompagnement adapté et personnalisé allant de 4 à 7 jours de formation avant l'ouverture du magasin.

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 393
- **Nombre d'unités franchisées :** 279
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 6

GÉNÉRALE DES SERVICES

GROUPE GDS EXPANSION

43, avenue du Grésillé

49000 ANGERS

Tél. 02 41 34 13 43

Mail : franchise@generaledesservices.com

Site web : www.generaledesservices.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Concept multispécialiste d'agences de services à la personne à destination des actifs et des personnes âgées ou en situation de handicap
- **Création de l'enseigne :** 1999
- **Ouverture de la première franchise :** 2008
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Depuis plus de 25 ans, GÉNÉRALE DES SERVICES propose la plus large gamme de services auprès des particuliers et notamment un accompagnement complet des séniors pour leur permettre de rester à domicile le plus longtemps possible en toute sécurité : auxiliaire de vie, téléassistance, adaptation du logement, aides techniques, matériel médical... Nous positionnons le client au centre de notre attention, chaque agence est implantée à proximité de ses clients et le savoir-faire de l'enseigne est récompensé depuis plus de 6 ans par le magazine *Capital* dans la catégorie Meilleures enseignes de Services à la Personne ainsi que par nos clients qui sont satisfaits à plus de 96 %. L'enseigne innove tous les ans en faveur du développement des franchisés.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Laetitia DELAVAU
(Chargée de Développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 7
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 68
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 50 000 à 150 000 habitants
- **Emplacement :** Axe passant visible, n° 2
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 700
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 100 et 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Compétences en gestion financière et administrative, management & commerce. Esprit de réseau, aisance relationnelle. Appétence pour les services à la personne. Un niveau BAC + 3 ou une expérience significative de management est un plus.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Six semaines de formation initiale. Accompagnement in situ lors de l'ouverture. Deux réunions régionales par an. Une convention annuelle. Des webinaires réguliers.

GRANDOPTICAL

Site Immontigny, bât. Éole
1, rue Jean-Pierre-Timbaud
CS 30729
78060 SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES CEDEX
Tél. 01 30 13 81 00
Mail : ouverturefranchise@grandVision.fr
Site web : www.grandoptical.com

GRANDOPTICAL

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Opticien. Fournisseur d'optique de détail
- **Création de l'enseigne :** 1989
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Un concept fort. Un positionnement serviciel unique. Depuis plus de 30 ans, l'enseigne GRANDOPTICAL propose sa vision de l'optique dans ce qu'elle a de meilleur : l'expertise, l'innovation, les services et le choix avec un concept de magasin moderne, innovant et différenciant et un référencement produit moyen/haut de gamme.
2019, GRANDOPTICAL fête ses 30 ans.
2022, GRANDOPTICAL intègre le Groupe EssilorLuxottica.
2023, lancement d'un nouveau concept architectural innovant.
2025, GRANDOPTICAL se réinvente !
- **Contact franchise et développement :**
M. Emmanuel COUTEAU
(Directeur de la Franchise GrandVision France)
ouverturefranchise@grandvision.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 139
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 51
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1 ou 1bis en centre-ville, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 345
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Opticien diplômé ou non, ayant le sens du commerce, ayant managé une équipe et géré un centre de profit.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT (redevance d'enseigne), et 3 % du CA HT (redevance de communication nationale).
- **Redevances indirectes :** Redevance de communication locale : 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Selon les besoins du Partenaire Franchisé, accompagnement adapté et personnalisé allant de 4 à 8 jours de formation avant l'ouverture du magasin.

GUY HOQUET L'IMMOBILIER

Paris Porte de Gentilly
39, avenue Paul Vaillant-Couturier
94250 GENTILLY
Tél. 01 75 64 01 88
Mail : entreprendre@guy-hoquet.com
Site web : <https://franchise.guy-hoquet.com/>

GUY HOQUET

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau d'agences immobilières
- **Création de l'enseigne :** 1992
- **Ouverture de la première franchise :** 1994
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créé en 1994, GUY HOQUET s'est imposé comme un acteur majeur du marché immobilier. Avec 450 agences réparties sur le territoire et à l'international, le groupe est aujourd'hui le troisième réseau d'agences immobilières franchisées en France. GUY HOQUET compte 2 600 collaborateurs en 2025 et affiche un CA de 140 millions d'euros. En 2019, GUY HOQUET L'IMMOBILIER a rejoint le groupe Arche pour poursuivre son développement sur le territoire et intégrer de nouveaux services. En 2023, GUY HOQUET L'IMMOBILIER lance HOQUET BUSINESS, un nouveau modèle de cabinet d'affaires spécialisés en transactions professionnelles. Le président de GUY HOQUET, Stéphane Fritz, a reçu en 2025 le Ruban d'Argent de la franchise, catégorie Franchiseur de l'Année.
- **Contact franchise et développement :**
M. Samir NADJAI
(Directeur du développement)
s.nadjai@guy-hoquet.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 450
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 60

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 15 000 habitants à 30 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 60 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 380
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 105

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Cadres en reconversion de tous secteurs d'activités, collaborateurs d'agences immobilières, dirigeants d'agences indépendantes.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 18 500 € HT
- **Redevances directes :** 690 € HT / mois + 4 %
- **Redevances indirectes :** 290 € HT / mois + 1 %
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Onze semaines. Formation théorique centralisée, formation pratique en agence et accompagnement individualisé à l'élaboration de projet.

HELP CONFORT

45, rue Maurice-Berteaux
78600 LE MESNIL-LE-ROI
Tél. 01 74 08 65 53
Mail : franchise@helpconfort.com
Site web : <https://www.helpconfort.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Dépannages et services d'urgence à domicile (plomberie, serrurerie, électricité, vitres) et en entreprises
- **Création de l'enseigne :** 2000
- **Ouverture de la première franchise :** 2009
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 2000, création de la première agence spécialisée dans le dépannage d'urgence.
 - 2009, relance du réseau.
 - 2015, élargissement de l'offre aux petits travaux de rénovation (amélioration de l'habitat) et aux volets roulants.
 - 2016, rachat de HELP CONFORT par AXEO SERVICES et intégration au groupe LA POSTE.
 - 2017, rachat de l'agence de Saint-Nazaire et création du point pilote, structuration de la tête du réseau, refonte total de la formation initiale et accélération du développement en franchise.
 - 2021, HELP CONFORT DEVELOPPEMENT devient 100 % filiale du groupe LA POSTE.
 - 2022, développement de l'offre PMR.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Sandra Dos Santos
(Développement national)
sdosantos@lps-reseaux.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 55
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 18

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 200 000 à 300 000 habitants
- **Emplacement :** Zone artisanale ou industrielle
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 350
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 95

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commercial et manager ayant la fibre du bâtiment.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 4 semaines de formation initiale : 2 semaines au siège sur les aspects pratiques et théoriques + 1 semaine en immersion au sein de l'agence pilote + 1 semaine de formation technique.

HIPPOPOTAMUS

55, rue Deguingand
92300 LEVALLOIS-PERRET
Tél. 01 53 45 83 83
Mail :
franchisehippopotamus@groupe-bertrand.com
Site web : www.hippopotamus.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Steak House à la française. Spécialiste de la viande grillée
- **Création de l'enseigne :** 1968
- **Ouverture de la première franchise :** 1988
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Importée des États-Unis en 1968, HIPPOPOTAMUS est une enseigne mythique à forte renommée.

Depuis le rachat par le Groupe Bertrand en 2017, la marque a été entièrement repositionnée en Steak House à la française avec un nouveau concept, une nouvelle communication, un nouveau mode de cuisson à la braise qui donne un goût unique à la viande, son expertise.

Ouvrir une franchise HIPPOPOTAMUS c'est s'adosser à Bertrand Franchise.

C'est se lancer dans un projet entrepreneurial unique auprès du leader de la restauration en franchise en France.

- **Contact franchise et développement :**
M. Christophe TANGUY
(Directeur Franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 25
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 76
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 80 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 800
- **Apport personnel en K€ :** 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant ; gestionnaire ; manager ; entrepreneur. Restaurateurs souhaitant transformer leur restaurant ; investisseurs ; cadres supérieurs ; micro-accédants.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 + 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Frais de formation et d'assistance à l'ouverture : 15 000 € HT
- **Formation proposée :** 5 semaines de formation théorique et opérationnelle.

HOMEBOX

22-28, rue Henri-Barbusse
92110 CLICHY
Tél. 01 41 27 46 43
Mail : franchise@homebox.fr
Site web : www.homebox.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Location de box de stockage en libre-service pour particuliers et professionnels. Accès 6 h/23 h et 7 j/7, 100 % sécurisé (sous vidéosurveillance et alarme).

- **Création de l'enseigne :** 1996

- **Ouverture de la première franchise :** 2006

- **Étapes marquantes de son évolution :**

HOMEBOX a été fondé par Nicolas ROUSSELET, actuel président et PDG du Groupe Rousselet. La direction générale déléguée est assurée par Soukaina ARHARBI et Vincent POIROT.

Filiale du Groupe Rousselet, HOMEBOX est le leader français du self-stockage et pionnier de l'activité en France depuis sa création en 1996.

Numéro 2 européen avec plus de 190 agences et espaces de stockage, dont plus de 150 en France, HOMEBOX est également présent dans cinq pays européens (Espagne, Suisse, Allemagne, Portugal et Andorre).

En 30 ans, HOMEBOX s'est ainsi dotée d'un maillage territorial dense et unique sur le marché français du self-stockage.

- **Contact franchise et développement :**

M. Yoan LE JAOUEN

(Responsable développement Franchise)

y.lejaouen@homebox.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 80
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 66
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, centre-ville, zone d'activité et commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 2 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Propriétaire de bâtiment souhaitant sécuriser un investissement immobilier ou personne souhaitant investir dans du foncier et de l'immobilier.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 10 à 50 K€ HT
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Quatre semaines dont trois en immersion sur site.

HYDROPARTS ASSISTANCE

ECO RIVER PARC
30, rue des Peupliers
92000 NANTERRE
Tél. 01 56 05 20 45
Mail : contact@hydroparts-assistance.fr
Site web : www.hydroparts-assistance.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Maintenance, contrôle et dépannage 7/24 hayons élévateurs
- **Création de l'enseigne :** 2010
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Pionnier sur son marché depuis 2010, le concept HYDROPARTS Assistance a été développé par des professionnels du hayon élévateur, pour tous les professionnels utilisant des véhicules équipés de ce type d'appareil de levage : artisans, commerçants, déménageurs, gestionnaires de flottes, transporteurs, logisticiens... Devenu le 1^{er} réseau national, expert du hayon élévateur, intervient sur site avec des ateliers mobiles, équipés de plus de 300 références de pièces détachées, pour la maintenance, le contrôle réglementaire et l'assistance 7/24. En 2025, le réseau, adhérent à la FFF, compte 29 franchisés, intervenant sur plus de 90 départements.
- **Contact franchise et développement :**
Mlle Géraldine LERAUX
(Directrice franchise)
geraldine.leraux@dhollandia.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 29
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Départements
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 600
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 45

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Esprit d'entreprise, de commerce et capacité à développer commercialement son activité ; aptitude à évoluer dans un secteur technique, sens du service et disponibilité.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 200 €/mois (communication)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Six semaines. Théorie, pratique, formation technique et commerciale.

ACCOR FRANCE SAS
2, rue de la Mare-Neuve
91021 EVRY CEDEX
Tél. 01 61 61 80 80
Site web : <https://ibis.accor.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie économique
- **Création de l'enseigne :** 1973
- **Ouverture de la première franchise :** 1974
- **Étapes marquantes de son évolution :**
IBIS, marque économique du groupe Accor, allie confort et qualité au meilleur prix. Créé en 1974, IBIS est le leader européen et la quatrième chaîne mondiale de l'hôtellerie économique avec plus de 1 200 hôtels et 155 000 chambres dans 67 pays. La marque innove constamment pour proposer une expérience unique dans des hôtels contemporains. La signature « We are open » positionne chaque hôtel comme un lieu de vie qui invite chaque client, voyageur ou voisin à venir se détendre en musique, à travailler, à se retrouver autour d'un verre.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAOU
(Chief Development Officer Europe North Africa)
philippe.bijaoui@accor.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 312
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Selon ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** 1 500 € HT à 2 500 € HT / chambre
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

IBIS BUDGET

ACCOR FRANCE SAS
2, rue de la Mare-Neuve
91021 EVRY CEDEX
Tél. 01 61 61 80 80
Site web : <https://ibis.accor.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie, tourisme
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Bienvenue chez IBIS BUDGET, la marque très économique de Accor.

Cette marque astucieuse, chaleureuse et décontractée, incarne les valeurs de partage, de confort et de simplicité. Idéale pour des clients qui ont une vie toujours en mouvement, IBIS BUDGET propose des chambres douillettes pour 1, 2 ou 3 personnes, des espaces au design contemporain et fun, des hôtels accessibles 24 h/24 et un petit-déjeuner à volonté. Situés à proximité des axes routiers, des aéroports, et en ville, les hôtels IBIS BUDGET offrent un rapport qualité/prix très compétitif. Avec plus de 600 hôtels et 61 000 chambres, la marque est présente dans 20 pays.

- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAUI
(Chief Development Officer Europe North Africa)
philippe.bijaoui@accor.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 325
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Selon ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** 1 000 € HT à 1 600 € HT/chambre
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

IBIS STYLES

ACCOR FRANCE SAS
2, rue de la Mare-Neuve
91021 EVRY CEDEX
Tél. 01 61 61 80 80
Site web : <https://ibis.accor.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie économique
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**
IBIS STYLES, marque économique du groupe Accor, propose une expérience design accessible, joyeuse et créative. Situés au cœur des villes ou à proximité des centres d'activités, chaque établissement est unique et possède son propre univers (ré)créatif qui surprend ses clients tout au long de leurs séjours pour mieux les fidéliser. La marque la plus appréciée du segment économique, a mis en place de multiples attentions pour les petits et grands, faisant de ses hôtels des lieux accueillants, ludiques et inspirants. Le réseau compte plus de 470 hôtels et 48 800 chambres répartis dans 48 pays.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAOU
(Chief Development Officer Europe North Africa)
philippe.bijaoui@accor.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 255
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Selon ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** 800 € HT à 1 250 € HT/chambre
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

INDIANA CAFÉ

42 bis, boulevard de Bonne-Nouvelle
75010 PARIS
Tél. 01 43 35 02 34
Mail : olivier.dutertre@indianacafe.fr
Site web : <https://franchise.indianacafe.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Brasserie américaine. Tex-mex
- **Création de l'enseigne :** 1988
- **Ouverture de la première franchise :** 1994
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Véritable précurseur du burger, de l'Happy Hour et des tacos, INDIANA CAFÉ offre une immersion dans l'univers des brasseries américaines avec une atmosphère décontractée, une musique entraînante et une cuisine généreuse.

Avec ses grands espaces, ses décors ethniques, ses cocktails latinisés, INDIANA CAFÉ est le croisement entre l'étendue nord-américaine, et l'héritage de la brasserie française. Deux marqueurs identitaires de notre franchise réunis autour d'une figure : l'Indien. Ambiance animée garantie toute l'année avec des billards et des écrans pour la diffusion d'événements sportifs.

Plus qu'une simple expérience de restauration : c'est entrer dans l'esprit d'une brasserie américaine... du lever au coucher du soleil !

- **Contact franchise et développement :**

Mme Prisca INGREMEAU
(Directrice Franchise)
prisca.ingremeau@indianacafe.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 14
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 12
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 80 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT:NC**
- **Apport personnel en K€ :** De 250 à 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 1 000 et 1 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur, restaurateur avec de véritables qualités de commerçant et de gestionnaire.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 40 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formations des équipes y compris le dirigeant en salle et en cuisine.

IRRIPISCINE BY IRRIJARDIN

Route de Toulouse
A64 – Sortie 28
31410 NOÉ
Tél. 05 61 90 89 00
Mail : kduriez@irripiscine.fr
Site web : <http://www.irripiscine.fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Loisirs et équipements du jardin (vente de matériel et produits de piscine, arrosage et SPA)
- **Création de l'enseigne :** 1989
- **Ouverture de la première franchise :** 2004
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créé en 1989, IRRIPISCINE BY IRRIJARDIN a été le premier concept de libre-service à proposer des solutions d'arrosage à monter soi-même, avec une ambition fondatrice : rendre les produits professionnels accessibles aux particuliers.

La franchise débute en 2004 à Strasbourg et connaît depuis une croissance continue. Le réseau s'ouvre à l'international en 2023 avec un magasin à Marrakech, puis en 2025 avec une ouverture à Barcelone. Cette dynamique se poursuit en 2026 avec la signature d'une master franchise en Espagne. Fin 2024, le réseau adopte l'enseigne IRRIPISCINE BY IRRIJARDIN, affirmant un repositionnement stratégique centré sur son cœur de métier : la piscine.

Aujourd'hui, le réseau compte 140 magasins, dont 5 ouvertures en 2025.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Karen DURIEZ
(Développement national)
kduriez@irripiscine.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 18
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 122
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 70 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 250 et 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 950
- **Apport personnel en K€ :** 75
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 275

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profil dynamique, doté d'un excellent sens du relationnel et animé par la passion de la vente. Bon gestionnaire, curieux et motivé. L'expérience n'est pas indispensable ; un intérêt pour l'aménagement extérieur constitue un réel atout.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 13 500 €
- **Redevances directes :** 3,25 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 0,6 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale de 4 mois, dispensée par notre Académie de formation certifiée QUALIOPI, incluant une immersion en magasin. Accompagnement personnalisé par une équipe dédiée jusqu'à l'ouverture.

ISOLATION BY TRYBA

ZI Moulin
67110 GUNDERSHOFFEN
Tél. 06 49 81 13 86
Mail : aadjissa@isolationbytryba.fr
Site web : www.isolationbytryba.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Expert en travaux énergétiques (Isolation par l'extérieur, ravalement de façades, bardage, VMC, combles, PAC)
- **Création de l'enseigne :** 1988
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**

ISOLATION BY TRYBA est un réseau de franchise spécialisé dans l'isolation thermique des maisons. Elle propose divers services destinés à améliorer le confort et l'efficacité énergétique via les métiers suivants : Isolation thermique par l'extérieur, ravalement de façade, isolation des combles, bardage, ventilation mécanique contrôlée, chauffage.

Nous disposons d'une notoriété nationale, de produits à marque, d'un avis technique Européen via le système QUALISOSTYL, de garanties spécifiques (15 ans), d'engagement sur les résultats via le label unique en France Ecoreha.

Avec notre centre de formation et le suivi continu de nos animateurs, nous sommes en capacité d'accompagner toutes personnes motivées à se lancer dans un marché en plein essor.

- **Contact franchise et développement :**
M. Ahmed ADJISSA
aadjissa@isolationbytryba.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 20
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Environ 30 000 pavillons en Province, 15 000 en région parisienne
- **Emplacement :** Magasin avec vitrine et accessibilité (parking proche)
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 50 et 60 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 30 à 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Candidats avec une orientation commerciale B to C et une appétence technique. L'esprit réseau sera déterminant dans le cadre de nos recrutements, la motivation et l'esprit d'entreprise seront également privilégiés.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 5,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation de 14 jours sur l'ensemble du concept. Isolation by TRYBA bénéficie de son propre centre de formation. Formation continue avec accompagnement permanent par les animateurs.

IXINA FRANCE
10, rue de Rome
BAT 6015 - Zone ROISSYPOLE AÉROPORT
CS 15608
95724 ROISSY CDG CEDEX 1
Tél. 01 49 38 95 40
Mail : monmagasin@ixina.com
Site web : www.jouvreurmagasinixina.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** IXINA, le franchiseur spécialiste de la cuisine équipée
- **Création de l'enseigne :** 1971
- **Ouverture de la première franchise :** 1997
- **Étapes marquantes de son évolution :**

IXINA France, filiale du groupe FBD, fondée en Belgique en 1971 et présente en France depuis 25 ans, compte plus de 200 magasins dans l'hexagone, répartis sur tout le territoire. Certifiée ISO 9001 par le Bureau Veritas et élue meilleure Chaîne de magasins de 2018 à 2025, IXINA s'engage au quotidien à faire de chaque rêve de cuisine une réalité. IXINA poursuit son développement pour atteindre 240 magasins et devenir un acteur majeur sur la marché de la cuisine équipée répartis sur tout le territoire.

Depuis 2021, IXINA a lancé la bourse au talent pour que des professionnels talentueux puissent en bénéficier.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Julie BACHARD
(Chargée de support développement et immobilier)
monmagasin@ixina.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 202
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 11

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N°1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 300
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 350 et 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Vous êtes commerçant dans l'âme, avec une expérience en cuisine ou aménagement intérieur ? Rejoignez IXINA, qui vous accompagne dans chaque étape d'ouverture ou de reprise !
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 3,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 4,5 % du CA HT (publicité)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale de cinq semaines + deux en immersion (directeur et vendeurs) + formation continue et e-learning + formation terrain.

JEAN LOUIS DAVID

104, avenue Charles-de-Gaulle
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. 01 45 61 69 70
Mail : marie.boudin@provalliance.fr
Site web : www.jeanlouisdavid.com

Jean Louis David

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Coiffure
- **Création de l'enseigne :** 1961
- **Ouverture de la première franchise :** 1979
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 1961, Jean-Louis David ouvre son premier salon à Paris, son savoir-faire, ses techniques révolutionnaires et sa vision originale le propulsent au rang des plus grands coiffeurs parisiens. Très vite, il fait partie de la jet-set parisienne de la coiffure et tout le monde connaît son nom. L'obsession de Jean-Louis David ? S'approcher au plus près des évolutions de la société et des tendances. Mais surtout, libérer la personnalité de chaque personne à travers son style. Concrétiser l'expression "Be Yourself". C'est en grande partie cette approche, axée sur les personnes en tant qu'individus, qui a fortement contribué au succès de la marque.

- **Contact franchise et développement :**
M. Arnault TURRA
(Développement national)
arnault.turra@provalliance.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 44
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 224
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis (centre-ville et centres commerciaux)
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 350
- **Apport personnel en K€ :** 30 (en moyenne)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Coiffeur, investisseur
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 1 350 € HT puis 3 % par an
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale + permanente et décentralisée pour les managers et leur équipe. Possibilité de stages illimités au Training Center.

JEFF DE BRUGES

JEFF DE BRUGES DIFFUSION

Parc du Bel Air

12, avenue Joseph-Paxton

77614 FERRIÈRES-EN-BRIE

Tél. 01 64 66 63 00

Mail : devenir.franchise@jeff-de-bruges.com

Site web : www.jeff-de-bruges.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution de chocolats, crèmes glacées, dragées et produits de confiserie
- **Création de l'enseigne :** 1985
- **Ouverture de la première franchise :** 1986
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Entreprise française JEFF DE BRUGES ouvre sa première boutique de chocolats en 1986, l'enseigne connaît immédiatement un grand succès. En 2012, JEFF DE BRUGES inaugure une boutique sur la prestigieuse avenue des Champs-Élysées, et deux ans plus tard rue de Rivoli, à Paris. Fin 2025, le réseau compte 534 magasins dont 479 en France. JEFF DE BRUGES devient cacaoculteur en 2017. À ce jour, les fèves de cacao entrant dans l'élaboration du chocolat de couverture proviennent de ses propres plantations en Équateur.

Reconnu pour la qualité de ses chocolats, son service en boutique, JEFF DE BRUGES élue « Marque Préférée des Français » en 2024.

- **Contact franchise et développement :**
M. Florian JAMBON
(Responsable Développement France & Export)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 147
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 332
- **Créations d'unités en 2025 :** 14

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 30/40 m² et 25 m² (réserve)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 521
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 120 à 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 16 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 2,8 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Apport de 30 à 40 % de l'investissement total
- **Formation proposée :** 6 semaines de formation initiale et des formations proposées tout au long de l'année en présentiel ou via notre plateforme digitale.

JULES

HAPPYCHIC

152, avenue Alfred-Motte

59100 ROUBAIX

Tél. 03 20 99 36 36

Site web : www.jules.com

JULES

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente d'articles textile pour hommes
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1991
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1991, création de l'enseigne CAMAÏEU HOMME.
 - 2000, le réseau racheté par l'AFM change de nom et devient JULES.
 - 2024, JULES lance son nouveau concept de magasin.
 - 2025, JULES compte désormais 398 magasins (dont 316 en propre) en France et à l'étranger.
- **Contact franchise et développement :**
 - M. Jeremy MARTIN
 - (Directeur Franchise)
 - jmartin@jules.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 282
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 44
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** N°1, centre-ville, retail park ou centre commercial à proximité d'enseignes de PAP leaders
- **Superficie moyenne du point de vente :** 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250 en moyenne

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profil d'entrepreneur avec une expérience souhaitée dans le secteur Commerce distribution
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 10 K€
- **Redevances :** 2 % du CA HT
- **Commission :** 40 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Redevances informatiques
- **Formation proposée :** Formation initiale et formation permanente.

KEEP COOL

150, route d'Éguilles
13122 VENTABREN
Tél. 09 72 60 45 00
Mail : developpement@keepcool.fr
Site web : <https://www.keepcool.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Les salles Keepcool sont accessibles 7j/7 de 6 h à 23 h toute l'année, même les jours fériés, pour une totale liberté.
- **Création de l'enseigne** : 2002
- **Ouverture de la première franchise** : 2006
- **Étapes marquantes de son évolution** :
Social Sports Club, KEEPCOOL est une enseigne de salles de sport nouvelle génération reposant sur un concept de social sports club alliant accessibilité, bien-être et performance. Créée en 2002, la marque démocratise la pratique sportive en proposant une expérience moderne et accessible à tous. Le réseau compte aujourd'hui 270 clubs en France, en Belgique et en Outre-Mer, majoritairement développés en franchise. Les clubs proposent plusieurs espaces d'entraînement (cardio, musculation, stretching, studios vidéo...) et deux concepts immersifs : Box'in et Bik'in. L'application mobile KEEPCOOL permet aux adhérents de s'entraîner librement, réserver leurs cours et accéder au club de 6 h à 23 h, 7j/7, à un positionnement tarifaire compétitif.
- **Contact franchise et développement** :
M. Robin ROCHETTE
(Responsable Développement franchise)
robin.rochette@keepcool.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 80
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 184
- **Créations d'unités franchisées en 2025** : 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement** : N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente** : 480 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 420
- **Apport personnel en K€** : 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** :
À partir de 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Cadre en reconversion, commerçants, métier du sport. Investisseur, entrepreneur en capacité de développer plusieurs sites rapidement pour mailler un territoire.
- **Durée du contrat** : 5 ans
- **Droit d'entrée** : 36 000 € HT
- **Redevances directes** : 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : 2,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières** : NC
- **Formation proposée** : Inclus dans les droits d'entrée. Formation Nouveau Gérant : 1 semaine. (2 personnes). Semaine d'intégration ; équiper 1 semaine (2 personnes).

KELLER WILLIAMS

Centre d'affaires la Boursidière
Rue de la Boursidière
92350 LE PLESSIS-ROBINSON
Tél. 01 46 21 48 70
Mail : developpement@kwfrance.com
Site web : www.kwfrance.com

kw FRANCE
KELLERWILLIAMS.
IMMOBILIER

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau de franchises immobilières
- **Création de l'enseigne :** 1983
- **Ouverture de la première franchise :** 2016
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondée en 1983 par Gary Keller et Joe Williams à Austin, Texas (États-Unis), KELLER WILLIAMS est la plus grande compagnie immobilière du monde avec plus de 205 000 membres et 1 200 Market Centers. Présente dans l'hexagone depuis 2016, la société Keller Williams France compte aujourd'hui 11 Market Centers.

Vous vous questionnez sur le devenir de votre agence immobilière indépendante ? Affiliez-vous à KELLER WILLIAMS et bénéficiez d'outils performants et de formations qui facilitent l'accompagnement de vos agents. Tout cela en conservant votre identité.

- **Contact franchise et développement :**
M. Armand VARTABEDIAN
(Directeur du Développement)
developpement@kwfrance.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 10
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Emplacement proche des axes routiers et stationnement, zone commerciale ou activité principalement
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 à 600 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** De 200 à 400
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Keller Williams France recherche des entrepreneurs en quête d'innovation et de renouveau de leur profession. Des leaders reconnus pour leurs compétences et conscients de la nécessité d'investir dans la formation et l'accompagnement de leurs agents.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 80 000 € HT
- **Redevances directes :** Redevance mensuelle de 8 % de la production
- **Redevances indirectes :** 54 €/mois par membre Keller Williams et 150 €/mois par Market Center
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation « Franchise Systems Orientation » dispensée aux franchisés KW avant leur prise de fonction, puis une fois tous les deux ans. Pour les agents : formations Ignite et Starter dispensées par les Market Centers.

TOUR W
102, terrasse Boieldieu
92800 PUTEAUX
Tél. 01 84 11 00 00
Mail : kfc.accueil@yum.com
Site web : www.kfc.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 2001
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Filiale du Groupe Yum ! Brands, KFC est présente en France depuis 34 ans et compte 405 restaurants au 31 décembre 2025 répartis sur l'ensemble du territoire. Grâce à ses 16 000 collaborateurs, l'entreprise sert plus de 200 000 clients par jour. Spécialiste du poulet, KFC FRANCE propose à ses consommateurs une offre accessible fondée sur des produits de qualité. Ceux-ci sont issus de filières d'approvisionnement rigoureusement sélectionnées et cuisinés selon des recettes uniques et un savoir-faire inimitable. KFC FRANCE est une entreprise engagée dans une démarche d'amélioration continue en matière de nutrition, de bien-être animal et d'environnement.
- **Contact franchise et développement :**
M. Nicolas GABRIEL
(Directeur Développement)
Mme Malaurie FORETS
(Directrice des ressources humaines
& Responsable Performance Franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 405
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 25

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1 ou 1 bis centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 250 pour le format location-gérance
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Expérience de gestion et managériale confirmée acquise en qualité de dirigeant(e) (expérience entrepreneuriale), Directeur(trice) d'unité commerciale ou de production.
- **Durée du contrat :** 10 ans renouvelables
- **Droit d'entrée :** 60 K€
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Contribution au marketing national : jusqu'à 5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Devenir franchisé(e) KFC c'est bénéficier d'un accompagnement incluant un parcours de formation opérationnelle et de gestion complet en restaurant et auprès de nos équipes fonctions support.

