



# DOSSIER DE PRESSE 2026



## LA FRANCHISE, MODÈLE DE RÉSILIENCE DANS UN COMMERCE SOUS TENSION

Le commerce français ne ressemble plus tout à fait à ce qu'il était il y a seulement quelques années. Les fermetures d'enseignes emblématiques, les fusions précipitées, les dépôts de bilan qui s'enchaînent dans le textile, l'ameublement ou la distribution généraliste dessinent un paysage profondément recomposé.

Dans ce contexte agité, marqué par une instabilité économique et politique persistante, une inflation qui a durablement fragilisé le pouvoir d'achat des ménages et une concurrence mondiale qui redéfinit les règles du jeu, une question s'impose : quels sont les modèles qui résistent ?

La réponse, les chiffres la donnent avec une clarté qui force l'attention.

En 2025, le chiffre d'affaires global des réseaux de franchise a atteint 93,71 milliards d'euros, en hausse de 4,9 % sur un an. Un rythme presque deux fois supérieur à celui du marché dans son ensemble. Ce n'est pas un hasard et ce n'est pas non plus un simple effet de cycle. C'est la démonstration, année après année, que le modèle de la franchise repose sur des fondations solides, éprouvées et profondément adaptées aux exigences de notre temps.