KIABI

4A, rue du Moulin-de-Lezennes
59260 LEZENNES
Tél. 03 20 81 45 00
Mail : p.lenne@kiabi.com
Site web : www.kiabi.com

KIABI

la mode à petits prix

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Leader français de la mode à petit prix pour toute la famille
- **Création de l'enseigne :** 1978
- **Ouverture de la première franchise :** 2005
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1978, création du premier magasin.
1993, KIABI part à la conquête de l'Europe.
2005, 70 millions d'articles vendus sur l'hexagone et le Web. Développement en Espagne et en Italie.
Ouverture du premier magasin affilié en France.
2020, KIABI est leader du marché en France.
Entreprise omnicanal, 9 500 collaborateurs, présente dans 20 pays.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe LENNE
(Responsable Administratif et Financier Affiliation)
p.lenne@kiabi.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 231
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 121
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 80 000 à 100 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, gestionnaire et manager, bien implanté dans le tissu économique local.
- **Durée du contrat :** 7
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** Commission sur CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Rénovation du magasin (dernier concept) à chaque renouvellement de contrat
- **Formation proposée :** 2 mois pour l'affilié et 1 mois pour le directeur magasin et 2 semaines pour les équipes de vente, théorique et pratique.

L'ONGLERIE

SAS L'ONGLERIE

40, avenue Ferdinand-de-Lesseps

33610 CANÉJAN

Tél. 06 87 70 64 72

Mail : franchise@l-onglerie.fr

Site web : <https://www.l-onglerie.fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Prestataire de services en pose d'ongles, beauté des mains et des pieds. Cosmétique
- **Création de l'enseigne :** 1983
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
L'Onglerie® France est un réseau spécialisé dans la beauté des ongles, des mains et des pieds depuis 1983. Notre marque est leader du marché. L'Onglerie® vous accompagne tout au long de votre activité. Nous proposons des formations et des conseils d'experts pour aider nos franchisés à perfectionner leurs techniques et à tirer le meilleur parti de nos produits professionnels. Nous proposons une gamme complète de produits à la vente pour offrir des résultats professionnels et durables avec des ingrédients d'origines naturels. Nous mettons un point d'honneur à innover constamment pour rester à la pointe des tendances et des technologies.
- **Contact franchise et développement :**
M. David DURAND
(Directeur Réseau)
d.durand@l-onglerie.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 110
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 30 et 60 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 200
- **Apport personnel en K€ :** 15
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
Des personnes avec l'esprit d'entreprendre et collaboratif voulant intégrer un réseau dynamique et un esprit commerçant. Passionnés de l'esthétique.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 17 000 € HT
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** L'Onglerie Académie propose des formations adaptées à tous. Nos programmes innovants couvrent les dernières techniques de la prothèse ongulaire, le marketing digital et la gestion client.

LA BOUCHERIE

Rue du Paon
ZI de la Romanerie Nord
49124 SAINT-BARTHÉLEMY-D'ANJOU
Tél. 02 41 969 969
Mail : franchise@la-boucherie.fr
Site web : <https://pro.la-boucherie.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration à thème
- **Création de l'enseigne :** 1987
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**

LA BOUCHERIE RESTAURANT : la façon la plus joviale de partager une bonne viande !

L'enseigne doit sa réputation à sa qualité, la convivialité de ses restaurants et au professionnalisme de son réseau.

Les restaurants LA BOUCHERIE sont nés en 1974 et se développent en franchise depuis 1997. Aujourd'hui l'enseigne compte 142 restaurants en France métropolitaine, dans les DOM-TOM et à l'étranger.

LA BOUCHERIE RESTAURANT est une enseigne du Groupe Baudaire, propriétaire de son propre atelier de découpe et d'affinage qui garantit la traçabilité et la qualité de la viande, de sa plateforme de distribution, de son centre de formation ainsi que d'une unité de création des recettes.

- **Contact franchise et développement :**
M. Jacky BARRETEAU
(Directeur Développement)
franchise@la-boucherie.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 22
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 120
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 20 000 à 25 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1bis, centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** De 200 à 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 200
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** L'enseigne LA BOUCHERIE RESTAURANT s'adresse aux personnes motivées par l'envie d'entreprendre, ayant une appétence pour le commerce, la gestion d'équipe et la relation clients.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 55 500 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 4 à 8 semaines en formation initiale pour tout nouveau franchisé.

LA CABANE D'ACHILLE ET CAMILLE

5, rue Maurice-Barrès
54000 NANCY
Tél. 03 83 40 88 89
Mail : franchise@achilleetcamille.com
Site web : <http://www.achilleetcamille.com/>



La cabane
d'Achille & Camille

L'éveil de votre enfant, autrement...

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Micro-crèches centrées sur le bien-être des enfants, des parents et des équipes pédagogiques. Large amplitude horaire. Approche Snoezelen.
- **Création de l'enseigne :** 2014
- **Ouverture de la première franchise :** 2017
- **Étapes marquantes de son évolution :**

LA CABANE D'ACHILLE & CAMILLE est un réseau de microcrèches créé en 2014 et développé en franchise depuis 2017. Nos Cabanes s'articulent autour du respect de l'enfant et de la communication bienveillante. Elles sont innovantes et dotées d'un espace Snoezelen, favorisant le bien-être et la découverte sensorielle. Leurs horaires flexibles s'adaptent aux besoins des parents actifs : du lundi au vendredi de 05 h 30 à 22 h 30. Le réseau est élu en 2020 « Révélation de la Franchise », validant ainsi le potentiel du secteur de la petite enfance et la pertinence de l'accompagnement apporté aux franchisés. En 2022, il obtient le prix de la croissance et en 2023, Junior Noubissi, dirigeant de l'enseigne reçoit le ruban d'argent de la franchise.

- **Contact franchise et développement :**

Mlle Sandra GONZALEZ
(Accueil réseau)
franchise@achilleetcamille.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 7
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 85
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 12

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 240
- **Apport personnel en K€ :** 15
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 195

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous souhaitons collaborer avec des franchisés ayant une réelle appétence pour la petite enfance et partageant les mêmes valeurs et aspirations que LA CABANE D'ACHILLE & CAMILLE.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 850 €
- **Redevances directes :** 4 % (animation) + 1,5 % (communication)
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 2 semaines de formation théorique. 2 semaines de formation pratique. 2 jours de formation d'équipe avant ouverture.

LA COMPAGNIE DU LIT

44ter, boulevard Saint-Antoine
78150 LE CHESNAY
Tél. 06 72 85 89 03
Site web : www.lacompagniedulit.com



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2024

- **Activité :** Hyper-spécialiste matelas et sommiers de grandes marques de literie
- **Création de l'enseigne :** 1988
- **Ouverture de la première franchise :** 2008
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 1988, l'enseigne LA COMPAGNIE DU LIT s'est développée régulièrement puis s'est ouverte à la franchise en 2008 pour renforcer son développement, et faire partie des leaders en tant que spécialistes literie en France. Les magasins, volontairement épurés, mettent en valeur les literies de grandes marques et une offre répondant au plus grand nombre.
Prévisions sur les trois années à venir : 30.

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 64
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 40
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 40 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, 1 bis, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 1,5 % du CA HT (la 1^{re} année), 2 % du CA HT (la 2^e année), 3 % du CA HT (la 3^e année)
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :**
Immersion en magasin entre 8 et 15 jours.
Formation produits
Formation efficacité commerciale
Formation gestion commerciale
Formation e-learning.

LA CÔTE & L'ARÊTE

164, route de Revel
31400 Toulouse
Mail : franchise@lacoteetlarete.fr
Site web : www.lacoteetlarete.fr

LA CÔTE & L'ARÊTE RESTAURANT

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Restauration traditionnelle
- **Création de l'enseigne :** 2012
- **Ouverture de la première franchise :** 2016
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 2009, ouverture du premier restaurant à Toulouse.
 - 2012, ouverture du premier restaurant LA CÔTE & L'ARÊTE à Labège.
 - 2014-2015, ouvertures : Montauban et Toulouse centre. LA PAILLOTE à Aucamville devient LA CÔTE & L'ARÊTE.
 - 2016, lancement en franchise + 2017, lauréat des révélations de la franchise 2017. Ouverture de Blagnac et Clermont-Ferrand.
 - 2019-2023, 13 ouvertures : Villenave-d'Ornon, Cham-béry, Albi, Tours, Claye-Souilly, Bordeaux, Plaisance-du-Touch, Pau, Beauvais, l'Union, Issy-les-Moulineaux, La Valette-du-Var.
 - 2024, 3 ouvertures : Brest, Serris, Englos.
 - 2025, 87 % de nos franchisés se développent avec l'ouverture d'un deuxième resto ! + 6% de CA chez nos franchisés... un panier moyen à 34,29 €.
 - 2026, plus de 4 nouveaux restaurants à venir...
- **Contact franchise et développement :**
M. Vincent HERVOCHON
(Développement et franchise)
franchise@lacoteetlarete.fr
07 62 16 40 85

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 9
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 13
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Zone périphérique de grande ville
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 100
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Un candidat passionné avec un projet, ayant une aisance relationnelle et avec un sens de l'entrepreneuriat. Bon gestionnaire, aimant la cuisine maison & les viandes de qualité.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Douze semaines.

LA CROISSANTERIE

9, rue du Docteur-Finot
93200 SAINT-DENIS
Tél. 01 41 06 58 00
Mail : developpement@groupe-delineo.fr
Site web : www.lacroissanterie.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide à la française
- **Création de l'enseigne :** 1977
- **Ouverture de la première franchise :** 1979
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Acteur majeur de la restauration rapide, référence du travel retail en France et à l'international, le Groupe Delineo opère trois marques fortes, à l'offre distincte et complémentaire : LA CROISSANTERIE, MAISON PRADIER et ROBERTA. Avec plus de 300 points de ventes, le Groupe a su développer des concepts lisibles, incontournables et faciles à opérer. Cette performance se traduit par un rythme de croissance soutenu, avec plus de 50 ouvertures réalisées en trois ans.
- **Contact franchise et développement :**
M. Charles VEXIAU
(Directeur du Développement)
c.vexiau@groupe-delineo.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 24
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 216
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 27

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 40 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et Retail Park
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 700
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le Groupe Delineo mise activement sur les franchisés indépendants, aussi bien des entrepreneurs exploitants, désireux de s'appuyer sur un concept clés en main, que des franchisés « pionniers », prêts à construire un plan de développement ambitieux.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** 4,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 0,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale de 5 semaines minimum afin d'intégrer le process de fabrication des produits et le merchandising, l'organisation d'une journée...

LA GRANDE RÉCRÉ

26, rue Roger-Touton
33300 BORDEAUX
Tél. 01 84 34 01 00
Mail : sgros@lagranderecre.com
Site web : www.lagranderecre.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** LA GRANDE RÉCRÉ accompagne le développement de l'enfant dans toutes ses phases.
- **Création de l'enseigne :** 1977
- **Ouverture de la première franchise :** 2003
- **Étapes marquantes de son évolution :**

LA GRANDE RÉCRÉ, référence dans le jouet depuis 1977, est une marque française spécialisée dans le commerce des jeux, des jouets, de la fête, des loisirs et du divertissement pour toute la famille. « Les forces de LA GRANDE RÉCRÉ résident dans son histoire et sa nature mêlant valeurs humaines, passion d'entreprendre et esprit commerçant ».

LA GRANDE RÉCRÉ est forte de plus de 800 collaborateurs Parents Conseils passionnés, dans un réseau de près de 110 magasins, 30 villages Club Med ainsi que d'un site e-commerce lagranderecre.fr

Le 9 juin 2023, LA GRANDE RÉCRÉ a été reprise par le groupement EPSE JouéClub.

- **Contact franchise et développement :**

M. Stanislas GROS
(Directeur Commercial B to B)
sgros@lagranderecre.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 67
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 38
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** De 400 à 1 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 500
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC.
- **Durée du contrat :** NC
- **Droit d'entrée :** À partir de 10 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 2,5 % du CA HT (marketing)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Quatre semaines

LA MIE CÂLINE

ZAC du Clousis
18, rue des Essepes, CS 70718
85167 SAINT-JEAN-DE-MONTS CEDEX
Tél. 02 51 59 19 19
Mail : veroniqueg@lamiecaline.com
Site web : www.lamiecaline.com

la mie  câline

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Terminal de cuisson en pains, viennoiseries, pâtisseries, sandwiches, salades et produits traiteur
- **Création de l'enseigne :** 1985
- **Ouverture de la première franchise :** 1986
- **Étapes marquantes de son évolution :**

REJOIGNEZ LA MIE CÂLINE ET CROQUEZ LA VIE D'ENTREPRENEUR

Depuis 1985, LA MIE CÂLINE écrit une belle histoire de proximité et de gourmandise. Avec plus de 240 magasins et 2615 collaborateurs, notre réseau s'appuie sur un savoir-faire unique et un accompagnement qui font toute la différence.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Véronique GRONDIN
(Chargée de Recrutement Franchise)
veroniqueg@lamiecaline.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 14
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 223
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, en centre-ville ou en périphérie de ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 906
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 470

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Un franchisé LA MIE CÂLINE c'est un chef d'entreprise et un commerçant au contact de sa clientèle. Il est le référent de son équipe en maîtrisant les 5 métiers que sont : le management, la gestion, le commercial, la technique et l'hygiène.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** Royalties : 5 % du CA HT mensuel et Redevance publicitaire : 2 % du CA HT mensuel
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 5 000 € HT (formation)
- **Formation proposée :**
 - Initiale : modules e-learning ; 2 semaines théoriques ; 8 semaines pratiques en magasin ; missions de perfectionnements obligatoires.
 - Continue : catalogue de formations spécifiques.

LA VIE CLAIRE

111, avenue Marcelin-Berthelot
69520 GRIGNY-SUR-RHÔNE
Tél. 04 72 67 80 03
Mail : bcanard@lavieclaire.com
Site web : www.lavieclaire.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Alimentation biologique – Produits naturels
- **Création de l'enseigne :** 1946
- **Ouverture de la première franchise :** 1946
- **Étapes marquantes de son évolution :**

LA VIE CLAIRE, pionnière de la bio en France, incarne depuis toujours un engagement fort pour une alimentation saine et respectueuse de l'environnement. En 2025, notre réseau compte 315 magasins, dont deux tiers gérés par des franchisés, un modèle mixte qui garantit proximité et dynamisme local.

Notre grande force ? Une gamme unique de 2 000 produits à marque LAVIE CLAIRE, conçus pour répondre aux attentes des consommateurs en quête de qualité et de transparence. Notre raison d'être est claire : donner le goût de mieux consommer pour prendre soin des Hommes et de la Terre. LA VIE CLAIRE, bien plus qu'une enseigne, un acteur engagé pour un avenir durable.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Benedicte CANARD
(Marketing/Communication)
bcanard@lavieclaire.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 134
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 181
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 280 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** De 30 à 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** 80 % achats à la centrale
- **Formation proposée :** 6 semaines.

LA VIGNERY

3, rue Joseph-Jacquard
78120 RAMBOUILLET
Tél. 06 42 29 14 99
Mail : apereira@lavignery.fr
Site web : <http://www.lavignery.fr>

LA VIGNERY
VINS, WHISKIES, RHUMS, BIÈRES

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Entre le caviste et la grande distribution, un vrai spécialiste qui additionne les avantages de tous les formats.

- **Création de l'enseigne :** 2005

- **Ouverture de la première franchise :** 2015

- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créé en 2005, LA VIGNERY est un concept situé entre le caviste de centre-ville et la grande distribution, avec un savoir-faire de 20 ans et plus de 3 500 références de vins, bulles, spiritueux, bières et accessoires.

LA VIGNERY s'est d'abord développée en succursales durant les premières années afin de valider son modèle commercial et son modèle économique. Fin 2015, LA VIGNERY s'est ouverte à de nouveaux partenaires en s'ouvrant à la franchise avec la commission-affiliation. Le réseau compte à début 2026, 10 succursales et 13 affiliés – ainsi que des projets en cours.

- **Contact franchise et développement :**

M. Antony PEREIRA

(DG – Exploitation, Offre, Développement)

apereira@lavignery.fr

Mme Chloé DENOYELLE

(Marketing-communication)

cdenoyelle@lavignery.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 13
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants à moins de 10 minutes
- **Emplacement :** Retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 250 et 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 750
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 100 et 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Une âme de commerçant. La passion du produit. Un dynamisme opérationnel. Savoir manager des équipes de vente passionnées du vin et la vente. L'esprit réseau et vraie volonté d'entreprendre.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 6 semaines avant ouverture + formation continue durant 7 ans.

54 B, rue de Clichy
75009 PARIS
Mail : developpement@land-and-monkeys.com
Site web : <https://www.land-and-monkeys.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Boulangerie-pâtisserie
- **Création de l'enseigne :** 2020
- **Ouverture de la première franchise :** 2024
- **Étapes marquantes de son évolution :**

LAND&MONKEYS est le premier réseau de boulangerie 100 % végétale qui réconcilie alimentation durable et plaisir de bien manger. Baguettes, croissants, cookies, tartes, éclairs ou encore sandwiches et quiches : tous les incontournables de la boulangerie-pâtisserie y sont proposés en version végétale, c'est-à-dire sans beurre ni lait, ni crème, ni œufs, mais avec un impératif : le goût doit être encore meilleur ! Nos boulangeries & coffee shops sont pensés comme des lieux de vie offrant des espaces places assises accueillants et décontractés, comme à la maison ! Aujourd'hui présente à Paris, Bordeaux et Aix-en-Provence, LAND&MONKEYS à l'ambition de se développer en franchise dans les principales villes de France.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Mathilde GOURLET
(Directrice Franchise)
mathilde.gourlet@land-and-monkeys.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 7
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Premium
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 500
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 700

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
 - Expérience en gestion d'entreprise dans le retail ou la food,
 - Originaire/résident la zone territoriale visée,
 - Envie d'avoir un impact positif sur la planète et le vivant,
 - Capacité financière de développer plusieurs points de vente.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :**
 - Recherche d'emplacement/Financement,
 - Suivi des travaux/Sourcing équipement,
 - Recrutement et formation du personnel clé : Chef boulanger ; Responsable de boutique/gérant ; Traiteur,
 - Assistance au démarrage.

LDLC

LDLC Distribution
2, rue des Érables
69760 LIMONEST
Tél. 04 26 68 17 81
Mail : franchise@ldlc.com
Site web : www.franchise.ldlc.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente de produits informatique et high-tech. Services associés (montage, réparation et SAV)
- **Création de l'enseigne :** 1996
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1996, lancement du site LDLC.com. 1998, ouverture de la première boutique à Lyon. 2012, lancement officiel du Projet Franchise. 2014, ouverture de la première franchise LDLC à Bourgoin-Jallieu, suivie de quatre autres ouvertures. 2015, 5 ouvertures de magasins franchisés. 2016, LDLC devient membre de la Fédération Française de la Franchise. Le Groupe LDLC rachète Materiel.net. 2017, Ouverture de 5 boutiques LDLC en franchise. 2018, Ouverture de 12 boutiques LDLC dont 9 en franchise. 2019, Ouverture de 11 boutiques LDLC dont 9 en franchise. 2020, Ouverture de 6 boutiques LDLC en franchise. 2021, Ouverture de 6 boutiques LDLC en franchise. Au 31 décembre 2025, LDLC détient 90 boutiques dont 53 en franchise en France.
- **Contact franchise et développement :**
M. Guillaume Creuze
(Responsable Animation et Développement)
franchise@ldlc.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 37
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 53
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 000
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Qualités indispensables pour la réussite du projet : 1. Être commerçant dans l'âme. 2. Avoir un attrait pour l'univers high-tech. 3. Être un bon gestionnaire. 4. Avoir l'esprit d'entreprise. 5. Avoir un état d'esprit réseau, marque.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 37 350 €
- **Redevances directes :** 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** De 300 € à 900 € HT / mois (redevance informatique)
- **Formation proposée :** Initiale de 25 jours + accompagnement rapproché à l'ouverture.

LE COMPTOIR DE MATHILDE

952, Chemin de Piolenc
84850 CAMARET-SUR-AIGUES
Tél. 04 65 55 00 00
Mail : franchise@lecomptoirdemathilde.com
Site web : www.lecomptoirdemathilde.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Chocolaterie et épicerie fine
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Avec son chocolat de grignotage, sa pâte à tartiner haut de gamme (sans huile de palme, sans OGM et à forte teneur en pâte de noisettes), ses alcools de spécialité et ses condiments LE COMPTOIR DE MATHILDE propose un concept de boutique unique façon « retour aux sources » : décoration basée sur du bois de recyclage, décors anciens, ambiance cosy, bande-son nostalgique.

Autant d'éléments qui correspondent à une clientèle à la recherche de produits de qualité, goûteux, régressifs et abordables.

Une épicerie fine accessible à tous, des produits Made in France, régressifs et de qualité. Un concept qui séduit en France mais aussi à l'étranger.

- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe KRATZ
(Directeur général adjoint)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 12
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 148
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 15

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Emplacement n° 1 – Flux important
– Centre-ville et centre commercial
- **Superficie moyenne du point de vente :** 45 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 390
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 140

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant de proximité ou entrepreneur expert de sa zone d'implantation, amoureux et ambassadeur du savoir-faire français.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 18 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initial au siège, 4 jours. Formation boutique pilote, 5 jours. Formation d'ouverture en point de vente, 3 jours. Formation continue en présentiel et en digitale.

LE JARDIN DES FLEURS

Le Plaza
185, boulevard du Maréchal-Leclerc
CS 61880
33064 BORDEAUX
Tél. 05 57 81 20 81
Mail : developpement@floranova.fr
Site web : www.lejardindesfleurs.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fleuristes en libre-service
- **Création de l'enseigne :** 1987
- **Ouverture de la première franchise :** 1989
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Pionnier des réseaux de fleuristes en libre-service, LE JARDIN DES FLEURS accompagne et fédère des entrepreneurs vers la réussite grâce à un modèle économique rentable sur un marché qui ne connaît pas la crise. L'enseigne est très dynamique sur les réseaux sociaux. Sa stratégie digitale fait aujourd'hui partie intégrante du développement de l'enseigne, avec un seul but, générer du trafic en point de vente.
- **Contact franchise et développement :**
M. Vincent BENARD
(Responsable Développement)
v.benard@floranova.fr
SERVICE DÉVELOPPEMENT
developpement@floranova.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 24
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 84
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 12 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 550
- **Apport personnel en K€ :** De 30 à 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des hommes et des femmes avec l'esprit d'entreprendre, la connaissance du métier n'est pas obligatoire, la formation initiale franchise permet d'être opérationnel dès l'ouverture.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 17 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Redevance communication de 1,5 % sur CA HT
- **Formation proposée :** Formations certifiées Qualiopi.
 - Formation initiale (dix semaines), dans un centre de formation en interne.
 - Formation continue pour les responsables de magasin et les fleuristes.

LE PAIN QUOTIDIEN

49, rue Saint-Honoré
75001 PARIS
Tél. 01 44 78 02 91
Mail : olivier.tellechea@lepainquotidien.com
Site web : <https://www.lepainquotidien.com/fr/fr/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Restauration traditionnelle
- **Création de l'enseigne :** 1990
- **Ouverture de la première franchise :** NC
- **Étapes marquantes de son évolution :**

L'histoire LE PAIN QUOTIDIEN commence en 1990, avec l'ouverture de son premier restaurant à Bruxelles. C'est une histoire façonnée par un engagement inébranlable envers la qualité, la simplicité, la convivialité et l'authenticité, qui sont au cœur de notre proposition de valeur.

Nous mettons un point d'honneur à utiliser des ingrédients bios et locaux, à préparer nos plats de manière artisanale, et à offrir un cadre chaleureux qui favorise le partage et les échanges. Chaque restaurant est conçu pour être un véritable havre de paix où nos clients peuvent savourer de délicieux produits tout en se sentant comme à la maison.

- **Contact franchise et développement :**

M. Olivier Tellechea
(Directeur du Développement)
olivier.tellechea@lepainquotidien.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 12
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 10
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 100
- **Appoint personnel en K€ :** 140
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Expérience dans la restauration et/ou une appétence pour la boulangerie et la pâtisserie. Passion, qualité, sens du service. Connaissances du marché local et de son écosystème. Sens du commerce et du management.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 %
- **Redevances indirectes :** 2 %
- **Autres obligations financières :** Achats pains, viennoiseries, pâtisseries.
- **Formation proposée :** 5 semaines

LÉON

55, rue Deguingand
92300 LEVALLOIS-PERRET
Tél. 01 53 45 83 83
Mail: bertrandfranchise@bertrand-franchise.com
Site web: www.restaurantleon.fr

LÉON

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Fish Brasserie
- **Création de l'enseigne :** 1893
- **Ouverture de la première franchise :** 1989
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée à Bruxelles en 1893, l'enseigne LÉON est une marque intergénérationnelle connue et reconnue de tous.

Depuis 2020, et pour continuer de s'imposer comme le leader des produits de la mer, l'expérience LÉON est totalement réinventée avec un nouveau concept décoratif évoquant instantanément la plage et la légèreté des vacances.

LÉON devient le restaurant Seafood de référence.

Ouvrir une franchise LÉON c'est s'adosser à Bertrand Franchise.

C'est se lancer dans un projet entrepreneurial unique auprès du leader de la restauration en franchise en France.

- **Contact franchise et développement :**
M. Yann MICQUE
(Directeur du recrutement franchise)
y.micque@bertrand-franchise.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 33
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 38
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 60 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville et périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1700
- **Apport personnel en K€ :** 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, gestionnaire, manager, entrepreneur, cadre dirigeant, primo-accédants.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Frais de formation et d'assistance à l'ouverture : 15 000 € HT
- **Formation proposée :** 5 semaines théorique et opérationnel.

LEONIDAS

Avenue Robert-Schuman-21
B-1401 NIVELLES
BELGIQUE
Tél. +32 67 70 76 00
Mail : sales@leonidas.be
Site web : www.leonidas.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fabrication et commercialisation en gros et au détail de produits de confiserie, de chocolat et de sucre
- **Création de l'enseigne :** 1913
- **Ouverture de la première franchise :** 1960
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 1913, Leonidas Kestekides, confiseur grec et passionné de confiserie, écrivait les premières lignes d'une histoire, composée de pralines, de délices et de pur plaisir. Il était loin de penser qu'il allait fonder un véritable empire. Avec plus de 1 200 points de vente dans le monde, plus de 320 en France, l'entreprise familiale est devenu le leader international. Plusieurs concepts sont proposés (boutique classique, *shop in shop*, kiosque, chocolates & café) pour apporter une réponse à chaque projet, être au plus près du consommateur quelque soit l'importance de la ville, tout en véhiculant les valeurs de LEONIDAS : la qualité accessible à tous, la tradition et le savoir-faire mais aussi la modernité et le dynamisme.

- **Contact franchise et développement :**

M. Fabian RENARD
(Coordination Développement France)
fabian.renard@leonidas.be

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 9
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 324
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 17

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N°1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 40 à 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** De 40 à 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80 à 160

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nos franchisés viennent d'horizons différents, souvent issus des domaines de la vente, du commerce. Ils sont des passionnés de chocolats, partagent les valeurs de la marque. Ils sont des entrepreneurs dynamiques, motivés, avec le sens du commerce.
- **Durée du contrat :** Pas de durée limite
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** Néant
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Apport personnel conseillé : 50 K€ minimum
- **Formation proposée :** Formation d'intégration en plusieurs étapes : @learning, formation théorique et pratique à Nivelles et en succursale. Accompagnement à l'ouverture, suivi par un manager de réseau, formation continue.

LES MENUS SERVICES

JADE SERVICES DEVELOPPEMENT
11-13, rue de La Rochefoucauld
92100 BOULOGNE-BILLANCOURT
Tél. 07 50 64 50 12
Mail : franchise@les-menus-services.fr
Site web :
<https://franchise.les-menus-services.com/>



LA CONFIANCE À DOMICILE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** N°1 de la livraison de repas au domicile de personnes âgées
- **Création de l'enseigne :** 2003
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créé par Alain BALANDREAUD en 2003, LES MENUS SERVICES, leader du portage de repas aux particuliers s'engage pour le maintien à domicile des personnes âgées en leur proposant des repas variés, savoureux et adaptés à chaque régime. Avec plus de 6 millions de repas livrés en 2024 et un réseau solide de 140 agences, l'enseigne est devenue un acteur majeur du "bien vieillir" en France. Rejoindre la franchise, c'est entreprendre avec sens, s'impliquer dans une mission sociale essentielle et créer un lien de confiance avec les seniors de son territoire. Vous bénéficiez d'un modèle éprouvé, d'un accompagnement complet et d'un marché en pleine croissance, porté par des besoins réels et durables.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Hélène PROUTEAU
07 50 64 50 12
franchise@les-menus-services.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 9
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 126
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Axe passant visible, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 110

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le franchisé idéal possède un profil commercial affirmé et sait développer son activité localement. Manager de terrain capable de fédérer une équipe engagée auprès des seniors. Il excelle dans la création et l'entretien d'un réseau de prescripteurs.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 5,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 4 semaines dont 1 semaine de théorie et 3 semaines de pratique. Coût : 8 000 € HT.

MAIL BOXES ETC.

82, avenue du Maine
75014 PARIS
Tél. 01 41 90 12 10
Mail : franchise@mbefrance.fr
Site web : www.mbe-franchising.fr



MAIL BOXES ETC.®
#PeoplePossible

LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Prestataire de services dans l'envoi de colis, l'impression et la domiciliation BtoB | BtoC
- **Création de l'enseigne** : 1980
- **Ouverture de la première franchise** : 1980
- **Étapes marquantes de son évolution** :
MAIL BOXES ETC. a été créé aux États-Unis en 1980. Le réseau s'est exclusivement développé sous forme de franchise. Depuis 2009, la marque est détenue par un groupe familial italien basé à Milan. MAIL BOXES ETC. en France est une filiale directe de Fortidia, implantée depuis 2012 pour développer et animer le marché français. Avec plus de 100 Centres ouverts sur l'ensemble du territoire, MAIL BOXES ETC. ne cesse de croître sur un marché qui est lui aussi en pleine croissance depuis plusieurs années. MAIL BOXES ETC. allie qualité de services, réactivité et proximité pour toute prestation d'envois de colis en France et à l'International.
- **Contact franchise et développement** :
Mlle Jordane KECK
(Responsable Développement Franchise)
jkeck@mbefrance.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 106
- **Créations d'unités franchisées en 2025** : 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement** : Axe avec passage menant au centre-ville ou zone d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente** : Entre 100 et 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 460
- **Apport personnel en K€** : À partir de 45
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 93

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Avoir l'envie d'entreprendre, être à l'aise avec le développement commercial BtoB et les outils informatiques, volonté de s'impliquer au sein d'un réseau de franchise.
- **Durée du contrat** : 7 ans
- **Droit d'entrée** : 23 000 € HT
- **Redevances directes** : 6,5 % (royalties) + 1,5 % (marketing)
- **Redevances indirectes** : 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières** : NC
- **Formation proposée** : La formation dure 8,5 semaines qui sont décomposées en plusieurs parties différentes mêlant aussi bien théorie que pratique, qu'immersion en Centre afin de transmettre à chacun les clés pour réussir.

MAISON BÉCAM

1, rue de la Chanterie
49124 SAINT-BARTHÉLEMY-D'ANJOU
Tél. 02 41 18 20 96
Mail: developpement@maisonbecam.com
Site web: <https://maisonbecam.com/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Boulangerie - Pâtisserie
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2022
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Rejoindre MAISON BÉCAM, c'est rejoindre un réseau de boulangeries artisanales, passionnées par le produit. MAISON BÉCAM c'est une entreprise que nous portons, à l'esprit familial, et où nous cultivons la passion de l'authentique et la fierté du travail bien fait.

MAISON BÉCAM est une entreprise à taille humaine, proche de ses franchisés, de ses équipes et de ses clients.

Notre raison d'être : offrir des émotions positives à travers la dégustation de produits fabriqués artisanalement, à déguster sur place ou à emporter et pouvant être partagés.

Un lieu de vie aux cinq métiers, qui s'inscrivent dans la volonté de s'adapter au marché de consommation hors domicile et ainsi faire des boulangeries MAISON BÉCAM, des lieux de vie incontournables.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Justine LAGUIGNER
(Responsable marketing/communication)
justine.laguiner@maisonbecam.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 17
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 16
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 800

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des entrepreneurs passionnés, avec des compétences en gestion et un intérêt pour l'artisanat. Une expérience en commerce ou restauration est un plus. Rejoignez MAISON BÉCAM, ambassadeur de l'excellence, proximité et innovation.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 6 %
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Snacking. Boulangerie. Vente. Administratif. Management. Fonctions supports (RH, achats, qualité, exploitation). Formations sur nos prestataires (To Good To Go, Go Go, Inpulse, etc.)

MAISON DE LA LITERIE

116, boulevard Haussmann
75008 PARIS
Tél. 06 23 64 54 35
Mail : developpement@maisondelaliterie.fr
Site web : <http://www.maisondelaliterie.fr>

MAISON
DE
LA LITERIE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Literies, canapés convertibles, accessoires et linges pour la chambre
- **Création de l'enseigne :** 1980
- **Ouverture de la première franchise :** 1980
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Maison de la Literie – L'expertise du sommeil à la française – Créateurs d'harmonie
Leader de la literie avec 160 magasins en France, Maison de la Literie se distingue depuis plus de 45 ans par son positionnement unique de fabricant-distributeur. Ses collections, 100 % fabriquées en France dans ses propres ateliers, allient savoir-faire artisanal, innovation et durabilité. En magasin, des conseillers formés guident chaque client pour offrir des solutions sur mesure. Rejoindre le réseau, c'est s'appuyer sur une marque forte, un marché encore en croissance sur 2025 et un accompagnement complet par nos équipes intégrés pour entreprendre dans les meilleures conditions.
- **Contact franchise et développement :**
M. Geoffroy HUMBERT
(Développement national)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 11
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 134
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 150 000 habitants
- **Emplacement :** Zone n° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 700
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 130

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur(se) passionné(e), orienté(e) client, il ou elle incarnera les valeurs de l'entreprise : l'expertise, la proximité et le savoir-faire. Rigoureux(se) et engagé(e), saura fédérer une équipe et devenir un(e) référent(e) local(e) en literie.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 10 000 €
- **Redevances directes :** 3 % sur CA HT (gestion de l'enseigne) et 2 % sur CA HT (au titre de la publicité)
- **Redevances indirectes :** 1 % du sur CA HT (publicité locale)
- **Autres obligations financières :** Garantie à hauteur de 50 K€
- **Formation proposée :** Rencontre avec les services supports au siège. 2 jours en usine : technique de vente & formation produits. 4 jours en magasin. Outil de gestion ECOLIX. Solutions de financement. Formation Marques & Intranet

MARIETTE

11, Beaujardin
35410 CHATEAUGIRON
Tél. 02 99 22 23 55
Mail : developpement@bc-cap.com
Site web : <https://mariette-pains-patisseries.fr>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Boulangerie-Pâtisserie-Snacking, en périphérie et entrée de ville pour une clientèle familiale et active à prix abordable

- **Création de l'enseigne :** 2022

- **Ouverture de la première franchise :** 2024

- **Étapes marquantes de son évolution :**

MARIETTE, c'est la nouvelle génération de boulangerie-pâtisserie : un concept moderne, rentable et simple à exploiter, conçu pour offrir la qualité de l'artisanat sans les contraintes du métier de boulanger.

Notre modèle repose sur une offre complète : pains fraîchement cuits toute la journée, viennoiseries, pâtisseries, sandwiches, salades et snacking pensée pour couvrir tous les moments de consommation et maximiser le chiffre d'affaires.

- **Contact franchise et développement :**

M. Régis HALBERT

(Directeur développement)

regis.halbert@bccap.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 54
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 15
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants pour une agglomération ; 5 millions de visiteurs en centre commercial.
- **Emplacement :** Emplacement n° 1 en entrée de ville, périphérie, ou centre commercial
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 à 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** À partir de 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le franchisé MARIETTE est un commerçant-investisseur avec un sens aigu des affaires, des aptitudes managériales, et un goût pour le contact client. Pas besoin d'expérience en boulangerie. Profil indépendants, avec ambition de multifranchise.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 15 K€ HT
- **Redevances directes :** 5 % (exploitation)
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Le franchisé suit 3 mois de formation en immersion MARIETTE. Il est soutenu à chaque étape, de l'ouverture à l'accompagnement technique et commercial tout au long de son activité.

MÉDOR ET COMPAGNIE

300, rue Louis-Rustin
CS 44106 ARCHAMPS
74162 SAINT-JULIEN-EN-GENEVOIS
Tél. 06 42 76 62 01
Mail : abodet@medoretcie.com
Site web : <https://www.medoretcie.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Animalerie spécialisée dans l'alimentation et les accessoires pour chiens et chats
- **Création de l'enseigne** : 2002
- **Ouverture de la première franchise** : 2013
- **Étapes marquantes de son évolution** :
MÉDOR ET COMPAGNIE®
Experts en bien-être animal. Spécialistes des aliments et des accessoires pour chiens et chats depuis plus de 20 ans.
Offrir des solutions concrètes aux maîtres et à leurs compagnons.
- **Contact franchise et développement** :
M. Alain BODET
(Directeur développement)
abodet@medoretcie.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 42
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 19
- **Créations d'unités franchisées en 2025** : 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement** : N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente** : 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 850
- **Apport personnel en K€** : 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Un état d'esprit entrepreneur. Une volonté de réussir. Un sens du commerce aiguisé. Le goût de la conquête client et de la fidélisation. Une attitude bienveillante et la capacité de tisser une relation de proximité avec les clients. Un bon potentiel managérial.
- **Durée du contrat** : 5 ans
- **Droit d'entrée** : 15 000 € HT
- **Redevances directes** : 1,85 % du CA TTC
- **Redevances indirectes** : 0,7 % du CA TTC
- **Autres obligations financières** : Néant
- **Formation proposée** : Initiale : 4 à 6 semaines en magasin pilote (utilisation des outils informatiques, connaissance du concept, technique de vente, les gammes).

MERCURE

ACCOR FRANCE SAS
2, rue de la Mare-Neuve
91021 EVRY CEDEX
Tél. 01 61 61 80 80
Site web : <https://mercure.accor.com>

MERCURE HOTELS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie et restauration
- **Création de l'enseigne :** 1973
- **Ouverture de la première franchise :** 1975
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en France en 1973, MERCURE est une marque milieu de gamme qui allie la force d'un réseau international à des expériences authentiques et locales. L'engagement de la marque envers la qualité garantit un niveau de service constant et fiable dans chaque MERCURE à travers le monde, tandis que le design unique de chaque hôtel reflète le caractère et la culture de sa localité. Les équipes sont reconnues pour leur passion, leur enthousiasme et partagent leurs connaissances de la scène locale. Les hôtels MERCURE sont idéalement situés en centre-ville, en bord de mer ou en montagne, avec plus de 250 hôtels en France.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAOUÏ
(Chief Development Officer Europe North Africa)
philippe.bijaoui@accor.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 213
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Selon ville
- **Emplacement :** Selon ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** 1 500 à 2 000 € HT par chambre construite
- **Redevances directes :** Pourcentage du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

1, rue de l'Union
92500 RUEIL-MALMAISON
Tél. 06 07 14 19 13
Mail : recrutement-franchise@midas.fr
Site web : <https://devenir-franchise.midas.fr/fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Entretien et réparation rapide de l'auto-mobile
- **Création de l'enseigne :** 1976
- **Ouverture de la première franchise :** 1979
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1976, implantation de MIDAS en France.
1979, premier franchisé MIDAS en France.
1980, 17 centres MIDAS en France.
2009, 333 centres avec une évolution du portefeuille produits. Lancement de « LA Révision ».
2010, lancement du pneumatique MIDAS : le pneu TENOR.
2020, Éco Prévention, habilitation sur véhicules hybride et électrique à 100 %.
2022, E-Révision et Labellisation électrique.
2025, Midas Glass.
- **Contact franchise et développement :**
M. Laurent STROZYK
(Direction générale)
lstrozyk@midas.fr
M. Julien GOURAND
(Direction générale)
jgourand@midas.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 365
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 17

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** À proximité de zone de flux
- **Superficie moyenne du centre :** 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 849
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 190 et 360

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nos futurs franchisés sont de véritables entrepreneurs avec le sens du commerce, la passion du client et une réelle aptitude au management d'équipes de 4 à 6 personnes.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 25 K€ HT pour le premier, 12,5 K€ HT à partir du deuxième
- **Redevances directes :** 4,5 % sur CA et 1 % sur pneumatiques (dégressivité sur volume de CA)
- **Redevances indirectes :** 4 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale de six semaines (deux théoriques, quatre pratiques) et formation permanente gratuite.

MOBALPA

39, rue de la Saulne
74230 THÔNES
Tél. 04 50 65 53 50
Mail : franchise@fourniergroupe.com
Site web : <https://www.mobalpa.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Cuisines, salles de bains et agencements sur mesure
- **Création de l'enseigne :** 1948
- **Ouverture de la première franchise :** 1948
- **Étapes marquantes de son évolution :**

MOBALPA est une entreprise pionnière sur le marché de l'aménagement global de l'habitat, implantée depuis toujours au cœur des Alpes, en Haute-Savoie (à Thônes). Les plus de 75 années d'expérience en France et à l'international de la marque, née en 1948, lui confèrent un savoir-faire unique.

MOBALPA offre des services de conception, fabrication et installation d'agencements personnalisés et clés en mains. Elle intervient principalement dans les projets de cuisines, salles de bains et dressings mais ses produits d'aménagements sur mesure, fonctionnels et déco lui permettent de s'étendre à l'ensemble des pièces de la maison.

Son positionnement haut de gamme accessible combiné à une offre complète assure une expérience client différenciante !

- **Contact franchise et développement :**
franchise@fourniergroupe.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 11
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 230
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1-N°2 selon la zone
- **Superficie moyenne du centre :** 280 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 600
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous ne cherchons pas un franchisé au profil type mais un entrepreneur animé par une réelle passion et capable d'inspirer. Vous aimez le commerce, êtes passionné par les relations humaines et rigoureux dans chaque projet que vous entreprenez.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** 3,6 % du CA HT (communication)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance informatique annuelle : 7 850 €
- **Formation proposée :** Mobalpa dispose d'un centre de formation intégré reconnu par l'État. Les futurs franchisés bénéficient d'un parcours de formation afin de les accompagner et maximiser leurs chances de réussite.

MONCEAU FLEURS

EMOVA GROUP - MONCEAU FLEURS

145, rue Jean-Jacques-Rousseau

92130 ISSY-LES-MOULINEAUX

Tél. 06 66 63 53 58

Mail : franchise@monceaufleurs.com

Site web : <http://www.emova-group.com>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente de fleurs en libre-service
- **Création de l'enseigne :** 1965
- **Ouverture de la première franchise :** 1998
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Entreprenez avec MONCEAU FLEURS, leader du marché floral depuis 1965.

Rejoignez un réseau de franchise passionné et engagez-vous dans un univers qui a du sens, porté par l'émotion, la créativité et un fort potentiel de développement.

Fort de plus de 25 ans d'expérience en franchise, MONCEAU FLEURS accompagne ses partenaires à chaque étape de leur projet. 95 % des franchisés ont été formés sans expérience florale préalable, preuve d'un savoir-faire structuré et accessible.

Aujourd'hui, plus de 300 opportunités sont à saisir partout en France pour entreprendre au sein d'une enseigne humaine, solide et reconnue.

- **Contact franchise et développement :**
M. Olivier GINOUX
(Directeur développement immobilier et technique)
developpement@emova-group.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 30
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 185
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 13

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 15 000 habitants
- **Emplacement :** Angle n°1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 70 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 210

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Sens du commerce & du service. Capacité à gérer un magasin et piloter un centre de profit. Leadership et management positif. Respect des standards & autonomie d'entrepreneur. Avec ou sans expérience dans la fleur (formation complète intégrée).
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Jusqu'à 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** 7 000 € (formation et assistance à l'ouverture)
- **Formation proposée :** Un programme de formation initiale de 6 à 8 semaines (théorie + pratique / immersion en magasin) pour tous les nouveaux franchisés.

MONDIAL TISSUS

840, route du Mas-Rillier
69140 RILLIEUX-LA-PAPE
Tél. 04 37 85 12 30
Mail : franchise@mondialtissus.com
Site web : <https://groupe.mondialtissus.fr/franchise/>

Mondial TISSUS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente au détail de tissus d'habillement, d'ameublement et de mercerie
- **Création de l'enseigne :** 1981
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1981, un succès immédiat ! Création du réseau MONDIAL TISSUS.
 - 1987, naissance d'un leader. À cette époque, nous affirmons déjà notre place de n° 1 dans la vente de tissu au mètre et d'articles de mercerie.
 - 2010, un dirigeant inspirant. L'arrivée de Denis Levy est un nouveau souffle pour l'enseigne. Nous réalisons maintenant des projets tissus sur mesure, pour accompagner au plus près les ambitions de nos clients.
 - 2015, la franchise est en marche. Lancement de notre site e-commerce et ouverture du premier magasin en affiliation à Évreux : c'est un succès !
 - 2020, leader plus que jamais !
 - 2025, nos ambitions ont du souffle ! Près de 30 franchisés en activité.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Sophie MONTINTIN-LAMBIN
(Directrice du Développement en franchise)
smontintin@mondialtissus.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 85
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 25
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 600 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 800
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Pas de profil en particulier
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 18 000 €
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Trois à quatre semaines de formation dans nos magasins école. Deux semaines de formation pour l'équipe du franchisé.

14-16, rue Marc-Bloch
92116 CLICHY CEDEX
Tél. 01 78 99 90 00
Mail : lallamel@monoprix.fr
Site web : www.monoprix.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Alimentation, petite restauration, dépannage
- **Création de l'enseigne :** 2004
- **Ouverture de la première franchise :** 2009
- **Étapes marquantes de son évolution :**
monop' propose une large gamme de produits de qualité, pour répondre aux besoins quotidiens de clients citadins et actifs: des produits frais et de grande consommation, des plats à emporter ou à consommer sur place, des offres de traiteurs co-brandées, mais aussi un large choix de marques propres. À la fois humaine et connectée, l'enseigne développe des services toujours plus innovants et efficaces, avec une grande amplitude horaire et une place majeure accordée à la restauration à emporter. On les trouve à des endroits stratégiques, dans des zones très fréquentées.
- **Contact franchise et développement :**
M. Ludovic ALLAMEL
(Responsable recrutement Franchisé)
lallamel@monoprix.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 83
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 96
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** À la fois entrepreneur(s), gestionnaire(s), commerçant(s) et manager(s), vous serez à la tête d'une équipe de plusieurs collaborateurs et piloterez votre magasin en toute autonomie.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** 1,5 % du CA TTC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation personnalisée de 1 à 3 mois.

MONOPRIX

14-16, rue Marc-Bloch
92116 CLICHY CEDEX
Tél. 01 78 99 90 00
Mail : lallamel@monoprix.fr
Site web : www.monoprix.fr

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Alimentation, textile, maison, loisirs
- **Création de l'enseigne :** 1932
- **Ouverture de la première franchise :** 1932
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Devenir franchisé MONOPRIX, c'est faire le choix d'une enseigne présente dans le cœur des Français depuis plus de 90 ans. Bien plus qu'un supermarché, c'est une marque ancrée dans le patrimoine des Français, qui accompagne ses clients au quotidien en alliant praticité, plaisir et qualité. Acheter son déjeuner sur le pouce, dénicher des nouveautés ou des marques pépites, trouver une robe pour un anniversaire ou faire ses courses après 21 heures : MONOPRIX est l'alliée du quotidien des urbains comme des grands moments !
- **Contact franchise et développement :**
M. Ludovic ALLAMEL
(Responsable recrutement Franchisé)
lallamel@monoprix.fr

MONOPRIX

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 378
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 200
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 11

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 7 000
- **Apport personnel en K€ :** 500
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :**
À partir de 2 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** À la fois entrepreneur(s), gestionnaire(s), commerçant(s) et manager(s), vous serez à la tête d'une équipe de plusieurs collaborateurs et piloterez votre magasin en toute autonomie.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** 0,5 % du CA TTC alimentaire et 2 % du CA TTC non alimentaire
- **Redevances indirectes :** 0,15 HT % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation entre 1 et 3 mois.

MY BEERS

10, rue de l'Abbaye-de-Léoncel
26300 CHÂTEAUNEUF-SUR-ISÈRE
Tél. 04 69 61 40 36
Mail : contact@mybeers.fr
Site web : <https://www.mybeers.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Concept hybride de bar, cave à bière et street-food
- **Création de l'enseigne :** 2013
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Directement inspirée des habitudes anglo-saxonnes de l'afterwork, la franchise MY BEERS réunit dans un même lieu un énorme choix de bières craft, de spiritueux et de street food, tout cela baigné au son des DJs et des soirées à thèmes qui rythment le quotidien de nos franchises.

C'est donc une position unique dans le marché de la bière puisque MY BEERS propose plusieurs activités dans un même lieu :

- Dégustation au bar,
 - Vente au détail à la cave,
 - Offre de street food gourmande,
 - Vente aux particuliers, professionnels et associations,
 - Location de tirage pression.
- **Contact franchise et développement :**
M. Laurent NEUVILLE
(Directeur d'Enseigne)
l.neuville@mybeers.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 49
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N°1, parking, périphérie ou centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 900
- **Apport personnel en K€ :** 130
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 530

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Tout type de profil dynamique, entrepreneur et engagé. Nous assurons une formation complète
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** 4 % du CA TTC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 1 semaine de formation théorique au siège + 3 semaines de formation pratique dans notre établissement école + 10 jours d'accompagnement à l'ouverture de l'établissement.

NACHOS

Hangar 10
Quai Ferdinand-de-Lesseps
76000 ROUEN
Tél. 07 66 91 51 55
Mail : arnaud.fillion@nachos.fr
Site web : www.nachos.fr/franchisez-vous/



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Enseigne de restauration rapide d'inspiration mexicaine
- **Création de l'enseigne :** 2013
- **Ouverture de la première franchise :** 2017
- **Étapes marquantes de son évolution :**

NACHOS est l'enseigne leader de la Mexican Good Food, l'authenticité des saveurs Mexicaines alliées au savoir-faire français.

Nachos propose une gamme de produits Mexicains tels que les Fajitas, Tacos Mexicains, Quesadillas, Bowls, composés sous les yeux des clients selon ses envies à partir de légumes frais et viandes françaises. Notre guacamole maison est fabriqué chaque jour à partir d'avocats, d'oignons rouges et de coriandre frais.

Nos produits sont cuisinés sur place pour vous procurer un maximum de saveurs et de plaisirs.

Une expérience client qui restera gravée dans votre esprit.

- **Contact franchise et développement :**
M. Arnaud FILLION
(Développement national)
arnaud.fillion@nachos.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 9
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 24
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 en centre-ville, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 90 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 830
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçants. Entrepreneur manager. Multifranchisés. Expérience de gestion de BU. Le profil idéal de nos futurs franchisés : candidats ayant ses qualités, mais avec l'envie de se positionner comme ambassadeur de la marque.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** 10 000 € (formation initiale)
- **Formation proposée :** Journée découverte. Immersion en restaurant de 3 à 5 jours. Formation initiale de 5 semaines en restaurant (théorie et pratique). Accompagnement à l'ouverture. Mise à disposition d'un E-learning.

NATURALIA

14-16, rue Marc-Bloch
92110 CLICHY-LA-GARENNE
Tél. 01 78 99 96 96
Mail : servicedeveloppement@naturalia.fr
Site web : www.naturalia.fr

NATURALIA
C'est bon de manger sain

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution de produits biologiques
- **Création de l'enseigne :** 1973
- **Ouverture de la première franchise :** 2003
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Avec 220 magasins en France et à l'international, NATURALIA s'impose comme le leader incontournable de la distribution bio depuis 1973. NATURALIA incarne une vision audacieuse : rendre le bio accessible, gourmand et engagé.

Son secret ? Un engagement sans compromis pour une agriculture durable, des produits 100 % bio, et une innovation constante, comme son concept révolutionnaire « La Ferme », qui réinvente l'expérience d'achat en misant sur le local et le frais.

Depuis 2013, NATURALIA, LE leader français de la bio, propulse les entrepreneurs vers le succès avec un modèle de franchise ultra-performant et 100 % gagnant. Une marque engagée, humaine et innovante, qui allie plaisir, santé et rentabilité pour ses franchisés.

- **Contact franchise et développement :**
M. Ashvin MUNGUR
(Responsable réseau franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 161
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 50
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 150 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 à 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 15
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Vous êtes commerçant expérimenté dans le commerce alimentaire, de détail ou spécialisé, avec l'âme d'un manager et d'un entrepreneur ? Rejoignez l'aventure Naturalia pour construire votre réussite entrepreneuriale !
- **Durée du contrat :** Franchise : 5 ans, location-gérance : 1 an, renouvelable x 2
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** Redevances progressives : 1 % du CA TTC jusqu'à 1 M€ ; 1,5 % entre 1 M€ et 2 M€ ; 2,5 % au-delà de 2 M€
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Une formation sur mesure d'une durée minimale de 5 semaines est dispensée au sein de nos magasins écoles. Conçue pour s'adapter aux besoins et au niveau de chacun.

NESTENN

Centre d'Affaires Grand Var
Bât. A
1110, chemin des Plantades
83130 LA GARDE
Tél. 0806 800 116
Mail: developpement@nestenn.com
Site web: www.nestenn.com

nestenn
GROUPE D'AGENCES IMMOBILIÈRES

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Franchise immobilière
- **Création de l'enseigne :** 2017
- **Ouverture de la première franchise :** 2017
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créé en 2017, NESTENN est un acteur reconnu de la franchise d'agences immobilières grâce à son savoir-faire, ses services de qualité, une parfaite maîtrise du métier et un goût prononcé pour l'innovation. Avec plus de 400 agences immobilières et 2 000 collaborateurs en France, NESTENN place l'expérience et la satisfaction client au cœur de sa performance. Plus qu'un réseau, les agents immobiliers NESTENN sont avant tout des experts passionnés, dédiés à chaque projet immobilier, à chaque moment de vie. Avec 3 milliards de volume de ventes et 138 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025, les performances du groupe financent son ambition : offrir des solutions instantanées pour mieux loger ses clients, aujourd'hui comme demain.
- **Contact franchise et développement :**
M. Stéphane PREAUX
(Consultant Développement)
developpement@nestenn.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 400
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 15

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 50 000 habitants à 60 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, rue commerçante, si possible angle de rue, possibilité de stationnement
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 360
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100 à 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Candidats non issus de l'immobilier : en reconversion de tous secteurs d'activité ou professionnels de l'immobilier : agent immobilier, indépendant, négociateur, syndic, conseiller.
- **Durée du contrat :** 6 ans
- **Droit d'entrée dans le réseau :** De 12 000 € à 22 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT plafonné à 30 000 €/an
- **Redevances indirectes :** 380 € HT / mois
- **Autres obligations financières :** Redevance informatique 175 € HT / mois
- **Formation proposée :** 6 semaines alternant formation théorique et stages pratiques.

NICOLAS

1, rue des Oliviers
94320 THIAIS
Tél. 01 41 73 81 81
Mail : jveyssade@nicolas.com
Site web : www.nicolas.com



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Distribution via un réseau de magasins spécialisés de vins, champagnes et spiritueux
- **Création de l'enseigne :** 1822
- **Ouverture de la première franchise :** 1995
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Tout commence en 1822 sous Louis XVIII quand Louis Nicolas révolutionne le mode de consommation du vin en proposant la vente du vin en bouteilles. La Maison Nicolas est fondée à Paris avec l'ouverture d'une boutique et de trois dépôts, ce sont alors les prémices d'une grande aventure humaine. À l'époque où le vin se buvait sur place, ou s'achetait en tonneau, l'idée de Louis Nicolas va tout changer. En 1840, Louis Nicolas met en place la livraison à domicile qui marque un nouveau tournant dans l'histoire du vin. L'innovation passant aussi par l'offre, NICOLAS fut le premier à proposer en 1966 le Beaujolais Nouveau à grande échelle.

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 490
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 8
- **Créations d'unités franchisées en 2024 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 20 000 habitants à 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant. Passionné par le produit. Chef d'entreprise dans l'âme.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** Redevance proportionnelle : 0 %. Achats extérieurs : 10 % HT sur le montant des achats extérieurs
- **Redevances indirectes :** Montant annuel consacré à la publicité : 1 % du CA HT pour un minimum de 1 500 €
- **Autres obligations financières :** Montant publicitaire minimum consacré par le franchisé pour l'ouverture : 1 500 €
- **Formation proposée :** 4 semaines.

NOCIBÉ

770, boulevard Carnot
CS 82501
59040 LILLE CEDEX
Tél. 03 20 71 49 49
Mail : pboucher@nocibe.fr
Site web : www.nocibe.fr

NOCIBÉ
LA BEAUTÉ PARTAGÉE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Beauté, cosmétiques, parfumerie et institut de beauté
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 2000
- **Étapes marquantes de son évolution :**
NOCIBÉ a été fondée à Lille en 1984 par Daniel Vercamer sur une idée novatrice : rendre la parfumerie et le bien-être accessibles à toutes les femmes. À partir de 2000, NOCIBÉ développe aussi la franchise. Le Groupe DOUGLAS, leader européen de la parfumerie sélective, rachète NOCIBÉ en 2014. Depuis 2021, NOCIBÉ est le plus grand réseau français de distribution sélective de parfums et cosmétiques et le deuxième en termes de CA. NOCIBÉ a toujours eu à cœur de valoriser la proximité avec ses clients et l'expertise de ses conseils, fort d'un réseau de plus de 550 points de vente et de 450 instituts de beauté.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BOUCHER
(Directeur Réseau Franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 432
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 111
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 à 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 500
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :**
À partir de 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Tout candidat ayant déjà une expérience de commerçant de proximité, le sens client, des compétences en management, en gestion et un intérêt particulier pour l'univers de la Beauté.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** Nous consulter
- **Redevances directes :** Nous consulter
- **Redevances indirectes :** Nous consulter
- **Autres obligations financières :** Nous consulter
- **Formation proposée :** Huit jours de formation initiale : franchise, concept, vente et parfums + huit jours terrain pour les non parfumeurs.

NORAUTO

2A, boulevard Van-Gogh
59650 VILLENEUVE-D'ASCQ
Tél. 07 78 51 19 05
Mail : franchise@norauto.fr
Site web : <https://franchise.norauto.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Centre auto
- **Création de l'enseigne :** 1970
- **Ouverture de la première franchise :** 1981
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En 2003, le groupe NORAUTO reprend MAXAUTO (créé en 1970) et devient Mobivia Groupe en 2010. Forte de l'expérience acquise dans le cadre de l'exploitation de son réseau de franchise, l'enseigne MAXAUTO devient en 2011 NORAUTO FRANCE FRANCHISE : l'entité chargée de développer la franchise et d'accompagner les franchisés au sein de NORAUTO. Dès lors, NORAUTO FRANCE FRANCHISE accélère son développement et déploie progressivement dans son réseau l'ensemble des gammes et des services présents (e-commerce, logistique, communication...). Aujourd'hui le réseau NORAUTO France compte 420 centres, dont plus de 140 en franchise.
- **Contact franchise et développement :**
M. Thibaut CASTRO-DELANNOY
(Chargé de recrutement)
tcastrodelannoy@norauto.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 270
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 143
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 750 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 800
- **Apport personnel en K€ :** 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 550

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, doté d'un très bon relationnel. Bon gestionnaire, manager capable d'entraîner une équipe, entrepreneur, homme de terrain disposant d'une forte capacité de travail.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** La redevance mensuelle de franchise varie de 1,9 à 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Au minimum quatre mois de formation pratique, complétée par une formation théorique : la certification Entrepreneur franchisé (gestion, management...).

NOVOTEL

ACCOR FRANCE SAS
2, rue de la Mare-Neuve
91021 EVRY CEDEX
Tél. 01 61 61 80 80
Site web : <https://novotel.accor.com>

NO VO TEL

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie et restauration
- **Création de l'enseigne :** 1967
- **Ouverture de la première franchise :** 1967
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 1967, NOVOTEL est la marque fondatrice du groupe Accor. Les hôtels NOVOTEL proposent des lieux de vie à la fois chaleureux et multifonctionnels où les clients peuvent reprendre le contrôle du temps pour profiter des moments qui comptent vraiment : des chambres spacieuses au design simple et élégant, une restauration saine et équilibrée, des salles de réunion spécialisées et un personnel attentif. Les valeurs fondamentales de NOVOTEL sont l'innovation, l'engagement dans le développement durable, un niveau de qualité exigeant et homogène, et la générosité envers les familles.
Le réseau NOVOTEL est présent dans plus de 60 pays.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAOUÏ
(Chief Development Officer Europe North Africa)
philippe.bijaoui@accor.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 95
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Selon ville
- **Emplacement :** Selon ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** 2 000 à 3 000 € HT par chambre
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

O'MALO

10, rue du Rang-de-Veseaux
88200 SAINT-NABORD
Tél. 03 29 26 70 86
Mail : contact@omalo.fr
Site web : <https://www.omalo.fr/>



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Restauration rapide
- **Création de l'enseigne :** 2008
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2001, ouverture d'un premier fast-food à Plombières-les-Bains dans les Vosges : "Chez Malo".
2004, un second restaurant du même nom s'ouvre à Gérardmer sur les mêmes principes : service sur place ou à emporter, proposition, de menus variés.
2008, élaboration d'un concept et d'une charte propre aux restaurants, l'enseigne "O'Malo Restaurant Fast-Food" est née.
2014, 18 restaurants O'Malo ont ouvert leurs portes sur le Grand Est.
2022, ouverture de 10 franchises en France.
- **Contact franchise et développement :**
M. Mathieu ULUS
(PDG)
contact@omalo.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 30
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Entre 5 et 20 minutes de transport
- **Emplacement :** Zone commerciale, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 120 et 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 400
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
 - Cadre / manager du secteur tertiaire ;
 - Salarié de la restauration ou de la vente ;
 - Restaurateur indépendant.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** Pourcentage du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale du franchisé et du responsable (60 jours) Coût : 10 K€ HT.

O'TACOS

106, avenue Marx-Dormoy
92120 MONTRouGE
Tél. 01 85 78 06 20
Mail : contact.franchise@o-tacos.com
Site web : <https://o-tacos.com/la-famille/devenir-franchise>



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** O'TACOS est une chaîne de restauration rapide créée en 2007 et spécialisée dans les tacos français
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Fondée en 2007 à Grenoble (France), O'TACOS a ouvert son premier restaurant en 2011 à Bordeaux et poursuit depuis son incroyable croissance. O'TACOS a ouvert près de 70 restaurants par an, et finit l'année 2024 avec 400 restaurants. Leader sur son marché en France et au Benelux, O'TACOS propose une version revisitée de tacos, alliant une cuisine rapide et traditionnelle. Avec sa célèbre sauce fromagère qui connaît un grand succès, O'TACOS offre une réelle alternative au fast-food classique. Le goût unique de ses produits est plébiscité par ses nombreux fans, notamment sur les réseaux sociaux.

- **Contact franchise et développement :**
M. Iheb JEBALI
(Responsable développement)
iheb.jebali@o-tacos.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 310
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 80 et 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 200
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Dynamique, le nouveau franchisé devra faire preuve d'intérêt pour la marque, en plus des compétences commerciales et managériales.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Théorique (2 semaines franchisé et/ou manager) et pratique (3 semaines franchisé, manager(s), équipiers polyvalents)

477, Chemin des Plantades
83130 LA GARDE
Tél. 06 85 86 61 71
Mail : contact@ocargofoodcourt.com
Site web :
<https://franchise.ocargofoodcourt.com/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Un food-court festif : un complexe hybride alliant restaurations et lieu de fête.
- **Création de l'enseigne :** 2021
- **Ouverture de la première franchise :** 2024

- **Étapes marquantes de son évolution :**
Ôcargo est un concept de food-court festif qui allie un bar et plusieurs box de restauration mais également des programmes événementiels en semaine et le week-end.

Le nom fait référence bien évidemment au frêt maritime. Dans un même lieu, nous souhaitons proposer à nos clients diverses cuisines pour les faire voyager. Nous accueillons aussi bien des familles avec enfants ou des groupes d'amis tout dépend du jour et de l'heure !

Le décor est également un subtil mélange, entre des éléments bruts et modernes, résolument industriels tout en amenant le côté chaleureux des matériaux comme le bois !

Notre souhait est que les établissements Ôcargo soient des lieux conviviaux, d'échanges et de fêtes.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Joana GAUDIN
(Chargée de développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 4
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 120 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale ou industrielle
- **Superficie moyenne du point de vente :** 600 m² min.
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 180 min.
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
 - Entrepreneur engagé, avec une vraie envie de créer un lieu vivant et fédérateur,
 - Leader naturel, à l'aise avec la gestion d'équipes pluridisciplinaires,
 - Excellent relationnel,
 - Créatif, mais structuré.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** Dans les 5 % du CA reversé au franchiseur 1 % est utilisé dans la communication d'Ôcargo France.
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :**
 - Formation sur place (bar, burger, animation, administration, etc.),
 - Aide à l'ouverture avec nos équipes,
 - Formation continue avec notre équipe dédiée à la franchise.

02

85, boulevard Marie-et-Alexandre-Oyon
72100 LE MANS
Mail : franchise@o2.fr
Site web : www.o2.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** N° 1 du service à domicile : ménage-repassage, garde d'enfants, aide aux seniors, soutien scolaire, jardinage, handicap, incapacité.
- **Création de l'enseigne :** 1996
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**

O2 est l'enseigne incontournable des services à la personne en France et se déploie également à l'étranger. N° 1 du service à la personne, le réseau possède plus de 600 agences dont plus de la moitié sont en franchise. Nos franchisés viennent d'horizons différents et sont aujourd'hui à la tête d'une ou de plusieurs agences afin de proposer des solutions personnalisées de ménage-repassage, garde d'enfants, aide aux seniors, soutien au handicap et jardinage/bricolage au sein de leur ville. Plus de 120 000 familles sont accompagnées par les agences O2 et d'autres attendent encore ! Nous continuons à accompagner de futurs franchisés, rejoignez-nous et réussissez grâce à un accompagnement expert, une marque humaine et un réseau solide.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Justine LEROY
(Directrice franchise)
justine.leroy@o2.fr

Mme Christine BILLION
(Animation)

christine.billion@ouicare.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 192
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 321
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 21

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 40 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 325
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 81,5

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Vous possédez une forte envie d'entreprendre et d'être entouré-e d'un réseau qui a fait ses preuves. Vous avez partagé nos valeurs de respect, d'excellence, d'attitude positive et d'esprit d'équipe. Vous souhaitez avoir un impact local.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 46 500 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :**
 - 3 semaines de formation au siège,
 - 5 jours de formation en agence tutrice,
 - Plus de 30 heures d'accompagnement intensif.

ON AIR FITNESS

37, quai de l'Apport-Paris
91100 CORBEIL-ESSONNES
Tél. 07 64 35 76 71
Mail : franchise@onair-fitness.fr
Site web : <http://onair-fitness.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Club de remise en forme
- **Création de l'enseigne :** 2017
- **Ouverture de la première franchise :** 2019
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 2017, après plus de 20 ans d'expérience sur le marché du fitness, la marque ON AIR FITNESS se développe sous contrat de franchise depuis 2019 et compte fin 2025, 94 clubs ouverts et présents sur trois pays : France, Espagne, Maroc. ON AIR FITNESS compte plus de 350 000 adhérents. Sport, Musique, Design, tels sont les éléments définissant un concept novateur de salle de sport s'adressant aux millenials!
- **Contact franchise et développement :**
Mme Constance DOLO
(Développement et stratégie)
constancedolo@onairfitness.fr
06 83 47 97 56

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 87
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 30

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Bonne visibilité, facile d'accès, minimum 1 000 m²
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 1 000 et 2 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 500
- **Apport personnel en K€ :** 350
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur et investisseur
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Oui.

ORCHESTRA

200, avenue des Tamaris
ZAC Saint-Antoine
34130 SAINT-AUNES
Tél. 04 99 13 08 00
Mail : affiliation@orchestra-premaman.com
Site web : <https://fr.shop-orchestra.com>

ORCHESTRA®
MODE ENFANT • MATERNITÉ • PUÉRICULTURE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution et conception de mode enfant 0 à 14 ans (vêtements, chaussures, accessoires) maternité et puériculture
- **Création de l'enseigne :** 1995
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :** 1995, création. 1996-1998, définition du concept, création des structures. 1998-2000, développement et ouverture d'une vingtaine de succursales. 2010, lancement du Club Orchestra. 2012, expansion à l'international (Grèce, Chine...). ORCHESTRA et PRÉMAN unissent leur expertise sur le marché de l'enfant pour former le Groupe Orchestra-Prémaman. 2013, BABY 2000 vient renforcer le Groupe en matière de puériculture. Aujourd'hui ORCHESTRA c'est près de 450 magasins à travers le monde, une présence dans 40 pays et plus de 2,5 millions de membres Club ! Avec l'implantation de nombreux mégastores, les parents ont le spécialiste qui leur facilite la vie.
- **Contact franchise et développement :** M. Frédéric JAMET
fjamet-ext@orchestra-premaman.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 155
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 87
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 450 et 1 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, envie d'entreprendre.
- **Durée du contrat :** 7 ou 10 ans
- **Droit d'entrée :** 10 000 € HT à 40 000 € HT
- **Redevances directes :** Commission sur CA sur marques propres, achats directs sur marques nationales en puériculture
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 1 % sur communication
- **Formation proposée :** Formation pouvant aller jusqu'à 1,5 mois (au siège social et en magasin formateur).

OYA FLEURS

Le Plaza
185, boulevard du Maréchal-Leclerc
CS 61880
33064 BORDEAUX
Tél. 05 57 81 20 81
Mail : developpement@floranova.fr
Site web : www.oya-fleurs.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Boutique de fleurs
- **Création de l'enseigne :** 1997
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Le premier réseau de boutiques de fleurs tendance. Avant-gardiste depuis ses débuts en 1997, OYA FLEURS ne cesse de proposer l'inattendu, la créativité dans le design floral, à ses clients. Réinventer un métier, optimiser l'espace, structurer l'offre, dynamiser les ventes...

OYA FLEURS a une identité différenciante, un positionnement produit unique et un merchandising propre et structuré.

OYA FLEURS est une enseigne qui se démarque des boutiques traditionnelles, en animant chaque mois l'espace de vente, par sa communication digitale et ses créations de bouquets uniques et incroyables.

- **Contact franchise et développement :**

M. Vincent BENARD
(Responsable développement)
developpement@floranova.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 16
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 5 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 250
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Devenir franchisé OYA, c'est avoir envie de gérer sa boutique, avec l'appui d'un groupe leader de la filière. La motivation, le sens du commerce sont les facteurs clés du succès.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 8 750 € HT
- **Redevances directes :** 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** La formation initiale franchise dure 5 semaines. Une fois celle-ci effectuée, vous maîtrisez le métier, la relation client et vous savez gérer votre boutique, avec tous les outils mis à disposition.

PAPILLES & PAPILLOTES

Maison DV
10, allée des Cinq-Continents
44120 VERTOU
Tél. 02 51 79 17 19
Mail : franchise@papillesetpapillotes.com
Site web :
<https://www.papillesetpapillotes.com/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Commerce de gros de sucre, chocolat et confiserie
- **Création de l'enseigne :** 2001
- **Ouverture de la première franchise :** 2023
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Jeune concept, oui ! Mais le fruit d'une longue expérience !

Cela fait plus de 30 ans que notre équipe de passionnés sillonne notre beau territoire à la recherche de bons produits. Orientée historiquement sur le marché des produits régionaux à destination des professionnels, c'est en 2019 que nous décidons de partager notre savoir-faire auprès des particuliers en créant notre première boutique d'Épicerie Gourmande « Papilles & Papillotes » !

Le succès est immédiat ! Pour votre plus grand plaisir, nous mettons à l'honneur de belles marques françaises de nos régions et confectionnons de magnifiques cadeaux et coffrets gourmands, pour tous vos petits et grands moments de vie !

- **Contact franchise et développement :**

Mme Violaine MONNIER
(Directrice du développement)

v.monnier@dvfrance.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 6
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 à 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600 à 900

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Vous êtes un cadre manager ou commerçant dans le secteur du Retail ? Vous êtes cadre ou responsable d'un centre de profit dans le secteur de la distribution alimentaire ? Rejoignez un concept unique pour réussir et s'épanouir au quotidien sur un marché porteur et dynamique !
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT (exploitation) + 2 % du CA HT (communication)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation produits. Formation logiciel de caisse.

344, avenue de la Marne
CS 64022
59704 MARCQ-EN-BAROEUL
Tél. 03 20 78 32 32
Mail : sdelfosse@groupeholder.com
Site web : www.paul.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Boulangerie, pâtisserie, viennoiserie, sandwicherie et petite restauration
- **Création de l'enseigne :** 1889
- **Ouverture de la première franchise :** 1990
- **Étapes marquantes de son évolution :**
PAUL, Maison de Qualité fondée en 1889 est d'abord une affaire familiale. Aujourd'hui, PAUL recouvre un réseau de plus de 900 boulangeries-pâtisseries dans le monde, proposant à plus de 5,5 millions de clients mensuels (en France) des pains rustiques et de fantaisie, des viennoiseries, des pâtisseries ainsi que des sandwiches. L'enseigne propose également une petite restauration dite « boulangère ».
- **Contact franchise et développement :**
M. Patrice GARDAIRE
(Responsable du développement franchise)
pgardaire@groupe-paul.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 70
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 299
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 20

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le candidat idéal a une forte motivation pour notre marque et nos produits, une expérience professionnelle réussie, et un bon tissu relationnel local.
- **Durée du contrat :** 7 ans (contrat renouvelable)
- **Droit d'entrée :** 48 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation technique vente, fabrication, gestion + assistance à l'ouverture + assistance et conseils pendant la durée du contrat.

PETITS-FILS

183, rue de Javel
75015 PARIS
Tél. 01 84 01 11 15
Mail : franchise@petits-fils.com
Site web : <https://franchise.petits-fils.com/>

Petits-fils
SERVICES AUX GRANDS-PARENTS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau national d'agences spécialisées dans l'aide à domicile pour les personnes âgées
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2007, création de PETITS-FILS à Boulogne-Billancourt.
2012, ouverture de la première agence franchisée à Montrouge.
2017, première multifranchise PETITS-FILS.
Janvier 2019, adhésion à la FFF.
Novembre 2019, ouverture de la 100^e agence.
2020, nouvelle identité graphique.
2022, premier acteur privé dédié à la prise en charge des personnes âgées (en nombre d'agences et VA).
Février 2023, PETITS-FILS est la 26^e entreprise française la plus créatrice d'emplois (palmarès *Le Figaro*).
2024, lancement de l'Agence Engagée, le programme de mécénat de compétences de PETITS-FILS.
2025, rachat de PETITS-FILS par Crédit Agricole Santé & Territoires.
Décembre 2025, le réseau compte plus de 300 agences en France.
- **Contact franchise et développement :**
M. Laurent WATTEZ
(Directeur du développement)
franchise@petits-fils.com

LE RÉSEAU (en France)

- Nombre d'unités propres : 10
- Nombre d'unités franchisées ou affiliées : 305
- Créations d'unités franchisées en 2025 : 23

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 30 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 400
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 55 et 78

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneurs polyvalents avec des qualités en gestion, organisation, commercial et management. Le/la franchisé-e doit s'occuper de ses clients avec la même exigence de qualité que s'il s'agissait de ses propres grands-parents.
- **Durée du contrat :** 7 ans (renouvelable)
- **Droit d'entrée :** 12 000 € HT à 19 800 € HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée**
Formation initiale : quatre semaines (dont une semaine de stage en agence) pour apprendre le savoir-faire de PETITS-FILS ;
Formation annuelle : deux jours ;
Séminaire annuel : deux jours.

1, route Militaire
77305 FONTAINEBLEAU CEDEX
Tél. 01 41 09 66 66
Mail : recrutement_franchise@picard.fr
Site web : www.picard.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente de produits surgelés en magasin
- **Création de l'enseigne :** 1973
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**

PICARD est créateur et distributeur de produits surgelés depuis 1974. Leader du surgelé en France avec plus de 1 100 magasins, un service de livraison et de click & collect, PICARD a construit son succès sur son accueil client, un développement responsable et un savoir-faire produit unique.

Engagé dans un plan de croissance, l'enseigne souhaite enrichir son maillage territorial en ouvrant 40 magasins chaque année, chaque année en succursales et en franchises.

- **Contact franchise et développement :**
M. Yvan AUDIAU
(Responsable franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1 154
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 76
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 13

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 250 à 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
Commerçant et développeur.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 2,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 4 semaines en magasin école

PITAYA

55, rue Deguingand
92300 LEVALLOIS-PERRET
Tél. 01 53 45 83 83
Mail : franchisepitaya@groupe-bertrand.com
Site web :
<https://pitaya-thaistreetfood.com/franchise>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Thaï Street Food
- **Création de l'enseigne :** 2010
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
L'enseigne leader de Street Food Thaï en France.
L'aventure PITAYA commence en 2010 avec la création d'un restaurant à Bordeaux.

Inspiré des restaurants de rue de Bangkok, tout se joue sous les yeux et le nez des clients. PITAYA propose un vrai show culinaire enflammé, une authentique invitation au voyage par les odeurs et les couleurs des produits frais cuisinés minute au wok pour émerveiller ses convives.

Ouvrir une franchise PITAYA, c'est s'adosser à Bertrand Franchise, leader de la restauration en France en France.

- **Contact franchise et développement :**
M. Cédric GIACINTI
(Directeur Général)
c.giacinti@groupebertrand.com
06 73 70 81 83

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 91
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville et périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 150
- **Investissement global K€ HT :** 450 (en moyenne)

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Bon manager, bon gestionnaire, une âme de commerçant, ayant une affinité pour la restauration
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (marketing)
- **Autres obligations financières :** 15 000 € (formation)
- **Formation proposée :** Le signataire du projet et son directeur effectueront 4 semaines de formation en restaurant sur tous les postes de travail (2 semaines de pratique et 2 semaines de théorie).

PIZZACOSY

656, rue George-Sand
42350 LA TALAUDIÈRE
Tél. 07 48 88 93 33
Mail : franchise@pizzacosy.fr
Site web : <https://franchise.pizzacosy.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Solidement implanté à travers la France, notre ambition : devenir l'enseigne de pizzas incontournable pour tous les Français.
- **Création de l'enseigne :** 2010
- **Ouverture de la première franchise :** 2017
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Née en 2010 d'un rêve simple mais ambitieux, Florent Mercier et David Cellier, deux amis passionnés, ont voulu révolutionner le secteur en combinant :
 - Des produits ultra-frais et de saison, sélectionnés auprès des meilleurs producteurs français et italiens.
 - Des recettes gourmandes et innovantes proposées par Carla Ferrari.
 - Des ingrédients cuisinés avec amour dans notre cuisine centrale du Grand Feu.Aujourd'hui, PIZZACOSY c'est :
 - Plus de 73 points de vente à travers la France.
 - Une enseigne primée meilleure franchise de l'année 2025 et 2026 pizzeria-tacos-street food.
 - Un modèle économique pensé pour maximiser les marges et garantir une rentabilité rapide.
- **Contact franchise et développement :**
M. Jeremy CERCEAU
(Direction générale)
M. Fabrice SILVAN
(Directeur franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 73
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, n° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 à 120 m², modèle Take-away ; 100 à 250 m², modèle restaurant
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 850
- **Apport personnel en K€ :** 50 (modèle Take-away) ; 80 (modèle restaurant)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 370

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des hommes et des femmes à l'esprit entrepreneurial qui partagent les valeurs de PIZZACOSY, qui savent manager et soutenir leurs équipes, commerçants dans l'âme.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT (redevance de marque)
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Conseil d'investir 1 % du CA en communication locale.
- **Formation proposée :** 6 semaines de formation pour devenir entrepreneur à nos côtés.
Chez PIZZACOSY, le franchisé est accompagné tout au long de son parcours entrepreneurial.

POINT CHAUD

24, rue des Technologies
B-4432 ALLEUR
BELGIQUE
Tél. +32 43 61 68 20
Mail : info@pointchaud.be
Site web : www.pointchaud.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Sandwicherie à la française (vente de produits boulangerie. Viennoiserie. Pâtisserie. Restauration rapide à la française). Fabrication boulangerie
- **Création de l'enseigne :** 1981
- **Ouverture de la première franchise :** 1981
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1980, premier point de vente. 1981, création de la société Point Chaud. 1986, création de la holding Point Chaud. 1988, adhésion de l'enseigne à la FFF. 1990, ouverture des premiers points de vente à l'étranger (Allemagne, puis Belgique). 6 janvier 2011, liquidation judiciaire HPS SAS et reprise franchise par POINT CHAUD SAS. 30 juin 2014, reprise franchise et marques par SA PCSI, filiale à 100 % de SA HOLDING PCS, société faîtière de droit belge
- **Contact franchise et développement :**
Mme Juliette DEPREAY

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 1
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 600 et 650

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Seul ou en couple, entre 25 et 49 ans, apport financier, expérience en management, sens des responsabilités et du commerce.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Fixe mensuel : 40 € par mois ; 0,60 % du CA HT au titre de la redevance publicitaire
- **Autres obligations financières :** 25 % d'apport sur investissement global
- **Formation proposée :** Formation initiale de 6 à 12 mois.

POKAWA

7, rue de Bucarest
75008 PARIS
Tél. 06 45 65 07 97
Mail : inaam.akdim@pokawa-group.com
Site web : www.pokawa.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Pokawa développe un concept de restauration rapide saine, spécialisé dans le poké bowl, et est leader du marché français.
- **Création de l'enseigne :** 2017
- **Ouverture de la première franchise :** 2019
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créée en 2017, l'enseigne POKAWA s'appuie sur une marque forte, une offre différenciante et un modèle de franchise rentable et éprouvé. Le concept repose sur une cuisine fraîche, gourmande et équilibrée, inspirée de l'univers hawaïen, avec des poké bowls froids ou chauds, personnalisables et préparés à la commande à partir de produits soigneusement sélectionnés.

L'offre est enrichie de recettes signatures, créations saisonnières, desserts et alternatives adaptées à tous les régimes. Pensée pour les nouveaux usages, POKAWA séduit une clientèle large et fidèle, en salle, à emporter ou en livraison, et offre aux entrepreneurs une opportunité solide sur un marché en forte croissance.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Inaam AKDIM
(Assistante Développement franchise)
inaam.akdim@pokawa.com
06 02 20 39 82

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 28
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 107
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 15

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Agglomérations de 80 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 ou 1 bis en centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 900
- **Apport personnel en K€ :** De 80 à 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Idéalement une expérience dans la franchise, avec des connaissances de son territoire. Des compétences en gestion. Une personne convaincue et motivée par le concept POKAWA et ses produits.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** 7 000 € (formation)
- **Formation proposée :** POKAWA accompagne, soutient et forme ses nouveaux franchisés dans l'aboutissement de leur projet. Une formation de 3 semaines sur le terrain est prévue dans l'un de nos restaurants écoles.

POMME DE PAIN

10, avenue de Verdun-1916
92250 LA GARENNE-COLOMBES
Tél. 01 53 62 50 49
Mail : tyokoi@pommedepain.fr
Site web : www.pommedepain.fr

POMME
DE PAIN

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide à la française
- **Création de l'enseigne :** 1980
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Les pionniers du sandwich à la française
À l'origine, trois passionnés du goût, partis aux États-Unis et revenus en France avec une idée : adapter la restauration rapide américaine, au savoir-faire culinaire français.
C'est le début d'un rêve, le début d'un projet, qui en 1980 voit naître une sandwicherie chaleureuse et conviviale, qui offre le bon goût du savoir-faire français, des sandwiches bien faits avec des produits sélectionnés pour leur générosité et leurs qualités.
Une *success-story* qui ne fait que commencer, car soyez en sûr, POMME DE PAIN vous réserve encore bien des surprises.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Takako YOKOI
(Responsable du recrutement des franchisés)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 12
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 22
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 180 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 800
- **Apport personnel en K€ :** 120
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 2,5 K€/m²

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Avoir le sens du contact et de la communication. Montrez de l'enthousiasme et de la passion. Avoir la capacité à respecter un système et des process.
- **Durée du contrat :** 10 ans.
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 8 semaines sur des restaurants intégrés (4 semaines : acquisition des bases ; 4 semaines : mise en application dans un restaurant avec un environnement commercial similaire au projet).

PRÉSERVATION DU PATRIMOINE

99, rue du Moulin-des-Landes
44980 SAINTE-LUCE-SUR-LOIRE
Tél. 0 805 29 40 40
Mail : contact@ppfr.fr
Site web : www.preservationdupatrimoine.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Spécialiste des travaux de rénovation visant à réaliser des économies d'énergie.
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2016
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2005, création de PPHF Nantes par Michaël Brochard et Gwenaël Vaillant. Leur volonté : proposer une prestation de qualité.
2008, création de PPO (Préservation du Patrimoine Ouverture) : la pose de fenêtre est intégrée à l'offre PPHF.
2010, création d'une agence PPO à Romorantin et élargissement de l'offre avec la maçonnerie puis en 2011, l'étanchéité et la couverture (dans le neuf).
2014, création de Préservation du Patrimoine Le Mans.
2016, développement en franchise.
Début 2025, 55 franchises partout en France.
- **Contact franchise et développement :**
M. Michaël BROCHARD
(Directeur Général)
m.brochard@athome-groupe.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 55
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 20

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** Un magasin n'est pas nécessaire avec notre modèle de franchise en sous-traitance
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 20
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 73

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Trois compétences clés : commercial, manager, gestionnaire. Le profil du franchisé : 25-45 ans, expériences dans le domaine commercial, animation des équipes, la vente BtoC.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 14 000 € HT
- **Redevances directes :** 7 %
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** 10 000 € HT (formation initiale commerciale et technique) ; Logiciel : 12 000 € HT ; Communication : 3 000 € HT ; Mandat : 2 000 € HT
- **Formation proposée :** Commerciale, management, technique, juridique, comptabilité/financement.

QUADRO

ZA Sud du Valmer
10, rue de la Tuilerie
72400 CHERRE
Tél. 02 43 71 28 78
Mail : slav.savov@magasin-quadro.fr
Site web : <https://www.quadro.fr/fr/franchise/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Aménagement intérieur 100 % sur-mesure pour 100 % de la maison
- **Création de l'enseigne :** 2011
- **Ouverture de la première franchise :** 2011
- **Étapes marquantes de son évolution :**
QUADRO est le premier réseau français d'aménagement intérieur sur-mesure et le seul acteur du marché à proposer des solutions, 100 % sur-mesure dans 100 % de la maison, de production française. Choisir QUADRO, c'est investir dans un concept distinctif et collaboratif, source de solutions pour répondre aux évolutions de l'habitat et des styles de vie, aux besoins d'optimisation des volumes de rangement et aux attentes de personnalisation. QUADRO défend le « bien vivre son intérieur » et l'accessibilité au vrai sur-mesure, le seul qui permet de répondre à toute demande et de donner ainsi raison à l'imagination de chacun. Les 4 piliers du sur-mesure QUADRO sont : optimisation, fonctionnalités, ergonomie et esthétique.
- **Contact franchise et développement :**
M. Slav SAVOV
(Directeur Réseau)
slav.savov@magasin-quadro.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 80
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 80 et 130 en centre-ville) et 120 à 200 m² en zone commerciale)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 850
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur orienté écoute & satisfaction client; commerçant avec un intérêt pour le secteur de l'habitat et de la décoration intérieure; technicien concepteur & vision dans l'espace; manager de proximité aimant le partage avec ses pairs
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** Redevances sur achats HT: 2 % pour le fonctionnement + 2,5 % pour la communication
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance fonctionnement : 390 €/mois + Redevance de communication : 1 500 €/an
- **Formation proposée :** La Quadro Academy forme aux techniques et à la conception d'aménagements sur-mesure, à la méthode de vente Quadro centrée sur le client et ses besoins, une formation Dirigeant est également proposée.

QUALITY PISCINE

23, rue des Troènes
33210 MAZÈRES
Tél. 05 64 54 11 11
Mail : contact@quality-piscine.fr
Site web : <https://franchise-piscine.fr>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité** : Gestion des piscines, contrats d'entretien, traitement eau verte, mise en service, hivernage
- **Création de l'enseigne** : 2012
- **Ouverture de la première franchise** : 2020
- **Étapes marquantes de son évolution** :
2012, création de l'entreprise/concept en Gironde (33).
2016, création de 3 secteurs en Gironde.
2017, R&D sur l'exploitation, les matériels et l'optimisation du concept en vue du lancement en franchise ; construction du siège social & du pôle formation.
2019, commercialisation de la franchise.
2020, Espoirs de la franchise par la FFF.
2021, 2 franchises : Gironde (33), Var (83).
2022, 2 franchises : Pays basque (64), Vendée (85).
2023, 2 franchises : Landes (40), Ain (01).
2024, 5 franchises : Limoges (87), Tours (37), Calvados (14), Angers (49), Martinique (972).
2025, 4 franchises : Guyane (973), Angoulême (16), La Réunion (974), Ajaccio (20).
2026, 3 franchises : Redon (35), Mulhouse (68), Dijon (21).
- **Contact franchise et développement** :
Mme Lucy HUBERT
contact@quality-piscine.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 15
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 15
- **Créations d'unités franchisées en 2025** : 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : Zone avec + de 3 000 piscines
- **Emplacement** : Pas de local pour l'activité
- **Superficie moyenne du point de vente** : Sans local
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 120
- **Apport personnel en K€** : 10
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 16 (matériel)

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Un concept ouvert à tous ! Nous vous formons aux aspects du métier, afin de maîtriser : savoir-faire, méthode de vente, relation client et gestion de votre entreprise. Nous sommes à la recherche de personnalités qui partagent nos valeurs.
- **Durée du contrat** : 5 ans
- **Droit d'entrée** : 20 000 € HT
- **Redevances directes** : 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : 1,5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières** : NC
- **Formation proposée** : Formation initiale de sept semaines + formation continue.

QUICK

45, avenue Victor-Hugo
Parc des Portes de Paris, bât. 264
93300 AUBERVILLIERS
Tél. 01 49 51 64 64
Mail : anne-sophie.caron@quick.fr
Site web : www.quick.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide à base de hamburger
- **Création de l'enseigne :** 1980
- **Ouverture de la première franchise :** 1989
- **Étapes marquantes de son évolution :**

QUICK sera toujours là pour vous ! Pionnier depuis plus de 40 ans en France et acteur incontournable de la restauration rapide hamburger, l'histoire de QUICK ne finit pas de s'écrire et de s'enrichir, s'inscrivant dans la création, l'innovation, l'originalité, la modernité, le sens de l'écoute et du partage.

La marque, qui bénéficie d'une notoriété parmi les plus fortes du secteur sur le plan national, est dans une formidable dynamique de croissance depuis près de trois ans et le recentrage opéré sur ses burgers iconiques, son offre famille, la rénovation de son parc de restaurants et sa spécificité unique sur la protéine Halal.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Anne-Sophie CARON
(Responsable Administration Franchise)
anne-sophie.caron@quick.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 176
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 30

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 à 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 3 500
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 850

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur exploitant. Commerçant. Manager. Gestionnaire de business unit. Avec le sens du contact. Une expérience en restauration est appréciée mais elle n'est pas obligatoire.
- **Durée du contrat :** 9
- **Droit d'entrée :** 50 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT (marque)
- **Redevances indirectes :** 5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale: 4 mois (pratique et théorique).

RÉAUTÉ CHOCOLAT

1, rue de la Roberderie
ZI de Bellitourne
53200 CHATEAU-GONTIER-SUR-MAYENNE
Tél. 02 43 70 63 04
Mail : contact@reaute-chocolat.com
Site web : www.reaute-chocolat.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fabrication et distribution de chocolats, biscuits, confiseries
- **Création de l'enseigne :** 1954
- **Ouverture de la première franchise :** 2008
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Devenir franchisé RÉAUTÉ CHOCOLAT, c'est rejoindre une aventure familiale portée par la passion du chocolat et de la gourmandise depuis plus de 70 ans.

Grâce à une offre généreuse, créative, incarnée notamment par notre sachet iconique 100 g. RÉAUTÉ CHOCOLAT signe une liberté de choix et de plaisir maîtrisé.

C'est s'engager au sein d'un réseau fondé sur la proximité, l'écoute et la relation client, où chaque franchisé contribue à faire vivre l'esprit RÉAUTÉ CHOCOLAT au cœur de son magasin. C'est enfin entreprendre aux côtés d'une enseigne qui conjugue héritage, modernité et performance, soutenue par un concept éprouvé et un accompagnement structuré, sans jamais perdre de vue l'essentiel : le plaisir de faire plaisir et se faire plaisir.

- **Contact franchise et développement groupe :**
Mme Catherine LEROY
(Directrice développement réseaux)
contactfranchise@reaute-chocolat.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 38
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 20
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** 230 m² (180 à 250 m²)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 460
- **Apport personnel en K€ :** 130
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 346

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des profils dynamiques et entreprenants qui partagent les valeurs de la marque et souhaitent investir dans une entreprise française familiale.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 10 000 €
- **Redevances directes :** 1,5 à 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** néant
- **Formation proposée :** Assistance à l'ouverture (5 000 € HT). Formation initiale de 4 semaines (5 000 € HT).

REMOVO

4, rue des Tuiliers
44860 PONT-SAINT-MARTIN
Tél. 06 73 70 48 36
Mail : contact@removo.fr
Site web : <https://www.franchise-removo.fr/>

removo
LE RÉSEAU DES RÉPARATEURS DE VOLETS

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Réparation et motorisation de volet roulant et porte de garage
- **Création de l'enseigne :** 2022
- **Ouverture de la première franchise :** 2023
- **Étapes marquantes de son évolution :**

REMOVO est un réseau national spécialisée dans la réparation, la motorisation et l'installation de volets roulants et de portes de garage. Fondée en 2022 par Vincent Jouannet et Melvin Le Brizaut, l'entreprise privilégie la réparation des équipements existants pour réduire les coûts et limiter le gaspillage, offrant ainsi une alternative durable et économique aux remplacements complets. REMOVO ambitionne de structurer un réseau national de 150 franchisés et 400 camions d'intervention dans les dix prochaines années.

Sur l'année 2024, REMOVO affiche un taux de satisfaction global de 97,60 %, dans le cadre de sa participation aux Trophées des Meilleures Franchises, réalisé par L'Indicateur de la Franchise.

- **Contact franchise et développement :**

M. Vincent JOUANNET
(Direction générale)
vjouannet@removo.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 26
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 14

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** Sans local
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 180
- **Apport personnel en K€ :** 10
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 42

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Candidat avec une fibre manuelle, souhaitant s'investir dans l'entrepreneuriat et le développement de REMOVO.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 19 500 €
- **Redevances directes :** 6 % CA mensuel HT (minimum de 600 € HT)
- **Redevances indirectes :** 300 € (communication)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Quatre semaines : Théorie, CRM, gestion, technique et commerciale.

RENT A CAR

1, rue Antonin-Mercié
75015 PARIS
Tél. 820 20 51 51
Mail : franchise@rentacar.fr
Site web : <http://www.rentacar.fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Location de véhicules
- **Création de l'enseigne :** 1996
- **Ouverture de la première franchise :** 1996
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1996, reprise de la marque et création de la société.
 - 1997, création de 32 agences.
 - 1998, 131 agences.
 - 2003, entrée de GROUPAMA dans le capital à hauteur de 20 %.
 - En 2021, 485 agences, dont 154 succursales, 8 agences en filiales et 323 agences sous contrat de franchise.
 - En 2025, 460 agences, dont 150 succursales, 10 agences en filiales et 300 agences sous contrat de franchise.
- **Contact franchise et développement :**
M. Pascal AMIARD
(Développeur Réseau)
pascal.amiard@rentacar.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 160
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 300
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 250
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 4 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 6 % CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Cinq journées.

REPAR'STORES

290, rue Commandant-Massoud
34000 MONTPELLIER
Tél. 04 67 07 30 00
Mail : contact@reparstores.com
Site web : <http://www.reparstores-franchise.com>

Répar'stores
Les experts en simplicité

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réparation et modernisation de volets roulants et de stores toutes marques
- **Création de l'enseigne :** 2009
- **Ouverture de la première franchise :** 2009
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Fondée en 2009, REPAR'STORES est la première entreprise nationale de réparation et de modernisation de stores et volets roulants toutes marques. En 2025, le chiffre d'affaires est de 104,5 M€. REPAR'STORES s'affiche comme un réseau fort ayant atteint le cap des 320 implantations.

En 2023, REPAR'STORES a réalisé une enquête de satisfaction globale avec l'Indicateur de la Franchise (organisme d'enquête indépendant) auprès de ses franchisés et a obtenu des résultats inédits pour un réseau de cette taille avec 96 % de satisfaction générale.

- **Contact franchise et développement :**
M. Guillaume VAROBIEFF
(Directeur général)
guillaume.varobieff@reparstores.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 240
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 18

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** Pas de local pour l'activité
- **Superficie moyenne du point de vente :** Sans local
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 400
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 5
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 50

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des créateurs d'entreprise, ayant un intérêt pour les métiers manuels et possédant de bonnes aptitudes commerciales. Pas d'expérience nécessaire dans le domaine du bâtiment.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 24 000 €
- **Redevances directes :** 4% CA mensuel HT (maximum 300 € HT mensuel)
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :**
Formation : 8 000 € HT
- **Formation proposée :** Six semaines : technique, commerce, comptabilité, gestion.

SAINT ALGUE

104, avenue Charles-de-Gaulle
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. 01 45 61 69 70
Mail : marie.boudin@provalliance.fr
Site web : www.saint-algue.com

SAINT ALGUE 

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Coiffure
- **Création de l'enseigne :** 1977
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Depuis sa création, SAINT ALGUE se donne pour objectif de sublimer votre beauté naturelle. Grâce à un savoir-faire professionnel, mais aussi à l'utilisation de produits et de soins qui respectent les besoins de vos cheveux et de la planète. Dans tous les salons, nos coiffeurs-experts sont à vos côtés pour vous offrir un diagnostic personnalisé et une expérience sur-mesure. Tous ont un objectif commun : révéler la beauté naturelle de vos cheveux ! Les coiffeurs SAINT ALGUE ont à cœur d'accueillir leurs clients dans des salons chaleureux où l'espace est dédié au bien-être. Chez SAINT ALGUE, venez découvrir la coiffure qui vous ressemble.

- **Contact franchise et développement :**
M. Arnault TURRA
(Développement national)
arnault.turra@provalliance.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 25
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 194
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville et centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 90 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 320
- **Apport personnel en K€ :** 30 (en moyenne)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Coiffeur, investisseur
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 12 000 € HT
- **Redevances directes :** 1 000€ HT puis 3 % par an
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale + permanente et décentralisée pour les managers et leur équipe. Possibilité de stages illimités au centre de perfectionnement.

SEGUR

25, boulevard de La-Tour-d'Auvergne
35000 RENNES
Tél. 09 72 62 36 00
Mail : franchise@segur.eu
Site web : <https://www.segur.eu/>



SEGUR

Généalogie - Recherche - Enquête

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Activités d'enquête
- **Création de l'enseigne :** 2015
- **Ouverture de la première franchise :** 2023
- **Étapes marquantes de son évolution :**
SEGUR (Société d'Enquêteurs et Généalogistes Unis pour le Renseignement) est une enseigne spécialisée en généalogie successorale, créée en 2015 par Vianey Paris, généalogiste depuis 25 ans. L'enseigne propose des services distincts : confirmation d'absence d'héritier réservataire, confirmation de dévolution successorale, recherche foncière, recherche d'actifs successoraux ainsi qu'établissement de dévolution successorale.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Aurélie DURET
(Directrice franchise)
franchise@segur.eu

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 8
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Notaire ou clerc de notaire.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :**
30 000 € redevance initiale + 15 000 € HT forfait communication initiale
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :**
Formation interne : immersions ; Q.C.M. ; interventions de professionnels.
Formations externes financées par SEGUR : formations INAFON ; formation EAG ; formation INFN ; coachings.

SIGNARAMA

3, rue Léo-Fränké
75013 PARIS
Tél. 01 46 28 05 80
Mail : franchise@signarama.fr
Site web : www.franchise-de-signaletique.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réaliser tous les supports de communication sur mesure utilisés par les professionnels
- **Création de l'enseigne :** 1986
- **Ouverture de la première franchise :** 2002
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Le concept est né aux États-Unis, créé par Ray Titus à New York en 1985. L'idée est simple : un magasin proposant une solution clé en main pour concevoir et installer la signalétique de toutes les entreprises. Porté par Olivier et Rouba Fossat, le projet de SIGNARAMA France a commencé par la création du magasin pilote ouvert à Paris en 2002. Le développement du réseau débute en 2005 et SIGNARAMA devient membre de la FFF en 2007. SIGNARAMA regroupe aujourd'hui plus de 800 franchisés dans 35 pays. En France, le réseau compte 60 magasins.
- **Contact franchise et développement :**
franchise@signarama.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 60
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 60 et 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 40 (hors immobilier)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Pas de profil type : un intérêt pour le commerce, le conseil et la communication sont un plus, pas besoin de formation technique préalable.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 39 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale : quatre à six semaines (technique, commercial, manager). Formation continue : deux jours / an pour le franchisé et son équipe.

SIGNORIZZA

11, boulevard du Maréchal-Foch
49000 ANGERS
Tél. 02 52 75 02 60
Mail : contact@signorizza.fr
Site web : www.signorizza.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restaurant pizzeria, cuisson au feu de bois, sur place, à emporter, en livraison
- **Création de l'enseigne :** 2019
- **Ouverture de la première franchise :** 2019
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Erwan et Sandrine ROUXEL reprennent en 2018 100 % de l'actionnariat d'un franchiseur. Ils définissent une nouvelle stratégie de marque et un positionnement qui aboutissent à la création de la marque SIGNORIZZA en 2019, au déploiement du nouveau concept et au développement de l'enseigne.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Silvia REDRUELLO
(Directrice des Opérations Franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 8
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 31
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, périphérie, zone de loisirs ou de restauration, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 900
- **Apport personnel en K€ :** 80 à 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 400 à 750

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recrutons des franchisés qui ont un esprit de partage, le goût du service client. Ils doivent avoir un fort esprit entrepreneurial, être impliqués dans leur exploitation et comprendre les enjeux de la commercialisation de leur restaurant.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 €
- **Redevances directes :** 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance marketing et communication nationale : 0,85 % du CA HT
- **Formation proposée :** Formation pour le franchisé et l'équipe d'encadrement : 45 jours et 5 semaines en POEI pour l'équipe complète.

Société Fournier
CS 10003
74230 THÔNES
Tél. 04 50 24 65 20
Mail : developpement@socooc.com
Site web : www.socooc.com



Des cuisinistes pas comme les autres

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Cuisines et meubles de cuisine
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créé en 2007, SoCoo'c fait bouger les lignes de son marché en dédramatisant et en simplifiant l'achat d'une cuisine. Sa raison d'être : rendre accessible la cuisine de spécialiste au plus grand nombre. Pour cela, SoCoo'c place la clarté et la transparence au cœur de sa démarche et offre un rapport qualité/prix très compétitif.

L'enseigne imagine et fabrique toutes ses cuisines en France, dans ses usines nichées en Haute-Savoie. En magasin, les Kitcheners conçoivent pour et avec leurs clients la cuisine qui répondra à leurs besoins, en toute bienveillance, bonne humeur et simplicité.

- **Contact franchise et développement :**
M. Hervé HORNAIN
(Responsable du Développement Réseau)
hhornain@socooc.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 77
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 141
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 19

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 275 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Âme de commerçant. Venant de tous horizons. Animé par la relation client, le challenge et le management. Attrait pour l'habitat. Capacité à fédérer et à fidéliser
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Complète, dirigeants managers et vendeurs.

SPAR

1, cours Antoine-Guichard
42008 SAINT-ÉTIENNE CEDEX 1
Tél. 04 77 45 30 48
Mail : infoentreprendre@groupe-casino.fr
Site web : www.franchise-groupecasino.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Les magasins SPAR et SPAR SUPERMARCHÉ proposent une offre de produits locaux et des rayons traditionnels bien agencés.
- **Création de l'enseigne :** 1932
- **Ouverture de la première franchise :** 1955
- **Étapes marquantes de son évolution :**
SPAR propose un concept de proximité touristique moderne et pensé pour être flexible et humain. Avec une façade accueillante et un design repensé, l'expérience client est plus fluide et conviviale. L'offre met en avant les produits locaux, le snacking, des rayons « passions » comme : cave à vin, bien-être, produits du monde, bio, local... et des services pratiques du quotidien. Plus qu'un magasin, SPAR se veut un lieu de vie qui valorise la simplicité, la qualité et le lien avec le territoire.

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 760
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis,
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 200 et 1 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 800
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des candidats motivés par l'entrepreneuriat et la relation client. Notre diversité de marques permet également de nous adapter aux attentes de nombreux profils.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** 1,20 à 1,30 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Le parcours commerçant propose une formation complète, mêlant théorie et pratique, pour gérer un magasin en autonomie. Elle inclut e-learning, classes virtuelles et formation sur le terrain.

SPEEDY

72-78, avenue Georges-Clemenceau
CS 50001
92722 NANTERRE CEDEX
Tél. 01 41 20 30 40
Mail : franchise@speedy.fr
Site web : www.speedy.fr



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Entretien et réparation rapide automobile
- **Création de l'enseigne :** 1978
- **Ouverture de la première franchise :** 1991
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1978, création de SPEEDY SA. 1990, création du département franchise. 1995, rachat de la société VIRAGE et de ses 70 points de vente. En 2004, rachat de la société AXTO et de ses 43 centres. En 2016, Bridgestone EMEA fait l'acquisition de SPEEDY. En 2023, le réseau compte près de 500 centres en France et 81 aux DOM-TOM et à l'étranger. SPEEDY est élu pour la neuvième année consécutive « meilleur service client de l'année » (catégorie réparation automobile).
- **Contacts franchise et développement :**
M. Jean-Pierre BARNIER
(Directeur International & Business Development)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 205
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 295
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 36

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 200 et 360

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Doté d'un réel sens commercial. Aptitude à manager de petites équipes (en moyenne 3 personnes). Bon gestionnaire.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** hors CA pneumatiques : redevances d'enseigne 5 %, participation publicitaire 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Six semaines en moyenne.

TAOBENTO

150, avenue de l'Espace
Bâtiment A4
59118 WAMBRECHIES
Tél. 06 88 71 84 01
Mail : blepoutre@taobento.com
Site web : www.taobento.com

taobento[®]
ASIAN CUISINE

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Multi-spécialiste de la cuisine asiatique avec un positionnement fast casual, produits frais, cuisine saine et équilibrée.
- **Création de l'enseigne :** 2018
- **Ouverture de la première franchise :** 2021
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Pour les amoureux de la cuisine exotique, TAOBENTO est l'enseigne de restauration rapide qui apporte le plus large choix de spécialités culinaires d'Asie. Nous préparons nos plats tous les jours avec le plus grand soin pour faire gagner du temps à nos clients.
– Une offre généraliste avec un savoir-faire de spécialiste et la volonté d'être référent choix / qualité.
– Une gamme évolutive qui suscite la découverte de spécialités culinaires (Japon, Corée, Vietnam, Chine, Thaïlande, Inde...) et qui répond aux évolutions des tendances de consommation.
– Une offre sur-mesure permettant la personnalisation.
– Un métier passionnant et valorisant pour nos équipes : la plupart de nos produits sont fabriqués sur place chaque jour par nos équipes.
- **Contact franchise et développement :**
M. Baptiste LEPOUTRE
(Responsable développement et animation)
blepoutre@taobento.com

LE RÉSEAU (en France)

- Nombre d'unités propres : 5
- Nombre d'unités franchisées ou affiliées : 11
- Créations d'unités franchisées en 2025 : 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 40 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie.
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 90 et 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 350 et 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Exploitant opérationnel, présence et investissement sont déterminants. Commerçant. Partage les valeurs de l'entreprise. Manager de proximité et accessible, il aime le travail en équipe et encadre 10 à 20 personnes. Adhère au modèle de la franchise.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT. Redevance réduite à 4,5 % sur le CA réalisé en livraison
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 8 semaines de formation pour le franchisé ; 2 semaines de formation pour ses équipiers ; 8 jours d'accompagnement avant et pendant l'ouverture.

130, boulevard de la Liberté
59000 LILLE
Tél. 07 85 00 89 29
Mail : candidature@tomandco.fr
Site web : www.tomandco.fr



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Animalerie spécialisée dans l'alimentation, les accessoires, les services et conseils aux propriétaires d'animaux.
- **Création de l'enseigne :** 1990
- **Ouverture de la première franchise :** 1991
- **Étapes marquantes de son évolution :**
L'enseigne fut créée en 1990 en Belgique par le groupe Delhaize, en s'inspirant du succès des animaleries spécialisées aux États-Unis. À ses débuts, ce sont 2 700 produits dédiés aux chiens et chats. L'enseigne a ajouté au fil des années des services complémentaires : vente d'animaux vivants (rongeurs, poissons, oiseaux, reptiles); développement de marques de distributeurs; parapharmacie, toilettage en libre-service... Elle se démarque par la qualité des conseils prodigués par ses équipes et par l'organisation d'animations en magasin. En 2024, TOM&CO est un groupe indépendant, représenté par un réseau de plus de 200 magasins.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Gaëlle KELLER
(Responsable Recrutement Franchisés)
gkeller@tomandco.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 27
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 40
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux, N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 250
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des hommes ou des femmes, entrepreneurs, tentés par la création de plusieurs magasins en franchise, sa gestion et son développement commercial.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 6 semaines de formation initiale puis formation continue.

3 BRASSEURS

4, rue de l'Espoir
59260 LEZENNES
Tél. 03 20 43 59 59
Mail : virginie.delagranderie@les3brasseurs.com
Site web : www.3brasseurs.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Microbrasserie restaurant
- **Création de l'enseigne :** 1986
- **Ouverture de la première franchise :** 1986
- **Étapes marquantes de son évolution :**

3 BRASSEURS est un réseau de restaurants qui propose un concept de restauration associé à une microbrasserie, dans une ambiance chaleureuse et conviviale.

Les restaurateurs 3 BRASSEURS sont avant tout des passionnés, qui souhaitent proposer un lieu vivant et animé. L'originalité de notre réseau réside dans la fabrication des bières qui sont imaginées et confectionnées sur place, dans la microbrasserie dédiée.

Le réseau 3 BRASSEURS, à la rentabilité significative, est composé d'une communauté de professionnels passionnés par la marque, qui sont issus du milieu de la restauration et qui souhaitent pour la majorité travailler en famille.

- **Contact franchise et développement :**
M. Thibaud MARTIN
(Responsable recrutement Franchise)
thibaud.martin@les3brasseurs.com
06 60 17 94 16

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 14
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 66
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale, périphérie, emplacement n° 1 ou 1bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 600 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 3 000
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 500
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :**
À partir de 2 000

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Manager, bon gestionnaire, commerçant, entrepreneur, goût accru pour le métier de restaurateur. Partager nos valeurs de simplicité, générosité et convivialité.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (marketing)
- **Autres obligations financières :** Assistance technique de la microbrasserie : 2 238 € HT/mois
- **Formation proposée :** Franchisé/chef/brasseurs
Durée : 8 à 12 semaines.

ZI Le Moulin
BP 27
67110 GUNDERSHOFFEN
Tél. 06 60 18 45 15
Mail : mascencio@tryba.fr
Site web : www.franchise-tryba.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente et pose de fenêtres, portes, volets, portes de garage et accessoires sur-mesure
- **Création de l'enseigne :** 1980
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1980, création de TRYBA par Johannes Tryba en Alsace.
1984, lancement du réseau de franchise en France.
2002, première menuiserie française à obtenir la certification ISO 9001, puis ISO 14001 en 2009.
2012, TRYBA crée la franchise participative ou Carré Tryba, avec pour objectif de devenir concessionnaire en trois ans.
2014, lancement de Tryba Financement pour les clients.
2018, lancement du triple vitrage en série.
2020, politique digitale accrue pour plus de contacts transmis au réseau.
2022, nouvelles gammes produits avec des profilés plus fins. Nouvelle charte graphique plus colorée, avec plus de digital dans les magasins.
2025, TRYBA compte plus de 190 concessionnaires et plus de 300 points de vente !
- **Contact franchise et développement :**
Mme Marie-Emmanuelle ASCENCIO
(Responsable développement réseau)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 8
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 306
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 150 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profils de commerciaux et managers d'équipe. Qualités recherchées : aptitudes commerciales et relationnelles, leadership, rigueur, sens de l'engagement.
- **Durée du contrat :** 3 ans, avec renouvellement maximum 2 fois x 3 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** Néant
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** À l'arrivée : trois semaines de formation théorique (commerce, logiciels et produits). Puis accompagnement sur le terrain durant six mois pour l'installation et l'apprentissage aux métiers techniques.

TUTTI PIZZA

44, bis route de Fronton
31140 AUCAMVILLE
Tél. 05 62 75 72 80
Mail : info@tutti-pizza.com
Site web : www.tutti-pizza.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide de PIZZA à emporter et à livrer
- **Création de l'enseigne :** 1989
- **Ouverture de la première franchise :** 2001
- **Étapes marquantes de son évolution :**

TUTTI PIZZA : plus de 35 ans de passion !

Et si vous deveniez franchisé TUTTI PIZZA ? Depuis 1989, TUTTI PIZZA réunit plus de 80 points de vente dans le Grand Ouest. Notre force : des pizzas « Frais Maison » de qualité, un réseau à taille humaine et un accompagnement de proximité. Avec un modèle économique solide et une stratégie digitale performante, nous offrons de belles opportunités en zones rurales et périurbaines. Ensemble, développons votre projet à votre rythme et savourons votre succès !

Rejoindre TUTTI PIZZA en 3 points :

- Un concept éprouvé et accessible, avec un investissement maîtrisé.
- Un accompagnement personnalisé, de la formation initiale au suivi quotidien.
- Une marque reconnue, avec une forte notoriété dans le Grand Ouest.

- **Contact franchise et développement :**

M. Julien BORI

(Cogérant)

julienbori@rbfinance.fr

06 21 17 66 74

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 80
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 3 000 à 6 000 habitants
- **Emplacement :** Axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 40 et 90 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 250
- **Apport personnel en K€ :** 40 à 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Que vous soyez salarié en quête d'indépendance, entrepreneur dans l'âme ou en pleine reconversion professionnelle, nous recherchons avant tout des personnalités motivées et prêtes à relever un nouveau défi !
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT (redevance d'exploitation) ; redevance publicitaire fixe définie en convention annuelle
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Notre programme de formation : Process de fabrication. Hygiène et sécurité. Service client et vente. Gestion du point de vente. Management et organisation des équipes. Formation initiale de 20 jours (3 000 € HT).

10, rue Louis-Pasteur
92100 BOULOGNE
Tél. 01 70 95 60 49
Mail : cla@ucar.fr
Site web : <https://ucar.fr/fr/devenir-franchise>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Location de véhicules toutes durées, abonnement, partage de véhicules
- **Création de l'enseigne** : 1999
- **Ouverture de la première franchise** : 2000
- **Étapes marquantes de son évolution** :
UCAR, depuis sa création en 1999, anticipe les évolutions du secteur automobile pour offrir à ses franchisés une offre répondant aux tendances du marché. UCAR est aujourd'hui le seul réseau à proposer une offre de mobilité complète et innovante : courte, moyenne, longue durée et partage de véhicules. UCAR accompagne tous ses partenaires dans la création et le développement de leur nouvelle activité au travers de ses services dédiés : centrale d'achats véhicules, assurances, assistances, marketing, animation réseau, business BtoB et digital. Depuis 2022, UCAR fait partie du Groupe COSMOBILIS, leader européen de la distribution automobile.
- **Contact franchise et développement** :
M. Cyrille LABORDE
(Directeur du Développement)
cla@ucar.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 200
- **Créations d'unités franchisées en 2025** : 50

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement** : Centres commerciaux, zones automobiles
- **Superficie moyenne du point de vente** : 25 à 50 m² + parking
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 500
- **Apport personnel en K€** : 120
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Cadre, qui souhaite se reconverter, commerçants, jeunes diplômés. Professionnels de l'automobile qui souhaite se diversifier et créer un nouveau centre de profits. Qualités humaines : engagement, honnêteté, confiance; gestionnaire et sens du commerce.
- **Durée du contrat** : 5 ans
- **Droit d'entrée** : 16 000 €
- **Redevances directes** : 8 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : NC
- **Autres obligations financières** : Constitution d'une société au capital de 100 K€
- **Formation proposée** : Une semaine de formation théorique au siège. Une à trois semaines de formation pratique en agence. Une formation continue toute l'année via un MOOC. Un accompagnement continu par un animateur réseau.

VIE & VÉRANDA

14, rue Henri-Becquerel
69320 FEYZIN
Tél. 04 72 89 08 08
Mail : contact@vie-veranda.com
Site web : www.vie-veranda.com



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2025

- **Activité :** Conception et fabrication de vérandas, extensions et pergolas sur mesure
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondée en 1984, VIE & VÉRANDA commercialise des vérandas et extensions en aluminium et bois sur mesure. En 1996, la société est rachetée par Guy Pinoncelly et Mario Normand. En 2010, la deuxième génération de dirigeant arrive à la tête de l'entreprise. Lucas Pinoncelly devient alors le président de la société. Au fil des années, les produits et services proposés ont évolué pour se spécialiser autour de gammes de vérandas au positionnement haut de gamme utilisant des matériaux comme le bois ou l'aluminium. Aujourd'hui, le réseau VIE & VÉRANDA est en fort développement et couvre la moitié du territoire français avec 45 points de vente.
- **Contact franchise et développement :**
M. Maxime BAUJARD
(Directeur réseau)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 15
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 30
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 35
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 110 et 170

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le profil idéal de candidat à la franchise Vie & Veranda est un pro ayant déjà une ou plusieurs expériences dans les métiers commerciaux et ayant un esprit d'entrepreneur.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 000 € / an
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance publicité nationale et pack com locale
- **Formation proposée :** Formation initiale, produits, chiffreage & logiciel, méthode de vente, commerciale (niveau I et II), météré, pose.

VILLAVERDE

Parc Saint-Hubert
23, rue du Creuzat
CS 25004
38081 L'ISLE-D'ABEAU
Tél. 04 74 18 42 42
Mail : developpement@sevea.fr
Site web : www.villaverde.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Jardinerie, décoration, animalerie
- **Création de l'enseigne :** 2006
- **Ouverture de la première franchise :** 1986
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En 1986, création de Système V par Vilmorin.
En 1997, les franchisés rachètent Système V, qui devient « L'Espace enchanté Vilmorin », puis VillaVerde SAS.
En 2011, VillaVerde fusionne avec Pollen et devient Sévéa, qui exploite les enseignes VillaVerde et Affiliés.
En 2014, Sévéa lance l'enseigne Version VillaVerde. L'enseigne ne cesse de faire évoluer ce concept pour toujours mieux répondre aux besoins de nos clients. Notre réseau a une particularité unique : Le capital est détenu par nos adhérents. Ce modèle économique distinct fait de nos franchisés les propriétaires de leurs magasins, mais aussi les actionnaires de la Centrale.
- **Contact franchise et développement :**
M. Arnaud BRUNELLE
developpement@sevea.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 79
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 80 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 3 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur ou multifranchisé investisseur. Professionnel du végétal, de la distribution spécialisée, manager, commerçant, gestionnaire.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** En moyenne 0,1 à 0,6 % du CA HT (cotisations services)
- **Redevances indirectes :** 0,45 à 0,8 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Thèmes variés de formation continue pour les franchisés et leurs salariés + une formation initiale pour les franchisés.

VIVAL

1, cours Antoine-Guichard
42008 SAINT-ÉTIENNE CEDEX 1
Tél. 0 4 77 45 30 48
Mail : infoentreprendre@groupe-casino.fr
Site web : www.franchise-groupecasino.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Alimentaire de proximité.
- **Création de l'enseigne :** 1999
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Véritable lieu de rencontre et d'échanges de nos villages, VIVAL propose un concept de magasin alimentaire offrant une véritable proximité pour tous les clients.

Expert du monde rural, VIVAL est un magasin multi-services qui répond à tous les besoins du quotidien. Il s'adapte à son environnement commercial : offre produits, tarifaire et horaires d'ouverture.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Laurence BENEDETTO
infoentreprendre@groupe-casino.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 1 400
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 800 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 400
- **Apport personnel en K€ :** 20
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des candidats motivés par l'entrepreneuriat et la relation client. Notre diversité de marques permet également de nous adapter aux attentes de nombreux profils.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** 76,64 € HT / mois
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Le parcours commerçant propose une formation complète, mêlant théorie et pratique, pour gérer un magasin en autonomie. Elle inclut e-learning, classes virtuelles et formation sur le terrain.

55, rue Deguingand
92300 LEVALLOIS-PERRET
Tél. 01 53 45 83 83
Mail : franchisevolfoni@groupe-bertrand.com
Site web : <https://www.volfoni.fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration 100% italienne
- **Création de l'enseigne :** 2012
- **Ouverture de la première franchise :** 2021
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Inspiré par l'Italie optimiste des années 50, VOLFONI se positionne comme la nouvelle génération de trattorias 100% italiennes, dont l'ambiance des années 50 est remise au goût du jour en adaptant des codes authentiques mais actuels. VOLFONI se construit autour de deux concepts forts de la culture italienne, la cuisine traditionnelle et l'Aperitivo.
- **Contact franchise et développement :**
M. Antoine MORTIER
(Directeur franchise)
a.mortier@groupe-bertrand.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 34
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 40 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville et périphéries
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 800
- **Apport personnel en K€ :** 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur dans l'âme et passionné par la restauration et le service client. Personne reconnue pour ses qualités managériales et de gestion. Appétence pour la cuisine italienne.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** 15 000 € de formation
- **Formation proposée :** Le franchisé et son encadrement bénéficie de 5 semaines de formation : 3 semaines de pratique et 2 semaines théoriques.

WELDOM

Rue Guy-Boulet
ZI de Breuil-le-Sec
60606 CLERMONT CEDEX
Tél. 06 46 15 30 48
Mail : karim.houchi@weldom.fr
Site web : www.weldom.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Bricolage et équipement de la maison
- **Création de l'enseigne :** 1999
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**

WELDOM est l'enseigne française de proximité spécialisée dans le bricolage, la décoration et le jardinage, au sein du Groupe Adeo, premier acteur international du marché. Au plus proche des habitants, en complémentarité de Leroy Merlin, WELDOM propose des produits, des services et des conseils pour entretenir, réparer et améliorer l'habitat, en s'appuyant sur un réseau d'entrepreneurs indépendants engagés dans leur territoire.

En 2024, avec ses 5 000 collaborateurs, ses 300 magasins sous enseigne et les 493 membres de son Club Partenaires, WELDOM affiche un volume d'affaires de 1 771 milliard d'euros, en hausse de 2 %.

- **Contact franchise et développement :**
M. Karim HOUCHI
(Responsable Acquisition et Développement des Entrepreneurs)
karim.houchi@weldom.fr
06 46 15 30 48

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 23
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 312
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 35

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 5 000 à 30 000 habitants environ à 5 minutes.
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie :** concept allant de 300 à 4 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** À partir de 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le franchisé WELDOM doit posséder des qualités entrepreneuriales et managériales pour gérer son établissement tout en respectant l'état d'esprit et les valeurs WELDOM.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 6 100 € HT
- **Redevances directes :** 3,3 % du CA HT de cotisation enseigne et 0,7 % du CA HT de cotisation notoriété
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Système d'exploitation magasin : 1 à 2 % du CA HT
- **Formation proposée :** Coût : 6 500 €.

X'PERT IMPACT

91, rue du Faubourg-Saint-Honoré
75008 PARIS
Tél. 06 40 50 83 40
Mail : ibreger@xpertimpact.com
Site web : <https://xpertimpact.com/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Débosselage automobile sans peinture et rénovations intérieures
- **Création de l'enseigne :** 2023
- **Ouverture de la première franchise :** 2023
- **Étapes marquantes de son évolution :**
X'PERT IMPACT est une enseigne spécialisée dans le débosselage sans peinture, la rénovation intérieure et de jantes de véhicules, avec déjà 56 camions en circulation en France au 31 décembre 2025. Notre réseau se distingue par un savoir-faire unique et des interventions rapides, sur des véhicules de location, retours de leasing et flottes de véhicules. En rejoignant X'PERT IMPACT, vous intégrez un marché en pleine croissance, avec un modèle éprouvé et rentable. Nous vous accompagnons à chaque étape. X'PERT IMPACT prévoit des évolutions potentielles du concept offrant ainsi de nouvelles perspectives de revenus.
 - Sélection au Championnat International Débosselage Orlando 2026.
 - Médaille d'or au concours européen de la franchise, catégorie « Marque émergente ».
- **Contact franchise et développement :**
Mme Ivane BREGER
(Directrice du développement)
ibreger@xpertimpact.com

LE RÉSEAU (en France)

- Nombre d'unités propres : 0
- Nombre d'unités franchisées ou affiliées : 56
- Créations d'unités franchisées en 2025 : 26

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Néant
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 110
- **Apport personnel en K€ :** 10
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 41

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Débosseleur ou pas ; salarié ou déjà à votre compte. Notre prérequis est votre motivation ! Notre accompagnement fera le reste ; appétence pour l'automobile et pour le commercial, nos clients attendent des techniciens, mais aussi des partenaires !
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 8 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale de huit semaines : quatre semaines dans notre centre de formation et quatre autres en binôme avec nos franchisés ambassadeurs directement sur le terrain.

YVES ROCHER

Service Recrutement Partenaires
7, chemin de Bretagne
92444 ISSY-LES-MOULINEAUX CEDEX
Tél. 01 41 08 55 00
Mail : yr.recrut.franchise-gerance@yrnet.com
Site web : www.franchise.yves-rocher.fr

YVES ROCHER
FRANCE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Produits cosmétiques et soins esthétiques
- **Création de l'enseigne :** 1959
- **Ouverture de la première franchise :** 1970
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Pionniers de la cosmétique botanique, nous révélons la puissance des plantes, pour le bien-être de tous dans une démarche de respect de la nature et de sa biodiversité.

Depuis plus de 60 ans, nous sommes botanistes, récoltants, fabricants et commerçants : de soins, de couleurs, de parfums. Pour rendre le meilleur de la nature accessible à tous. De nos plantes à votre peau.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Stéphanie VINCENT
(Responsable Recrutement Franchisés)
stephanie.vincent@yrnet.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 11
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 633
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 8 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 732
- **Apport personnel en K€ :** De 30 à 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 100 et 130

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des partenaires en franchise et en location-gérance pour des reprises de magasins en France.
Profil: Manager, commerçant, gestionnaire, partage de nos engagements
- **Durée du contrat :** 3 ans en location-gérance – 7 ans en franchise
- **Droit d'entrée :** 2 000 à 10 000 € HT
- **Redevances directes :** Produits: 2 % en franchise, 7 à 15 % en location-gérance du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Le parcours d'intégration dure cinq semaines et comprend une partie théorique et une mise en pratique en magasins.

YVES THURIÈS CHOCOLATIER RÉCOLTANT

ZA La Violette
Belcastel
81150 MARSSAC-SUR-TARN
Tél. 05 63 53 05 05
Mail : contact@yvesthuries.com
Site web : www.yvesthuries.com

Yves Thuriès
CHOCOLATIER RÉCOLTANT

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente au détail chocolatier récoltant.
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 2000
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En 1992, Yves Thuriès, deux fois Meilleur Ouvrier de France, créé la Chocolaterie Excellence. À ce savoir-faire extraordinaire de chocolatier français, nous ajoutons la maîtrise totale des matières premières par l'exploitation en direct de nos propres plantations de cacao en Équateur qui fournit l'un des plus beaux crus au monde et de notre exploitation de noisettes dans le sud-ouest de la France qui apporte à nos bonbons de chocolat un goût particulièrement raffiné. Nous sommes ainsi les seuls à proposer au plus grand nombre une offre d'un chocolatier récoltant reconnu deux fois Meilleur Ouvrier de France.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Ludivine TRAVERS-PITROU
(Responsable du Développement)
l.travers@yvesthuries.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 34
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 45
- **Créations d'unités franchisées en 2025 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 40 et 65 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 262
- **Apport personnel en K€ :** 50 à 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 50 et 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Authenticité, Gourmandise, Créativité sont les principales valeurs qui animent la Maison Yves Thuriès. Si vous partagez les mêmes valeurs, rejoignez-nous pour devenir la future chocolaterie référente de votre ville.
- **Durée du contrat :** 5 + 5 ans
- **Droit d'entrée :** 19 500 €
- **Redevances directes :** 2 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT en redevance communication
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Durant votre formation immersive de 3 semaines, vous découvrez notre univers, rencontrez nos chocolatiers, apprenez nos techniques et vivez la réalité du terrain aux côtés de nos ambassadeurs.



VANESSA BOUCHARA
Coordinatrice du Collège
des experts de la FFF

“
La synergie
de nos
compétences
est notre
plus grande
force.”

LE COLLÈGE DES EXPERTS DE LA FFF

Pourquoi faire appel à un expert de la franchise et, plus spécialement, à un membre du Collège des experts de la Fédération Française de la Franchise ?

Le Collège des experts de la FFF rassemble des professionnels de très grande qualité, qui interviennent, pour la plupart, aux côtés d'enseignes franchiseurs, et pour certains auprès de franchisés.

Les experts sont rigoureusement sélectionnés par la FFF sur des critères objectifs qui permettent à la Fédération de s'assurer de leur compétence et de leur sérieux. Ils ont ainsi la pleine confiance de la Fédération, ce qui est particulièrement rassurant pour les franchiseurs.

Ainsi, le Collège des experts accompagne la Fédération dans ses travaux et missions. Les experts participent et animent les différents événements organisés par la Fédération, comme, par exemple, les Assises de la Franchise.

En tant que spécialiste de la propriété intellectuelle et plus particulièrement des marques j'ai le plaisir de côtoyer des avocats en franchise, des experts dédiés à l'accompagnement des réseaux, des spécialistes du marketing et de la communication, ou encore des experts-comptables.

La synergie de nos compétences est notre plus grande force.

Les experts de la FFF sauront vous accompagner efficacement, et je suis particulièrement fière d'être leur coordinatrice !

VANESSA BOUCHARA

Avocate spécialiste
en propriété intellectuelle
vb@cabinetbouchara.com
www.cabinetbouchara.com

CONSEILS JURIDIQUES

Avocats

M^e François-Xavier [AWATAR](#)
 M^e Rémi [de BALMANN](#)
 M^e Hubert [BENSOUSSAN](#)
 M^e Vincent [BERGER](#)
 M^e Élodie [BERTRAND-ESQUEL](#)
 M^e Olivier [BINDER](#)
 M^e Pierre [CUSSAC](#)
 M^e Rémi [DELFORGE](#)
 M^e Stéphan [FESCHET](#)
 M^e Frédéric [FOURNIER](#)
 M^e Christophe [GRISON](#)
 M^e Jérôme [GUILLÉ](#)
 M^e Hélène [HELWASER](#)
 M^e Stéphane [INGOLD](#)
 M^e Martin [LE PÉCHON](#)
 M^e Lionel [LEFEBVRE](#)
 M^e Cécile [PESKINE](#)
 M^e Régis [PIHÉRY](#)
 M^e Sandrine [RICHARD](#)
 M^e Sébastien [SEMOUN](#)
 M^e François-Luc [SIMON](#)
 M^e Grégoire [TOULOUSE](#)
 M^e Olga [ZAKHAROVA-RENAUD](#)

Conseil / Avocat en
propriété intellectuelle

M^e Vanessa [BOUCHARA](#)
 M. Éric [SCHAHL](#)

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT
DE FRANCHISE

M. Sylvain [BARTOLOMEU](#)
 M. Mickaël [BENARROUCH](#)
 M. Franck [BERTHOULOUX](#)
 M. Thierry [BISMUTH](#)
 M. Jean-Luc [COHEN](#)
 M. Laurent [DUBERNAIS](#)
 M. Olivier [FOUQUERÉ](#)
 M. Emmanuel [JURY](#)

M. Laurent [KRUCH](#)

M. Laurent [LECLERC](#)

M. Nicolas [LOUIS-AMÉDÉE](#)

M. Olivier [MIGNOT](#)

Mme Virginie [SABLÉ](#)

M. Julien [SIOUFFI](#)

Mme Emmanuelle [VAILLANT](#)

M. Jean-Paul [ZEITLINE](#)

CONSEILS COMPTABLES,
FINANCIERS ET ASSURANCES

Experts-comptables

Mme Stéphanie [PIZZUTTI](#)

Mme Olga [ROMULUS](#)

M. David [VANALDERWERELT](#)

M. Jérôme [WITTMANN](#)

Conseils en gestion, finance
et assurances

Mme Stéphanie [CINATO DI FUSCO](#)

M. Jean-Philippe [DELTOUR](#)

M. Benoît [FOUGERAIS](#)

CONSEILS EN MARKETING
ET COMMUNICATION

M. Alexandre [CHUSSEAU](#)

Mme Lise [FERCOQ DUGUÉ](#)

M. François [NEPPEL](#)

CONSEILS
EN STRATÉGIE DIGITALE

M. Pascal [CROZE](#)

M. Michel [FAILLIE](#)

M. Mehdi [TALEB](#)

M. Abdel [TAMRANE](#)



MAÎTRE FRANÇOIS-XAVIER AWATAR

CONSEILS JURIDIQUES

CMS FRANCIS LEFEBVRE

174, rue de Créqui, 69003 LYON

P 06 29 11 29 03

Mail : francois-xavier.awatar@lyon.cms-fl.com

Site : <https://cms.law/fr/fra/>

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

CMS FRANCIS LEFEBVRE est un cabinet d'avocats qui intervient dans de nombreux secteurs d'activité et dans toutes les matières (*droit des sociétés, fiscalité, social, RSE, énergies, droit économique, etc.*) au sein de 82 bureaux dans le monde pour vous apporter des conseils sur mesure répondant à vos besoins sur le marché. François-Xavier Awatar, est avocat associé au sein du département droit économique (*Distribution, franchise, concurrence, consommation*) et intervient sur l'ensemble du territoire français tant en conseil qu'en contentieux.

Son équipe totalise 15 personnes entièrement dédiée à l'ensemble de ces problématiques juridiques la création, développement des réseaux, assistance aux franchiseurs souhaitant importer leur activité en France ou l'exporter à l'international, contentieux arbitraux et judiciaires, ainsi que prévention des difficultés des réseaux ainsi que toutes les problématiques liées aux droits de la concurrence et de la consommation.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Langues parlées dans l'équipe : anglais, espagnol, arabe, turc.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en droit de la franchise, distribution, concurrence, consommation depuis 2011.

- Associé CMS FRANCIS LEFEBVRE,
- Membre du conseil de direction du cabinet cms,
- Legal 500 (tiers 1),
- MBA Sciences Po Paris leadership, management & enjeux juridiques,
- Certificat à la profession d'avocat (CAPA),
- Master 2 en droit des affaires / DJCE / Certificat de spécialité en droit économique.

STRUCTURE DU CABINET

Le cabinet CMS FRANCIS LEFEBVRE est composé de plus de 600 avocats et de 113 associés. Le cabinet est une des filiales du réseau mondial CMS comprenant 8000 avocats et plus de 80 filiales dans le monde.



MAÎTRE RÉMI DE BALMANN

CONSEILS JURIDIQUES

D, M & D

42, rue Notre-Dame-des-Champs, 75006 PARIS

Tél. 01 44 39 00 80 – P 06 82 39 09 30

Mail : rdebalmann@dmd-avocats.com

Site : www.dmd-avocats.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Exclusivement dédié aux têtes de réseaux et dans le cadre de ses activités de conseils, Rémi de BALMANN analyse le concept et détermine le modèle juridique adapté, élabore le contrat et le document d'information précontractuelle en liaison avec les porteurs de projets et aide à la formation au « métier de franchiseur ».

Dans le cadre de ses activités judiciaires, il défend les intérêts des têtes de réseaux confrontées à des situations de crise : conflits franchiseurs/franchisés, concurrence déloyale, parasitisme ; tentatives de déstabilisation.

Reconnu pour ses talents de plaideur, il aborde le procès comme « la continuation de la politique par d'autres moyens » (Clausewitz).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2000.

- Diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Paris (Sciences Po Paris),
- DEA de Droit des Affaires (Paris II – Assas),
- Ruban d'Argent de la Franchise en 2015,
- Coordinateur du Collège des Experts de la FFF (2015-2023),
- Ruban d'Or de la Franchise en 2021.

STRUCTURE DU CABINET

NC.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. SYLVAIN BARTOLOMEU

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

FRANCHISE MANAGEMENT

Tour Part-Dieu, 21^e étage, 129, rue Servient, 69003 LYON
P 06 75 19 84 68

Mail : bartolomeu@franchise-management.com

Site : www.franchise-management.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Conseil en franchise : accompagnement de franchiseurs et futurs franchiseurs :

- Création de réseaux (faisabilité, stratégie, montage, lancement),
- Développement de réseaux (plan de communication, organisation du recrutement),
- Optimisation de réseaux (diagnostic, audit-Benchmark, assessment, conduite du changement),
- Modélisation de concepts (optimisation du pilote, modélisation du savoir-faire, rédaction de manuels opératoire).
- Recrutement des équipes de tête de réseau (animateurs, développeurs, directeurs réseaux).

En 35 ans, Franchise Management a accompagné plus de 600 enseignes représentant plus de 100 000 franchisés à travers le monde.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.

- Plus de 130 réseaux accompagnés personnellement, de toutes tailles et de tous secteurs d'activité,
- Formateur à l'Académie de la Franchise®,
- Enseignant en Master I & II management de la franchise (Université de Haute-Alsace/Université Lyon III/IAE),
- DESS Management de la franchise, Ingénieur maître en management de réseaux,
- Ruban d'Argent de la Franchise.

STRUCTURE DU CABINET

4 associés et 14 consultants.



M. MICKAËL BENARROUCH

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

TRIBEKAI

42, avenue Georges-Pompidou, 69003 LYON
P 06 69 07 21 83

Mail : m.benarrouch@tribekai.com

Site : www.tribekai.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

TRIBEKAI est un cabinet de conseil en stratégie de développement dont l'expertise est d'accompagner les acteurs du Retail dans leur développement :

- Franchise France : cadrage stratégique, développement et recherche de partenaires franchisés, qualification des partenaires
- Développement international franchise : stratégie de conquête internationale
- Développement en franchise / master-franchisés
- Immobilier commercial : commercialisation, développement immobilier
- Plateforme de recrutement de franchisés : KAPP RETAIL.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2007.

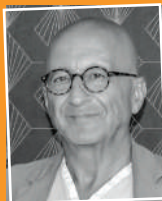
- 2000-2003 : Reims management school (Sup de Co Reims),
- 1999-2000 : Classe Préparatoire HEC (Lycée Edgard Quinet, Bourg-en-Bresse),
- Juin 1998 : Bac économique et social.

STRUCTURE DU CABINET

Le cabinet possède quatre pôles d'expertises :

- Stratégie,
- Franchise,
- Immobilier, International,
- Plateforme de recrutement de franchisés.

Le cabinet emploie désormais 22 collaborateurs.



MAÎTRE HUBERT BENSOUSSAN

CONSEILS JURIDIQUES

CABINET HUBERT BENSOUSSAN & ASSOCIÉS
 119, rue de Lille, 75007 PARIS
 Tél. 01 47 03 34 09
 Mail : cabinet@hubertbensoussan.eu
 Site : www.hubertbensoussan.eu

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Historiquement dédié à la franchise et plus généralement aux réseaux de distribution, le cabinet d'avocats Hubert Bensoussan & Associés accompagne les franchiseurs dans leur stratégie de vie en réseau et les précautions juridiques et stratégiques qu'elle impose.

Parmi les prestations du Cabinet :

- création de réseaux,
- conseils juridiques et stratégiques,
- rédaction des contrats nécessaires aux réseaux de franchise et assimilés,
- cession de réseau / achat de réseau,
- contrôle de la communication du réseau,
- prise en charge des situations potentiellement conflictuelles,
- négociation et/ou le contentieux judiciaire.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1990.

- Avocat,
- Diplôme universitaire de droit européen,
- Enseignant en Droit des réseaux de commercialisation à l'IUP de Colmar.

STRUCTURE DU CABINET

Dix avocats totalement dédiés à l'activité franchise et assimilé, dont un professeur agrégé des facultés de droit et un maître de conférences ; deux assistantes juridiques.



MAÎTRE VINCENT BERGER

CONSEILS JURIDIQUES

KPMG Avocats
 Tour Europlaza, 20, avenue André-Prothin
 92927 PARIS LA DÉFENSE CEDEX
 Tél. 01 55 68 48 86
 Mail : vberger1@kpmgavocats.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Avocat à la cour,
- Fiscalité des entreprises,
- Fiscalité patrimoniale.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2000.

- DEA (Master 2) Droit Fiscal – Université Panthéon Sorbonne,
- Certificat d'aptitude à la profession d'avocat.

STRUCTURE DU CABINET

SELAS
 Membre du réseau KPMG International.



M. FRANCK BERTHOULOUX

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

TGS FRANCE
20, rue Victor-Schoelcher, 44100 NANTES
P 06 12 62 08 78
Mail : franck.berthouloux@tgs-france.fr
Site : www.tgs-france.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Aider les femmes et les hommes en réseau (franchiseurs, franchisés) à se développer durablement. Interventions dans de nombreux secteurs d'activité : RECRUTEMENT : Analyse des profils psychologiques des franchisés : La Valeur Humaine Ajoutée® – ÉTUDES : Cartographie de la performance / Santé des franchisés – EXPÉRIENCE FRANCHISES : Identification, codification du savoir-faire, base de connaissances digitale, Symétrie Expérience Franchisés / Expérience clients – DÉVELOPPEMENT PERSONNEL : Coaching des dirigeants franchise, animation séminaires, conférences sur la Santé des Dirigeants et des Entreprises... – ACCOMPAGNEMENT OPÉRATIONNEL – FORMATION : Animation réseau, Créer & développer son réseau de franchise (Académie de la Franchise® – FFF) – PARTAGE D'EXPÉRIENCE : Animation du club « L'Atelier des Enseignes® qui se développent en réseau » fédérant une quinzaine d'enseignes depuis 2012.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1998.
27 ans d'expérience en franchise (France et International).
Ruban d'Or de la Franchise 2023.
Ancien franchiseur (10 ans) et consultant depuis 2009.
Coach professionnel certifié.
Membre du Jury des Révélations de la Franchise (depuis 2010).
Références : 210 réseaux.
Master en Commerce international

STRUCTURE DU CABINET

Depuis 1998, équipe interdisciplinaire spécialiste franchise & réseaux (consultants, coaches certifiés, experts système d'information, avocats, juristes, experts-comptables) qui aide les enseignes en réseau à se développer durablement.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE ÉLODIE BERTRAND-ESQUEL

CONSEILS JURIDIQUES

BESIDE AVOCATS
14, rue de la Charité, 69002 LYON
P 06 82 51 47 94
Mail : ebertrand@beside-avocats.com
Site : www.beside-avocats.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Intervenant depuis près de 15 ans en droit de la franchise, Maître Élodie BERTRAND-ESQUEL propose à ses clients de la qualité juridique et de la réactivité, sans jamais oublier une prise de hauteur « business » pour leur apporter des réponses claires, pertinentes et accessibles. Passionnée, elle s'adapte à votre activité pour vous accompagner dans son développement et sa pérennisation.

COMPÉTENCES :

- Création de réseau de franchise et rédaction du contrat de franchise,
- Audit du DIP et du contrat : analyses ciblées,
- Renouvellement du contrat de franchise,
- Aide à la décision pendant l'exécution du contrat,
- Concurrence déloyale et parasitisme,
- Création et accompagnement d'association de franchisés,
- Accompagnement à la sortie de réseau et/ou à la cession,
- Règlement des litiges (amiable et judiciaire).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2012.
– Avocate associée, Avocate au Barreau de Lyon et de Montréal,
– Fondateur LegalTech « MonContratDeFranchise.com »,
– Certificat de spécialisation en Droit économique (2012).

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet à taille humaine d'une vingtaine d'avocats, BESIDE AVOCATS accompagne ses clients dans tous les domaines du droit des affaires.
Le département Franchise est composé de 4 avocats exerçant en conseil et en contentieux.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE OLIVIER BINDER

CONSEILS JURIDIQUES

CORNET-VINCENT-SEGUREL (CVS)
 251, boulevard Pereire, 75852 PARIS Cedex 17
 Tél. 01 40 73 73 40
 Mail : obinder@cvs-avocats.com
 Site : www.cvs-avocats.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

En matière de franchise, Olivier BINDER accompagne une clientèle nationale et internationale pour les implantations ou développements de franchise en France. Il conseille, structure, rédige, audite les réseaux, entouré d'une équipe pluridisciplinaire (fiscalité, marques, corporate, propriété commerciale, urbanisme). Il gère les risques précontentieux, et les situations de crise, et assiste ses clients dans la recherche de solutions amiables (médiation, conciliation) ou à l'occasion de procédures arbitrales et judiciaires. Il les représente devant les Autorités administratives de concurrence, nationale ou européenne.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1994.

- Université de droit de Paris et HEC executive MBA.
- Membre de l'IBA/IFA (International Franchise Association) et de EFL (EuroFranchiseLawyers).

- Expert national France de l'IDI pour la franchise (International Distribution Institute).
- Arbitre référencé à la FFF et à la Chambre arbitrale internationale de Paris.

STRUCTURE DU CABINET

Le cabinet intervient auprès d'entreprises françaises et étrangères de la grande distribution, de la distribution spécialisée, de franchiseurs. L'équipe dédiée compte, France entière, une trentaine d'avocats dont 10 associés et un *Of Counsel*.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. THIERRY BISMUTH

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

22, boulevard de Stalingrad, 92320 CHATILLON
 P 06 10 70 30 90
 Mail : bismuththierry@gmail.com
 Site : thierrybismuth.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Diversifiez votre sourcing de candidats à la franchise. Le web, les plateformes, les annonces, la presse et les salons... sont indispensables. Mais ils ne touchent pas tous les profils entrepreneuriaux.

Je vous apporte deux sourcings complémentaires :

- 1 – Chaque semaine, je me déplace dans une ville pour rencontrer les commerçants et leur proposer une reconversion : Ils ont déjà le local, une clientèle, une entreprise... Mais sont parfois un marché sinistré... Je leur propose simplement de migrer vers un projet porteur de succès : le vôtre.
- 2 – Chaque mois, j'appelle et j'échange avec 100 profils dont le CV révèle une posture entrepreneuriale. Je réalise avec eux l'audit de leur recherche et je leur présente un projet, un univers, un réseau auquel ils n'avaient pas encore pensé : le vôtre.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais opérationnel.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2012.

- ESC Bordeaux
- Création et animation entre 2012 et 2026 du réseau ODYSSEE RH (150 entrepreneurs).
- Missions réalisées :
 - Rédaction des contrats de partenariat,
 - Recrutement des entrepreneurs,
 - Accompagnement dans leur création d'entreprise,
 - Conception des outils de pilotage,
 - Formation,
 - Animation du réseau.



MAÎTRE VANESSA BOUCHARA

CONSEILS JURIDIQUES

CABINET BOUCHARA & AVOCATS
 17, rue du Colisée
 75008 PARIS
 Tél. 01 42 25 42 30 – P 06 09 75 08 21
 Mail: vb@cabinetbouchara.com
 Site: www.cabinetbouchara.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Notre cabinet est entièrement et exclusivement dédié à la propriété intellectuelle et aux nouvelles technologies.

Nous accompagnons de nombreux réseaux de franchise dans la sécurisation de leurs actifs de propriété intellectuelle (marques, dessins et modèles, droits d'auteur) et dans le cadre d'action contre des tiers portant atteinte à leurs droits de propriété intellectuelle.

Nous nous occupons des dépôts de marque, de la surveillance des atteintes aux droits de nos clients et globalement à la lutte contre la contrefaçon.

Nous traitons aussi des enjeux relatifs au RGPD et aux nouvelles technologies (notamment aux sujets IA).

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2005.

- Master 1 : droit des affaires.
- Formation propriété intellectuelle en France et en Angleterre,
- Master 2 : droit de l'entreprise.

STRUCTURE DU CABINET

5 avocats, 3 juristes, 2 assistantes.



M. ALEXANDRE CHUSSEAU

CONSEILS EN MARKETING ET COMMUNICATION

B52, 6 bis, rue Paul-Gros
 33270 FLOIRAC
 Tél. 05 56 47 60 77 – P 06 84 75 36 52
 Mail: a.chusseau@b52.fr
 Site: www.b52.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Définition de plateforme de marque-concept, territoire et stratégie de communication (publicité, crise, influence, marque commerciale...)

Stratégie d'acquisition (trafic, visibilité, lead), conseil et achat média off line et on line, campagne webmarketing et social ads. Community management, stratégie éditoriale, gestion e-réputation, animation des réseaux sociaux, relation influenceurs, production de contenus.

Réalisation d'outils de communication (plaquettes, sites web, films tv, spots radio, stands...).

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2023.

- IUT Tech de Co Bordeaux,
- ESC Clermont-Ferrand

STRUCTURE DU CABINET

Alexandre CHUSSEAU, équipe de 10 collaborateurs et 1 associé. Quatre pôles d'expertises :

- Conseil et gestion de projet,
- Création graphique,
- Webmarketing social média,
- Fabrication / logistique.



MME STÉPHANIE CINATO DI FUSCO

CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES

IN EXTENSO

8, place Hubert-Mounier

69002 LYON

Tél. 04 72 60 36 68 – P 06 78 54 46 48

Mail : stephanie.cinato-di-fusco@inextenso.fr

Site : www.finance.inextenso.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

IN EXTENSO, est un cabinet national leader de l'expertise comptable et des services professionnels pour les TPE-PME en France détenu par ses associés.

IN EXTENSO propose aux chefs d'entreprise un service professionnel complet, à tous les stades de la vie de leur entreprise et sur tous les domaines liés à la gestion de leur activité : comptabilité, fiscalité, gestion, juridique, conseil social et paies, resourcing, externalisation comptable, gestion de patrimoine, conseil en innovation durable, conseil en tourisme, culture et hôtellerie, transmission d'entreprise. IN EXTENSO propose des outils numériques innovants, notamment un portail de benchmark pour les enseignes et Inxweb, portail collaboratif, véritable interface de gestion pratique et connectée.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1998.

IN EXTENSO : Directeur National Marché Franchise & Commerce Organisé.

STRUCTURE DU CABINET

280 agences en France et 7300 collaborateurs dont 315 associés.

Cellule nationale dédiée au marché de la Franchise et du Commerce organisé



M. JEAN-LUC COHEN

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

FRAMBOISE CONSULTING

12, allée des Chevreuils, 69380 LISSIEU

T 04 78 43 75 64

Mail : jeanluc.cohen@framboise.consulting

Site : www.framboise.consulting

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Conseils aux réseaux de distribution dans la structuration, le développement, l'animation et le recrutement.
- Accompagnement dans la création et le développement de réseaux de franchises, licence de marques, licence de savoir-faire et toute autre forme de commerce associé.

STRUCTURE DU CABINET

3 associés, 7 collaborateurs et 25 affiliés.



M. PASCAL CROZE

CONSEILS EN STRATÉGIE DIGITALE

CLEONET

11, avenue Paul-Verlaine, 38100 GRENOBLE

P 06 77 82 66 74

Mail : pcroze@cleonet.fr

Site : www.cleonet.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Digitalisation des réseaux de franchise,
- Applications Intranet et Extranet à destination des réseaux de franchise, modules standards personnalisables,
- Digitalisation des missions et services du franchiseur : recrutement, développement, ouverture, travaux, communication interne, base documentaire, gestion des plans d'actions, gestion de projet, animation de réseaux, facturation centralisée, gestion des formations, boutique interne, gestion des supports marketing et outils de communication, centralisation des achats, logistique centralisée, e-learning, statistiques centralisées, pilotage et back-office e-commerce, pilotage et back-office front office point de vente, gestion cartes et compte fidélité...
- Hébergement / Maintenance / Assistance / Formation,
- Développements spécifiques autour de nos modules de base,
- Conseil / Accompagnement / Stratégie de digitalisation,
- Consultant digitalisation.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1998.

- Ingénieur IT,
- Chef de projet en SSII,
- Responsable informatique Groupe Go Sport,
- Responsable informatique Euromaster,
- DSI Vulco,
- CEO CLEONET depuis décembre 2003,
- Consultant digitalisation depuis 2003.

STRUCTURE DU CABINET

14 personnes

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais professionnel.



MAÎTRE PIERRE CUSSAC

CONSEILS JURIDIQUES

CABINET P. CUSSAC

32, boulevard Marbeau

75116 PARIS

Tél. 01 45 53 19 19

Mail : avocats@cabinet-ch.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Le cabinet intervient comme conseil permanent auprès des entreprises pour monter leurs opérations juridiques et rédiger leurs contrats. Le cabinet gère également les dossiers contentieux dans les matières dont il s'occupe : droit de la franchise, des réseaux de distribution, de la concurrence et de la propriété industrielle.

Le cabinet est le consultant privilégié, dans ces matières, de nombreux groupes très renommés mais aussi des moyennes entreprises qu'il assiste dans leur développement.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1991.

- Avocat auprès de la Cour d'Appel de Paris,
- Cabinet Conseil de groupes très renommés, français et internationaux, ainsi que des PME en matière de franchise.

STRUCTURE DU CABINET

3 associés – 3 collaborateurs.



MAÎTRE RÉMI DELFORGE

CONSEILS JURIDIQUES

DL CORPORATE & REGULATORY
 20, boulevard Princesse-Charlotte, MC 98000 MONACO
 P + 377 97 98 76 26 – + 33 6 82 65 03 62
 Mail : remid@delforgelaw.com
 Site : www.delforgelaw.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Opérations transfrontières notamment M & A, acquisition et refinancement de réseaux,
- Rédaction de contrats en anglais et français (franchise, master franchise, accords de développement, JV, partenariat, concession, location-gérance, commission-affiliation, distribution, licences, sponsoring...) ; adaptation des contrats au droit français et monégasque,
- Document d'Information Précontractuel (DIP), conseil pour la mise en place de structures d'approvisionnement en Europe, management juridique de réseaux, négociations franchiseurs-franchisés, implantations et autorisations à Monaco.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1985.
 – Maîtrise Droit des affaires (Paris II),
 – DESS Droit international (Paris I),
 – LL.M (Master's Américain, Tulane University, USA),
 – Directeur juridique (Schlumberger),
 – Directeur juridique Europe (McDonald's).

STRUCTURE DU CABINET

10 personnes.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Allemand, anglais, espagnol, italien.



M. JEAN-PHILIPPE DELTOUR

CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES

CRÉDITRELAX – LINKAPITAL
 2, rue de la Roquette, 75011 PARIS
 Tél. 01 58 30 81 70 – P 06 22 10 73 41
 Mail : jp.deltour@creditrelax.com
 Site : www.creditrelax.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

CRÉDITRELAX est un cabinet de courtage en financement professionnel, spécialisé dans l'accompagnement des franchisés, artisans, commerçants et professions libérales.

LINKAPITAL, banque d'affaires indépendante dédiée aux entrepreneurs, se distingue par son expertise dans la structuration d'opérations financières, capitalistiques ou patrimoniales. Elle intervient également dans la recherche de financements (dette, fonds propres, quasi-fonds propres) et la gestion des transactions.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2005.
 – MBA ESSEC,
 – Jean-Philippe Deltour a conseillé et accompagné le financement de plus de 150 réseaux de franchise.

STRUCTURE DU CABINET

Agence centrale basée à Paris.



M. LAURENT DUBERNAIS

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

SYNERGEE

1-3, boulevard Charles-de-Gaulle, Le Noblet, 92700 COLOMBES

P 06 84 21 45 00

Mail: laurent.dubernais@synergiee.com

Site: www.synergiee.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

SYNERGEE : éditeur international de solutions cloud de pilotage et d'animation pour les réseaux franchisés. Plus de 320 enseignes et 75 000 points de vente utilisent SYNERGEE dans 120 pays.

SYNERGEE vous permet d'industrialiser vos processus de gestion et pilotage de votre réseau de franchise, Développement, gestion juridique, animation, pilotage activité et gestion financière; suivi des achats. Grâce à une méthodologie éprouvée, SYNERGEE vous permet de développer votre réseau, et créer de la valeur pour le franchiseur et son franchisé.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1995.

– 1988 : Diplômé de l'Institut Supérieur du Commerce, MBA Audit Expertise Conseil.

STRUCTURE DU CABINET

SYNERGEE 40 collaborateurs. SYNERGEE commercialise ses solutions en Europe et les déploie dans le monde entier.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Allemand.



M. MICHEL FAILLIE

CONSEILS EN STRATÉGIE DIGITALE

6TM Seenaps

La Palmeraie, 11, rue du Bois-de-Sœuvres, 35770 VERN-SUR-SEICHE

P 06 11 54 17 36

Mail: michel.faillie@6tm.com

Site: www.seenaps.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

SEENAPS est la solution qui structure et booste la performance de votre réseau commercial. Pensée pour les franchises, coopératives ou réseaux intégrés, SEENAPS centralise tout ce qui fait la vitalité d'un réseau : pilotage, animation, communication, développement et formation.

Véritable CRM augmenté, sa plateforme enrichie par l'IA permet de suivre les performances, d'animer le terrain et de renforcer la cohésion et l'efficacité opérationnelle.

SEENAPS, c'est aussi une offre de services digitaux sur mesure pour accélérer votre business : solutions e-commerce, outils métier et intégrations personnalisées.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2010.

– Ingénieur maître en robotique et automatismes,
– DESS Transfert de Savoirs et Nouvelles technologies.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

STRUCTURE DU CABINET

Né de l'expertise du groupe 6TM, acteur reconnu en transformation digitale depuis plus de 20 ans et fort de 120 collaborateurs, SEENAPS allie technologie et connaissance métier pour accompagner plus de 80 réseaux commerciaux dans leur développement.



MME LISE FERCOQ DUGUÉ

CONSEILS EN MARKETING ET COMMUNICATION

ZUGGA MEDIA
 67, cours Mirabeau
 13100 AIX-EN-PROVENCE
 P 06 13 43 88 09
 Mails : zuggamedia@wanadoo.fr
 Site : www.zuggamedia.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Accompagnement des enseignes dans l'organisation de leurs événements et leur stratégie de communication :

ÉVÉNEMENTIEL : Convention nationale. Congrès, Opération de lancement de réseau. Animation groupe de travail franchisés...

Salons professionnels : Commissariat technique et logistique externalisé, Création de Stands, Scénographie.

COMMUNICATION : Conseil en image et notoriété. Communication d'enseigne, de développement et recrutement. Manuel de communication. Plan de communication franchisés. Création graphique. Direction communication externalisée.

RÉFÉRENCES FRANCHISE : Bocage, Casino, Cash Express, Cavavin, Citron Vert, Daniel Moquet, Emprixia, Eram, Gêmo, Faguo, Lippi, Mellow Yellow, Midas, Mikit, Moulin de Païou, Nestenn, Quick, Rent A Car, Repar' Stores, Speedy, TBS, Ulysse Transport, Vival Spar, Yves Rocher, Franchise Expo Paris...

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1993.

- 30 ans d'expérience en franchise : Salon Franchise Expo, franchiseurs, agence conseil depuis plus de 20 ans.
- Coordinatrice des Experts FFF, Ruban de la Franchise 2013.
- Formateur Institut régional des chefs d'entreprise.
- Membre Comité de rédaction et coauteur d'ouvrages Franchise
- Master en Communication ISCOM

STRUCTURE DU CABINET

2 bureaux Sud France et Paris.

2 associées, Lise FERCOQ DUGUÉ et Gaëlle FERCOQ, cofondatrices et directrices associées depuis 2001.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE STÉPHAN FESCHET

CONSEILS JURIDIQUES

ARCY AVOCAT
 21, rue d'Artois
 75008 PARIS
 P 06 88 45 34 46
 Mail : stephan.feschet@bfl-avocats.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Rédaction de DIP et de contrats de franchise ou contrats voisins ;
- Consultations diverses notamment sur :
 - la coopération commerciale,
 - la distribution par Internet,
 - l'approvisionnement exclusif,
 - la clause de non-affiliation,
 - la responsabilité du franchiseur,
 - les contours de l'assistance.
- Mise à jour CGV ;
- Suivi de litiges individuels (franchiseur-franchisé) ou de litiges collectifs (avec des associations de franchisés) ;
- Contentieux loi Doubin, savoir-faire, assistance, non-paiement des redevances, requalification ;
- Contentieux rupture brutale des relations commerciales, déséquilibre significatif ;
- Contentieux contrefaçon droit des marques.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.

- DEA Droit des Affaires, CAPA,
- Interventions pour des franchiseurs notamment dans les domaines suivants : agences immobilières, hôtellerie, restauration, prêt-à-porter, services à la personne, optique, esthétique, boulangerie, etc.,
- Membre de l'Association des praticiens du droit des Marques et des Modèles.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Allemand.



M. BENOÎT FOUGERAIS

CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES

FM Lending
129, rue Servient, 69003 LYON
P 06 88 25 27 91
Mail : benoit.fougerais@fm-lending.com
Site : <https://fm-lending.com/>

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Avec FM Lending, j'interviens aux côtés des franchiseurs pour structurer et sécuriser le financement de leur réseau : référencement stratégique auprès des principaux partenaires bancaires, leasing, financement participatif, aides publiques et assureurs, afin d'optimiser l'accès au financement pour l'ensemble des franchisés.

Les franchisés, qu'ils soient en création, en reprise ou déjà installés, bénéficient d'un accompagnement complet pour financer leur point de vente, piloter leur trésorerie et sécuriser leur activité grâce à des solutions d'assurances adaptées. En complément, nous déployons des solutions permettant aux clients des franchisés d'accéder eux aussi à des financements, contribuant directement à la croissance du chiffre d'affaires des réseaux.

FM Lending agit ainsi comme un véritable partenaire financier des enseignes, en apportant une vision stratégique du financement et de l'assurance au service du développement, de la rentabilité et de la pérennité des réseaux de franchise.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.

- Expert reconnu sur différents sites d'informations spécialisés en franchise;
- Formateur en financement, stratégie commerciale et développement des réseaux;
- Expertise depuis 2002 dans le financement professionnel et depuis plus de 20 ans dans l'accompagnement des franchiseurs et de leurs franchisés.

STRUCTURE DU CABINET

FM Lending, structure spécialisée en financement professionnel et assurances pour les réseaux de franchise. Nous accompagnons franchiseurs, franchisés et futurs franchisés à chaque étape de leur développement grâce à un accès direct à l'ensemble des solutions de financement et d'assurance du marché.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. OLIVIER FOUQUERÉ

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

CONSEIL EN GÉOMARKETING

EMPRIXIA
Gare TGV Nord, 61, boulevard Robert-Jarry, 72000 LE MANS
Tél. 02 53 49 10 40 – P 06 84 50 99 10
Mail : o.fouquere@emprixia.com
Site : www.emprixia.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

EMPRIXIA intervient auprès des réseaux de distribution sur le territoire national et européen, en proposant :

— « GEOXIA » APPLICATION GEOMARKETING, pour le pilotage et le développement de votre réseau de points de vente en toute autonomie : visualisation cartographique de votre réseau, réalisation d'ELM, études de potentiel (CA prévisionnel), définition de vos zones de chalandise, secteurs, etc.

— ÉTUDES DE MARCHÉ :

FRANCHISEURS : DIP État Général de Marché (EGM), État Local de Marché (ELM), Zonification de réseau, Ciblage des villes où s'implanter en priorité, Étude de cannibalisation...

FRANCHISÉ : Étude de potentiel (CA prévisionnel), Étude de site d'implantation...

— RÉGLEMENTATION DES IMPLANTATIONS COMMERCIALES – Autorisation d'Exploitation Commerciale : dossier AEC, analyse d'impact centre-ville, étude de trafic routier, certificat de conformité.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais professionnel.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1995.

- Master Marketing de la Distribution
- Expert en géomarketing : plus de 25 ans d'expérience dans le domaine du géomarketing et des réseaux de distribution.

STRUCTURE DU CABINET

- Autour d'Olivier FOUQUERÉ, Président,
- Un directeur général, Benoît FOUQUERÉ,
 - Un directeur d'études, Alexis TILLY,
 - Une vingtaine de personnes managers, consultants et chargés d'études, de formation statisticiens, cartographes et urbanistes.



MAÎTRE FRÉDÉRIC FOURNIER

CONSEILS JURIDIQUES

REDLINK
 41, rue des Acacias, 75017 PARIS
 P 06 03 70 13 34
 Mail : fournier@redlink.fr
 Site : www.redlink.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Domaines d'intervention : droit de la distribution et droit économique : agence commerciale, franchise, commission-affiliation, distribution sélective ou exclusive, licences de marque, centrales d'achat ou de référencement, pratiques restrictives de concurrence.

Nous intervenons dans les secteurs de la distribution (prêt-à-porter, grande distribution alimentaire, IT, produits alimentaires, banques, hôtels, restauration, luxe...) et Internet, e-commerce.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais courant.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1996.

- Docteur en droit, DEA droit des contrats (Montpellier),
 - Arbitre au sein de la Chambre arbitrale internationale de Paris,
 - Membre de l'International Distribution Institute.
- Précédemment : avocat au sein des cabinets SG Archibald
 – Arthur Andersen, Dechert et DDG.

STRUCTURE DU CABINET

SELARL/9 avocats associés (Paris) – 4 avocats associés (Bordeaux) / 28 avocats.



MAÎTRE CHRISTOPHE GRISON

CONSEILS JURIDIQUES

FIDAL
 4-6, avenue d'Alsace, Tour Prisma, 92400 COURBEVOIE
 P 06 12 24 32 49
 Mail : christophe.grison@fidal.com
 Site : www.fidal.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Choix de la formule contractuelle à adopter et rédaction du DIP et du contrat (licence de marque, franchise, master franchise, concession, location-gérance, etc.),
- Protection de vos concepts, marque(s) et savoir-faire,
- Organisation de votre politique d'approvisionnement (centrales d'achat/de référencement, conventions uniques) et conseils dans la rédaction / négociation de vos CGV, contrats fournisseurs et baux commerciaux,
- Analyse de solutions de financement entre franchiseur et (futurs) franchisés,
- Conformité de vos contrats au RGPD, au droit de la concurrence et à la réglementation produits,
- Audit de vos actions promotionnelles,
- Stratégies IA, e-commerce, réseaux sociaux, marketplaces,
- Conseils stratégiques en matière de gestion de vos différends,
- Assistance au rachat d'enseigne, à la cession de réseau, de point (s) de vente ou de fonds de commerce.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2011.

- International Certificate in Corporate Finance (HEC Paris),
- Certificat d'aptitude à la profession d'avocat (HEDAC),
- Master II Fiscalité, Droit des Affaires, Conseil et Gestion d'entreprise (INSEEC Paris),
- Master II Juriste d'affaires. Commerce, Distribution et Consommation (Université de Bourgogne).

STRUCTURE DU CABINET

FIDAL est présent dans toute la France avec 87 bureaux et s'appuie sur un réseau de cabinets d'avocats étrangers et de partenaires afin d'accompagner les enseignes dans leur développement à l'international.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE JÉRÔME GUILLÉ

CONSEILS JURIDIQUES

GOUACHE AVOCATS
4, rue Dufrénoy, 75116 PARIS
Tél. 06 98 37 66 95
Mail : jg@gouache.fr
Site : www.gouache.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Services juridiques relatifs aux :

- Contrats de distribution et en particulier aux contrats de franchise (création de réseaux, et accompagnement de réseaux matures – Classement Décideurs : « incontournable » en droit de la franchise et en droit de la distribution, Trophée d'Or en droit de la distribution 2022, recommandé par Legal 500).
- Droit de la concurrence (rupture brutale, déséquilibre significatif, ententes verticales, concurrence déloyale).
- Droit économique (CGV, opérations promotionnelles, sites Internet marchands, centrales d'achat et de référencement).
- Propriété intellectuelle (protection du concept, données personnelles).
- Développement international.

Veille juridique sur : www.gouache.fr

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2022.

- Certificat à la profession d'avocat en 2013.
- Master 2 en Droit des Affaires et de l'Entreprise/DJCE – Certificat d'Études Spécialisées en Droit Économique en 2011
- Cours de droit de la franchise en Master 2 à la faculté de droit de Rennes
- Avocat chez GOUACHE Avocats depuis 2022.

STRUCTURE DU CABINET

Selarl, 14 collaborateurs.



MAÎTRE HÉLÈNE HELWASER

CONSEILS JURIDIQUES

45, rue d'Enghien, 75010 PARIS
P 06 46 59 30 04
Mail : helene.helwaser@gmail.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Juridique et judiciaire dans le domaine du droit de l'entreprise,
- Droit des sociétés,
- Droit des contrats,
- Droit de la distribution,
- Droit social,
- Droit immobilier (copropriété, baux d'habitation et baux commerciaux, construction, vente).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1975.

- Avocat à la Cour de Paris,
- HECJF,
- DECS,
- DEA Droit des affaires,
- Droit économique.

STRUCTURE DU CABINET

Exercice individuel.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE STÉPHANE INGOLD CONSEILS JURIDIQUES

GOUACHE AVOCATS/RETAIL PLACES
4, rue Dufrénoy, 75116 PARIS
Tél. 01 45 74 75 92 – P 06 80 78 47 05
Mail : si@gouache.fr
Site : www.gouache.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Stéphane développe une activité en immobilier commercial, exclusivement dédiée aux locataires (têtes de réseau, franchisés, commerçants indépendants, industriels, logisticiens...). Sa pratique est classée « forte notoriété » par *Décideurs juridiques*.

Il gère avec son équipe de 5 avocats :

- des missions « chasse de coût » pour optimiser les loyers et les charges,
- toutes les questions du lieu de commerce : acquisition, cession, négociation du bail, révision, renouvellement, résiliation, travaux, performance énergétique...

Outre sa forte implication scientifique, il propose des outils :

- Le testeur de loyers (gratuit) pour agir en réduction du loyer.
- La valeur locative COLOMER (690 € HT) pour baisser le loyer.
- Le partenariat CRISTAL pour réduire les charges.
- Le partenariat SUNVALOR pour négocier la répartition des travaux de performance énergétique.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2001.

- DEA en droit des affaires Paris X,
- Médiateur, diplômé IFOMENE et certifié en droit collaboratif,
- Avocat Associé gérant chez GOUACHE AVOCATS depuis 2018,
- Avocat chez Cabinet CONFINO (spécialisé dans l'immobilier des affaires),
- Avocat chez Cabinet FORESTIER & HINFRAY,
- Avocat chez ANDERSEN LEGAL.

STRUCTURE DU CABINET

Pôle Distribution : 1 avocat associé + 7 avocats + 1 Of Counsel

Pôle Immobilier : 2 avocats associés + 3 avocats

Pôle Consommation : 1 avocat associé + 1 avocat

Fonction support, marketing et comptabilité : 4 personnes
Effectif total : 20

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. EMMANUEL JURY CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

PROGRESSIUM DÉVELOPPEMENT
Parc du Chêne, 6, rue Edison, 69500 BRON
P 06 99 39 91 46
Mail : ejury@progressium.fr
Site : www.progressium.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Diagnostic de faisabilité de création d'un réseau de franchise,
 - Accompagnement à la création du réseau de franchise,
 - Formalisation du concept à franchiser,
 - Identification des savoir-faire,
 - Modélisation financière et levée de fonds,
 - Rédaction des manuels opératoires,
 - Lancement du développement,
 - Diagnostic développement de franchises confirmées,
 - Révision et refonte de système de franchise,
 - Recrutement de franchisés,
 - Exportation de réseaux,
 - Recherche et négociation d'emplacement commerciaux.
- Plus de 500 réseaux accompagnés depuis 2010. 20 créations de réseaux par an. 120 signatures par an.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1999.

- Expert en évaluation immobilière au CEIF (FNAIM) depuis 2017,
- Directeur commercial : Atol les Opticiens pendant plus de dix ans, et affilié de trois magasins Atol,
- Création d'une enseigne d'accessoires et réparations de smartphones entre 2015 et 2018, enseigne revendue depuis à un franchisé.

STRUCTURE DU CABINET

PROGRESSIUM est une agence de développement en franchise qui rassemble dix associés, une vingtaine de consultants et six salariés.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol.



M. LAURENT KRUCH

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

PROGRESSIUM DÉVELOPPEMENT

Parc du Chêne, 6, rue Edison, 69500 BRON

P 06 20 71 05 03

Mail : lkruich@progressium.fr

Site : www.progressium.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Diagnostic de faisabilité de création d'un réseau de franchise,
 - Accompagnement à la création du réseau de franchise,
 - Formalisation du concept à franchiser,
 - Identification des savoir-faire,
 - Modélisation financière et levée de fonds,
 - Rédaction des manuels opératoires,
 - Lancement du développement,
 - Diagnostic développement de franchises confirmées,
 - Révision et refonte de système de franchise,
 - Recrutement de franchisés,
 - Exportation de réseaux,
 - Recherche et négociation d'emplacement commerciaux.
- Plus de 500 réseaux accompagnés depuis 2010. 20 créations de réseaux par an. 120 signatures par an.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1997.

- Certificat International en Finance d'Entreprise, HEC Paris
- Master de Marketing des produits et services industriels, Conservatoire National des Arts et Métiers de Paris,
- Licence en Communication et Publicité, ISCOM Paris,
- Ruban d'Argent de la Franchise,
- Arbitre auprès de la Chambre Arbitrale Internationale de Paris.

STRUCTURE DU CABINET

PROGRESSIUM est une agence de développement en franchise qui rassemble dix associés, une vingtaine de consultants et six salariés.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais courant.



MAÎTRE MARTIN LE PÉCHON

CONSEILS JURIDIQUES

CLP AVOCATS

3, rue Marbeau, 75116 PARIS

Tél. 01 53 92 51 51

Mail : contact@avocats-franchise-reseaux.fr

Site : avocats-franchise-reseaux.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

CLP AVOCATS a pour activité le droit de la franchise, des réseaux et des structures d'achat groupé. Le cabinet accompagne les têtes de réseaux dans la construction et dans le développement de leur enseigne (conception et rédaction des contrats, conception et rédaction du DIP, ingénierie juridique du réseau) en France et à l'étranger. CLP AVOCATS conseille par ailleurs les réseaux dans l'optimisation de leurs achats en structurant leurs opérations au travers d'entités spécifiques (centrale ou groupement d'achat). Enfin, le cabinet assure la défense de ses clients auprès des juridictions judiciaires et arbitrales.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1999.

- Avocat à la Cour de Paris,
- Diplômé de l'École des avocats de Paris,
- DESS Droit de la Distribution et de la Concurrence (Université du Maine),
- Maîtrise en Droit communautaire des affaires (Paris XII).

STRUCTURE DU CABINET

Profession libérale. Quatre collaborateurs.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. LAURENT LECLERC

CONSEILS EN MARKETING ET COMMUNICATION

CONSEIL EN GÉOMARKETING

SMAPPEN

85, allées Jules-Guesde, 31300 TOULOUSE

P 07 86 73 19 82

Mail : laurent@smappen.com

Site : www.smappen.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

SMAPPEN est une plateforme géomarketing à destination des réseaux.

L'application répond principalement aux besoins suivants :

- Évaluation de potentiel pour de nouvelles implantations,
- Génération des états locaux de marché,
- Dimensionnement et gestion des zones d'exclusivité et/ou zones de chalandise,
- Analyse et optimisation de l'exploitation des implantations existantes,
- Prospection de clients, partenaires, franchisés.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2020.

- Ingénieur civil des Mines.

STRUCTURE DU CABINET

Entreprise de 23 personnes implantée à Toulouse.

Services : R & D, Succès client & support, Commerce.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Allemand, anglais, hindi.



MAÎTRE LIONEL LEFEBVRE

CONSEILS JURIDIQUES

CABINET HUBERT BENSOUSSAN & ASSOCIÉS

119, rue de Lille, 75007 PARIS

Tél. 01 47 03 34 09

Mail : lionel.lefebvre@hotmail.fr

Site : www.hubertbensoussan.eu

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Historiquement dédié à la franchise et plus généralement aux réseaux de distribution, le cabinet Hubert Bensoussan & Associés accompagne les franchiseurs dans leur stratégie de vie en réseau et les précautions juridiques et stratégiques qu'elle impose.

Parmi les prestations du Cabinet :

- Création de réseaux,
- Conseils juridiques et stratégiques,
- Rédaction des contrats nécessaires aux réseaux de franchise et assimilés,
- Cession de réseau / achat de réseau,
- Contrôle de la communication du réseau,
- Prise en charge des situations potentiellement conflictuelles,
- Négociation et/ou le contentieux judiciaire.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2009.

- CAPA,
- EFB Paris,
- DEA de droit des contrats,
- DEA de droit comparé.

STRUCTURE DU CABINET

Associé gérant au sein du cabinet Hubert Bensoussan & Associés

Le cabinet Hubert Bensoussan & Associés, composé d'une dizaine d'avocats, dédie ses activités au droit de la franchise et à la défense des franchiseurs depuis 1987.



M. NICOLAS LOUIS-AMÉDÉE
CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT DE FRANCHISE
 CONSEIL EN GÉOMARKETING

TERRITOIRES & MARKETING – CIRIL GROUP
 37-39, avenue Ledru-Rollin, 75012 PARIS
 Tél. 07 62 63 00 07 – Mail : nlouisamedee@territoires-marketing.fr
 Site : www.territoires-marketing.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Solutions et plateformes géomarketing : Easyretail et GEO business
- Études de zonification : plan de développement.
- Études juridiques : états locaux de marchés – état général.
- Études d'implantation avec estimation de chiffres d'affaires.
- Outil d'animation d'aide à la prospection et la communication
- Études qualitatives et quantitatives : sondages et enquêtes client mystère.
- Analyses base de données clients.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2011.

- Plus de 20 ans d'expérience dans le géomarketing à accompagner les réseaux, les franchisés et les collectivités dans leurs stratégies territoriales d'implantation. Spécialiste de l'analyse de la zone de chalandise pour le développement et l'animation.
- Enseignant en université et école de commerce.

STRUCTURE DU CABINET

Intervient en franchise depuis 2010.
 TERRITOIRES & MARKETING est une marque de CIRIL GROUP, éditeur, hébergeur de solutions et data pour les franchiseurs, franchisés et collectivités.
 Bureau d'études de marchés et éditeur de données innovantes, spécialiste du commerce.
 500 personnes.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. OLIVIER MIGNOT
CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

FRANCHISE MANAGEMENT
 Tour Part Dieu, 21^e étage, 129, rue Servient, 69003 LYON PART-DIEU CEDEX 03
 TP 06 77 43 53 86
 Mail : mignot@franchise-management.com
 Site : www.franchise-management.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- En 35 ans, Franchise Management a accompagné plus de 500 enseignes représentant plus de 90 000 franchisés à travers le monde. Nous intervenons notamment sur :
- Le conseil en stratégie de création et développement des réseaux organisés (franchise, concession, coopérative, licence de marque, joint-venture, commission-affiliation),
 - Optimisation des têtes de réseaux.
 - Outil exclusif de Diagnostic de Performance Réseau®.
 - Import/Export de réseaux.
 - Recrutement de directeurs, développeurs, animateurs, assistants de réseaux.
 - Conseil en opérations de fusion, cession, acquisition de réseau.
 - Formation de franchiseurs (n° de formateur enregistré en préfecture). Plus de 400 enseignes accompagnées de toutes tailles (1 M€ à 20 milliards €) et tous secteurs (industrie, production, distribution, services).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Intervient en franchise depuis 2004.*
- Ruban d'argent de la FFF,
 - Membre du collège des experts de la FFF,
 - Formateur Académie de la Franchise,
 - Expert STRATEXIO,
 - Conférencier,
 - 16 ans en tant que cadre dirigeant de DECATHLON (Directeur commercial France – Directeur Franchise France et International – Directeur Commercial B'TWIN).

STRUCTURE DU CABINET

4 associés et 14 consultants.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. FRANÇOIS NEPPEL

CONSEILS EN MARKETING ET COMMUNICATION

SAD MARKETING

18, rue Gérando, 75009 PARIS

TP 06 11 96 96 24

Mail : c.neppel@sad-marketing.com

Site : sad-marketing.com/

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Chez SAD Marketing, notre différenciation ne repose pas uniquement sur les études. Elle provient de notre capacité à combiner des solutions technologiques avancées et l'intelligence artificielle avec une expertise conseil approfondie, garantissant des stratégies adaptées à chaque client en France et à l'International.

Nos différentes études :

- Études de marché,
- Prévisions de chiffre d'affaires,
- États locaux et général du marché,
- Plan de développement,
- Solution web de géomarketing,
- Laboratoire d'IA prédictif,

- Études CDAC – Études d'impact – Certificats de Conformité
- Détermination des facteurs clés de succès,
- Études pricing (relevé de prix, profondeur de gamme...),
- Datamining : segmentations clients.

STRUCTURE DU CABINET

SAD Marketing est composé de 3 associés et de plus de 30 collaborateurs.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE CECILE PESKINE

CONSEILS JURIDIQUES

LINKEA

31, rue la Boétie, 75008 PARIS

Tél. 01 85 08 05 08

Mail : cpeskine@linkea-avocats.com

Site : www.linkea-avocats.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Conseil, coaching, contentieux à destination des têtes de réseaux (franchise, concession, affiliation, distribution sélective, négociations commerciales, consommation, publicité).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2009.

- Avocate associée, conseil en réseaux,
- Certificat d'études spécialisées Droit des activités économiques et Droit de la propriété intellectuelle,
- DCJE.

STRUCTURE DU CABINET

LINKEA est un cabinet d'avocats-conseils en réseaux, spécialisé dans le droit de la distribution et de la consommation, qui accompagne les têtes de réseaux dans le cadre de leur développement et les défend dans le cadre des contentieux qu'elles rencontrent.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol.



MAÎTRE RÉGIS PIHÉRY CONSEILS JURIDIQUES

REDLINK
41, rue des Acacias, 75017 PARIS
Tél. 01 73 31 00 22 – P 06 24 01 96 64
Mail: pihery@redlink.fr
Site: www.redlink.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

CONSEIL :

- Étude et rédaction du contrat (franchise, commission-affiliation, licence de marque...),
- Document d'information précontractuelle,
- Audit de contrats,
- Développement à l'international,
- Assistance pour la mise en place de programmes omnica-naux,
- Transmission du réseau,
- Protection du concept, de la marque et des signes distinctifs,
- Protection contre le transfert de franchisés dans des réseaux concurrents.

CONTENTIEUX

- Médiation / Conciliation, Juridictions judiciaires, Arbitrage,
- Assistance dans le cadre d'enquêtes et procédures de l'admini-stration économique et de l'Autorité de la concurrence (en-tesentes anticoncurrentielles, déséquilibres significatifs, délais de paiement, droit de la consommation, etc.)

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2008.

- Avocat associé au Barreau de Paris,
- Certificat d'aptitude à la profession d'avocat,
- LL.M. in International Business Law,
- Master II Droit des affaires et de l'entreprise / DJCE.

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet d'avocats REDLINK (11 associés, 21 avocats).

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MME STÉPHANIE PIZZUTTI CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES EXPERTISE-COMPTABLE

FIDUCIAL
38, rue Sergent Michel-Berthet, 69009 LYON
Tél. 04 72 20 77 53 – P 06 73 90 31 80
Mail: stephanie.pizzutti@fiducial.net
Site: www.fiducial.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Nous accompagnons les franchisés dans chacune des étapes de la vie de leur entreprise :

- Élaboration de prévisionnels d'activité (business plan, budgets),
- Mise en place, suivi et optimisation d'outils de gestion (comptabilité, social, fiscalité, tableaux de bord, trésorerie),
- Conseil en stratégie et développement.

Nous animons également des formations au sein des réseaux de franchise sur des thèmes liés à la gestion, la comptabilité, la fiscalité et le droit.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2010.

- Expert-comptable spécialisée en franchise,
- Membre du collège des experts de la FFF,
- Formatrice à l'Académie de la Franchise® de la FFF.

STRUCTURE DU CABINET

Une structure nationale avec plus de 860 agences réparties dans toute la France et une équipe entièrement dédiée à la franchise.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, italien.



MAÎTRE SANDRINE RICHARD

CONSEILS JURIDIQUES

SIMON ASSOCIÉS
 47, rue Monceau, 75378 PARIS CEDEX 08
 Tél. 01 53 96 20 24 – P 06 11 90 58 20
 Mail : srichard@simonassocies.com
 Site : simonassocies.com/

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

La clientèle du Département est exclusivement composée de têtes de réseaux se développant en France et à l'international. Son champ de compétence recouvre tous les modes de distribution (franchise, distribution sélective ou exclusive, concession, commission-affiliation, affiliation, coopérative, licence de marque, etc.). Il intervient en conseil, précontentieux et contentieux sur l'ensemble des problématiques liées à la franchise et à la distribution, y compris celles relatives à l'approvisionnement, la concurrence et la consommation.

Le Département Distribution, Concurrence, Consommation s'appuie sur les autres départements du Cabinet pour accompagner les têtes de réseau dans leurs autres besoins et problématiques juridiques, notamment en restructuration et développement immobilier.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2005.

- Master 2 Recherches – Droit des contrats,
- DESS Droit des assurances,
- CAPA.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet pluridisciplinaire de droit des affaires. Plus de 80 avocats répartis en 12 départements.



MME OLGA ROMULUS

CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES

EXPERTISE-COMPTABLE

FIDUCIAL
 38, rue Sergent Michel-Berthet, 69009 LYON
 Tél. 04 72 20 77 53
 Mail : olga.romulus@fiducial.net
 Site : www.fiducial.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Nous concevons une offre de services pour accompagner les franchisés à chaque étape de leur développement :

- Élaboration de prévisionnels d'activité (budgets, business plans),
- Tenue de comptabilité,
- Mise en place de tableaux de bord,
- Conseil en stratégie et développement.

Par ailleurs, nous animons des formations au sein des réseaux de franchise sur des thèmes liés à la gestion, la comptabilité, la fiscalité et le droit.

Enfin je dispense des cours dans le cadre de l'Académie de la Franchise de la FFF et du Master 1 et 2 ADRE (Animateurs et développeurs de Réseaux d'Enseigne) à l'IAE de Lyon.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2009.

- Expert-comptable spécialisé en Franchise
- Membre du collège des experts de la FFF
- Ruban d'Or de la Franchise
- Burgundy School of Business.

STRUCTURE DU CABINET

Une structure nationale avec plus de 860 agences réparties dans toute la France et une équipe entièrement dédiée à la franchise.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, allemand.



MME VIRGINIE SABLÉ
CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT DE FRANCHISE
 CONSEIL EN GÉOMARKETING

CSA
 2bis, rue Godefroy, 92800 PUTEAUX
 Tél. 07 87 31 76 03
 Mail: virginie.sable@francepub.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

La Smart Data Locale au service du business des territoires. CSA Géostratégie propose un véritable outil décisionnel pour les enseignes qui ont des enjeux multilocaux.

Notre étude média-marché unique en France (42 000 répondants avec un historique de 25 ans et une mesure locale) nous permet d'avoir une vision holistique du comportement des ménages par bassin de vie.

Notre connaissance des territoires nous permet d'accompagner nos clients dans

- leur stratégie d'implantations,
- l'animation de leur réseau (pilotage de la performance),
- leur optimisation de leurs investissements marketing / communication avec un outil unique sur le marché qui permet de choisir les bons leviers de communication (digital, affichage, presse, radio...) en fonction des territoires

Pour en savoir plus: <https://www.csa-geostrategie.com>

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Espagnol bilingue, anglais professionnel.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2008.

- Directrice du développement — Institut CSA (Depuis 2022),
- Responsable du Département Réseaux & Partenariats — KPMG France (2007-2022)

Profil LinkedIn: www.linkedin.com/in/virginiesablecsa/

STRUCTURE DU CABINET

CSA, c'est 150 consultants, experts marketing & opinion, qualitativistes, data scientists, statisticiens.



M. ÉRIC SCHAHL
CONSEILS JURIDIQUES

MIIP – Made In IP
 60, rue Pierre-Charron, 75008 PARIS
 P 06 70 70 43 45
 Mail: eschahl@miip.fr
 Site: miip.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

MIIP – Made In IP est un cabinet de conseil & stratégie juridique spécialisé dans la protection, la défense et la valorisation des actifs de propriété intellectuelle: savoir-faire, concept, marque, dessin et modèle, droit d'auteur, data, noms de domaines etc. Une équipe dédiée aux acteurs du retail accompagne ses clients aux moments clés de leur développement, avec pour objectif notamment de créer de la survaleur: création de réseau, cession d'actifs, levées de fonds, rachat, extension à l'international, lancement de nouveau concept.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2006.

Éric SCHAHL a fondé en 1995 MIIP, cabinet de conseil en propriété industrielle et intervient en tant que mandataire français et européen auprès de l'INPI et l'EUIPO. Membre du Collège des Experts de la FFF, Éric Schahl a été distingué en 2016 du Ruban d'Argent de la Franchise.

STRUCTURE DU CABINET

SAS au capital de 600 000 €.

Le cabinet est installé depuis plus de 25 ans, avec des bureaux à Paris, Nantes, Bordeaux, Cannes, Reims, Beaune, Rennes, Montpellier et La Rochelle. Nous intervenons sur plus de 170 pays.



MAÎTRE SÉBASTIEN SEMOUN

CONSEILS JURIDIQUES

LEXCASE
17, rue de la Paix, 75002 PARIS
P 07 77 44 62 88
Mail : ssemoun@lexcase.com
Site : www.lexcase.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

LexCase compte plus de 70 avocats, dont 13 associés spécialisés dans les différentes disciplines du droit de l'entreprise, tant en conseil qu'en contentieux (Droit Commercial & Économique, Droit de la concurrence, Droit de la propriété intellectuelle, Droit de l'informatique, Droit des industries & produits de la santé, Droit des sociétés, Droit public des affaires, Droit immobilier, Droit social, Fiscalité, Procédures collectives).

Assisté d'une équipe de 6 collaborateurs, Sébastien SEMOUN anime le département Droit Économique/Contentieux Commercial et accompagne des clients intervenants dans de nombreux secteurs (distribution de produits, prestation de service, énergie ou industrie) tant en France qu'à l'international.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2007.

- Avocat Associé.
- Arbitre (Chambre Arbitrale Internationale de Paris)
- DESS Droit de la concurrence et de la distribution (Montpellier I).

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet d'avocats LexCase – 70 avocats, Départements spécialisés : Concurrence-Distribution, Contentieux Commercial, Droit fiscal, Droit des sociétés, Droit social, Droit Immobilier, Droite de la Santé, Propriété intellectuelle, Droit public et Droit des Assurances.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais courant.



MAÎTRE FRANÇOIS-LUC SIMON

CONSEILS JURIDIQUES

SIMON ASSOCIÉS
47, rue Monceau, 75378 PARIS CEDEX 08
P 06 15 79 09 12
Mail : flsimon@simonassocies.com
Site : simonassocies.com/

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

La clientèle du Département est exclusivement composée de têtes de réseaux se développant en France et à l'international. Son champ de compétence recouvre tous les modes de distribution (franchise, distribution sélective ou exclusive, concession, commission-affiliation, affiliation, coopérative, licence de marque, etc.). Il intervient en conseil, précontentieux et contentieux sur l'ensemble des problématiques liées à la franchise et à la distribution, y compris celles relatives à l'approvisionnement, la concurrence et la consommation. Le Département Distribution, Concurrence, Consommation s'appuie sur les autres départements du Cabinet pour accompagner les têtes de réseau dans leurs autres besoins et problématiques juridiques, notamment en restructuration et développement immobilier.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1996.

2015-2025 : Classé n° 1 en droit de la Franchise (Classement *Décideurs*) – Classé n° 1 en droit de la Distribution (Classement *Le Monde du droit*)

Autres : 2000, Doctorat en droit (Université Paris II) – 1996, CAPA – 1994, major du DEA de droit des affaires et droit économique (Paris II).

STRUCTURE DU CABINET

SELARL d'Avocats – Environ 80 avocats et juristes répartis en 12 départements, tous tournés vers les besoins des entreprises. Le Département Distribution comprend actuellement 17 avocats.



M. JULIEN SIOUFFI

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

FRANCHISE BOARD

13, rue Claude-Chappe, 69370 SAINT-DIDIER-AU-MONT-D'OR

P 06 62 23 84 53

Mail: julien@franchise-board.fr

Site: www.franchise-board.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Depuis 1971, nous accompagnons plus de 1000 enseignes dans leur développement en réseau : création du modèle économique, mise en place du tunnel de vente aux franchisés, sourcing de candidats, signature des premiers contrats, mise en place de la structure franchiseur.

Vous vous demandez par où commencer ?

Nous réalisons gratuitement votre diagnostic de franchisabilité, et nous vous guidons pas à pas dans votre nouveau métier de franchiseur.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Actif en franchise depuis 2002.

- DG de réseaux en croissance rapide
- Consultant spécialisé en création de réseau
- Arbitre auprès de la Chambre Arbitrale de Paris
- Membre du collège des experts de la FFF
- 2002 — 2024 : franchisé, franchiseur, expert franchise
- 1994 — 2002 : chef d'entreprise
- 1991 — 1996 : Institut commercial de Nancy

STRUCTURE DU CABINET

Franchise Board est le pôle franchise du groupe Novances, comptant 400 collaborateurs et réalisant plus de 38 M€ de CA. Nous accompagnons plus de 100 entrepreneurs chaque année.



M. MEHDI TALEB

CONSEILS EN STRATÉGIE DIGITALE

229, rue Solferino

59000 LILLE

P 07 82 31 15 05

Mail: taleb.m@icloud.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Expert en acquisition digitale de candidats à la franchise,
- Expert en acquisition digitale de clients finaux,
- Formateur aux enjeux du marketing du développement des réseaux,
- Plus de 50 réseaux (de toute taille) accompagnés depuis 2018.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Actif en franchise depuis 2017.

- ex-fondateur Everfruit Digital : l'agence digitale spécialisée en acquisition de candidats à la franchise (2018-2025),
- ex-Responsable France — Franchise Directe (2017-2020),
- ex-Citrix (GotoMeeting, GotoWebinar, GotoTraining) (2016-2017),
- ex-Apple Ireland (2014-2016).

STRUCTURE DU CABINET

Indépendant.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol.



M. ABDEL TAMRANE

CONSEILS EN STRATÉGIE DIGITALE

1789.FR
9, rue Grandet, 49100 ANGERS
P 06 16 31 54 43
Mail : a.tamrane@1789.fr
Site : www.1789.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

1789.FR intervient sur les stratégies de visibilité digitale locale et nationale pour les réseaux d'enseignes et franchises à travers différents leviers : référencement naturel et référencement payant sur Google et les moteurs de recherche, stratégie sociale, formation et plus généralement la transformation digitale des entreprises et des réseaux (élaboration de stratégie Click & Collect ou Web to Store).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2011.

- Master marketing et NTIC (2006),
- Fondateur de 1789.FR,
- Certification Google Ads et Google Analytics,
- Cofondateur au MBA Marketing communication & digital (2016).

STRUCTURE DU CABINET

20 personnes.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE GRÉGOIRE TOULOUSE

CONSEILS JURIDIQUES

TAYLOR WESSING
12, rue de la Paix 75002 PARIS
Tél. 01 72 74 03 33
Mail : g.toulouse@taylorwessing.com
Site : www.taylorwessing.com/fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Animée par Grégoire Toulouse, l'équipe du Pôle Franchise & Distribution de Taylor Wessing assiste une clientèle composée exclusivement de franchiseurs et de master-franchisés. Le Pôle Franchise & Distribution intervient aussi bien au stade de la création du réseau, pour des PME en pleine croissance, que dans des problématiques de développement ou de restructuration de réseaux établis. En outre, il conseille et défend les intérêts des têtes de réseau en cas de litige avec leurs affiliés. Spécialiste des problématiques internationales, Grégoire Toulouse intervient régulièrement auprès des franchiseurs français qui souhaitent s'exporter et des réseaux étrangers qui s'implantent en France.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais courant. Toute l'équipe du Pôle Franchise travaille quotidiennement aussi bien en français qu'en anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.

- Avocat (2004),
- École de Formation des Barreaux de la Cour d'appel de Paris (2003),
- Master 2 – Droit européen des affaires (Paris 2 Panthéon Assas) (2002),
- Master 1 – Droit des affaires (Paris 1 Panthéon Sorbonne) (2001),
- Science Po Rennes (1999).

STRUCTURE DU CABINET

Taylor Wessing est un cabinet multispécialités avec un Pôle Franchise & Distribution (2 associés et 6 collaborateurs) dédié aux têtes de réseaux, capable de les accompagner en France et à l'international dans toutes leurs problématiques juridiques.



MME EMMANUELLE VAILLANT
CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

FRANCHISE MANAGEMENT

Tour Part Dieu, 21^e étage, 129, rue Servient, 69003 LYON
 T 06 72 84 72 36

Mail : vaillant@franchise-management.com

Site : www.franchise-management.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Conseil en franchise : accompagnement de franchiseurs et futurs franchiseurs

- Création de réseaux (faisabilité, stratégie, montage, lancement),
- Développement de réseaux (accompagnement à la mise en œuvre du plan d'action opérationnel),
- Modélisation de concepts (optimisation du pilote, modélisation du savoir-faire),
- Accompagnement à la rédaction des manuels de savoir-faire,
- Formation des franchiseurs.

En 35 ans, Franchise Management a accompagné plus de 550 enseignes représentant plus de 90 000 franchisés à travers le monde.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- 25 ans d'expérience opérationnelle et stratégique au sein de réseaux de franchise.
- Consultante depuis 10 ans et associée depuis 3 ans.
- Formatrice Académie de la Franchise®.

STRUCTURE DU CABINET

4 associés, 14 consultants.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. DAVID VANALDERWERELT
CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES
 EXPERTISE-COMPTABLE

IN EXTENSO

41, avenue de Flandre, 59443 WASQUEHAL CEDEX

Tél. 03 20 51 26 09 – P 06 14 49 64 87

Mail : david.vanalderwerelt@inextenso.fr

Site : www.inextenso.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

IN EXTENSO est un cabinet leader de l'expertise comptable et des services professionnels pour les TPE-PME détenus par ses associés.

IN EXTENSO propose aux chefs d'entreprise, artisans, commerçants, professions libérales et responsables d'associations un service professionnel complet, à tous les stades de la vie de leur entreprise et sur tous les domaines liés à la gestion de leur activité : comptabilité, fiscalité, gestion, juridique, conseil social et paies, gestion du patrimoine, conseil en innovation-croissance, conseil en Tourisme Culture et Hôtellerie, transmission d'entreprise.

IN EXTENSO propose des outils numériques innovants, notamment un portail de benchmark pour les enseignes et Inexweb, portail collaboratif. IN EXTENSO est l'interlocuteur privilégié de plus de 100 000 clients appartenant à tous les secteurs d'activité.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1995.

- Associé IN EXTENSO,
- Expert-comptable
- Commissaire aux comptes
- Président du conseil de surveillance groupe,
- Directeur de la stratégie ligne de marché franchise & commerce organisé.

STRUCTURE DU CABINET

260 agences en France et 6 000 collaborateurs.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. JÉRÔME WITTMANN

CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES EXPERTISE-COMPTABLE

IN EXTENSO

63 ter, avenue Édouard-Vaillant, 92100 BOULOGNE-BILLANCOURT

P 06 81 30 09 36

Mail : jerome.wittmann@inextenso.fr

Site : finance.inextenso.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Accompagnement de structures de type: Associations, professions libérales, TPE, PME, Franchises, Économie sociale et solidaire (comptabilité, gestion, conseil, social, juridique).
- Bilan d'activité du postulant en franchise
- Suivi de franchisés au sein de mon agence :
BODY MINUTE – TURBO FONTE – LA CABANE D'ACHILLE ET CAMILLE – PALAIS DES THÉS – QUICK – CALZEDONIA – FITNESS PARK – MAISON DES TRAVAUX – MAG PRESSE – VOG – BUREAU VALLÉE – LEON – GIGAFIT – AU BUREAU – REPAR'S STORES – TOUT & BON – KYRIAD – ADA – STÉPHANE PLAZZA – MODS'HAIR – KRYSS – LA MIE CALINE – MONCEAU FLEURS – KFC – BURGER KING – HIPPOPOTAMUS – MIDAS – VOLFONI.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

NC

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1993.

- Diplômes du cursus de l'expertise-comptable;
- Membre du CODIR IN EXTENSO National Franchises & réseaux.;
- Intervenant dans les cursus de formation des futurs franchisés chez BK / LEON / HIPPO / VOLFONI / AU BUREAU;
- Vice-Président du groupe BNI de Compiègne;
- Directeur de l'agence IN EXTENSO de Compiègne (Nord IDF).

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet où j'exerce :

Immeuble L'Européen, 116, rue Jean-Monnet, 60200 Compiègne

Effectif IN EXTENSO : 5 000 collaborateurs / Région IDF : 600 collaborateurs / agence de Compiègne : 52 collaborateurs

Nombre d'associés IN EXTENSO : 250 associés / Région IDF : 16 associés / agence de Compiègne : 2 associés.



MAÎTRE OLGA ZAKHAROVA-RENAUD

CONSEILS JURIDIQUES

ORIENTIS LEGAL

22, rue de la Paix, 75002 PARIS

P 06 67 35 70 23

Mail : renaud@orientis-legal.com

Site : www.orientis-legal.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Avocat des franchisés et des associations des franchisés :

- Accompagnement à l'entrée dans le réseau (conseil pré-contractuel, étude du document d'information précontractuelle et du projet de contrat, constitution de société, étude, négociation et signature d'un bail commercial, achat du fonds de commerce ou du droit au bail, signature du contrat de location-gérance etc.),
- Conseil et assistance dans les relations avec la tête du réseau en cours du contrat (prévention et gestion des difficultés, négociation, médiation, conciliation, transaction),
- Préparation et gestion de la sortie du réseau (rupture ou sortie à terme, cession de l'entreprise franchisée, etc.),
- Conflits entre les associés,
- Contentieux judiciaire et arbitral.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2000.

- DEA droit des affaires (Université Paris X-Nanterre),
- Diplôme supérieur de droit civil général (Université de Tioumen – Russie),
- Membre du conseil scientifique de l'EDICO (LexisNexis),
- Intervenant au DU Droit et Grande Distribution (Sorbonne Paris-Nord) – Université de Haute-Alsace.

STRUCTURE DU CABINET

10 avocats.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Russe courant.



M. JEAN-PAUL ZEITLINE

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

PROGRESSIUM DÉVELOPPEMENT

Parc du Chêne, 6, rue Edison, 69500 BRON

P 06 07 67 08 98

Mail : jpzeitline@progressium.fr

Site : www.progressium.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Le diagnostic de faisabilité des projets de franchise,
 - Accompagnement création de franchise,
 - Formalisation du concept à franchiser,
 - Identification des savoir-faire,
 - Modélisation financière et levée de fonds,
 - Rédaction des manuels opératoires,
 - Lancement du développement,
 - Diagnostic développement de franchises confirmées,
 - Révision et refonte de système de franchise,
 - Recrutement de franchisés,
 - Exportation de réseaux.
- Plus de 500 réseaux accompagnés, dont 200 créations de réseaux.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2005.

Diplôme(s) : Diplômé de Sciences Po Paris – Section économique et financière – Diplômé du Cedep-Insead.

Référence (s) professionnelle (s) : Directeur financier : Europcar France – Multi-franchisés Budget Rent a Car / Citer – Consultant chez AC Franchise — Associé fondateur de Progressium.

STRUCTURE DU CABINET

PROGRESSIUM est une agence de développement en Franchise qui rassemble 8 associés et 20 consultants.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, italien.

Boostez votre projet

tousentrepreneurs.com

Le média pour comprendre
avant d'entreprendre



tous
entrepreneurs

— La franchise, véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs

Story Building



**Un modèle d'entrepreneuriat
fondé sur le transfert du
savoir-faire, et partage de la
valeur entre franchisseurs et
franchisés**



**Un modèle vertueux pour
l'économie, créateur de
richesse et d'emplois**



**Un modèle efficace, moins
risqué, avec un retour sur
investissement plus rapide**

www.franchise-fff.com

La Fédération Française de la Franchise représente un modèle vertueux et efficace. Acteur majeur du dynamisme de l'économie française, la Fédération française de la franchise est la fédération professionnelle des franchisseurs et de leurs franchisés depuis 1971.

Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise. Elle a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris qui est devenu le rendez-vous annuel international de la franchise.. Elle forme aux métiers de la franchise, depuis 2009, avec son Académie de la franchise, le premier organisme de formation aux différents métiers de la franchise destinés aux futurs franchisés, aux futurs ou actuels franchisseurs.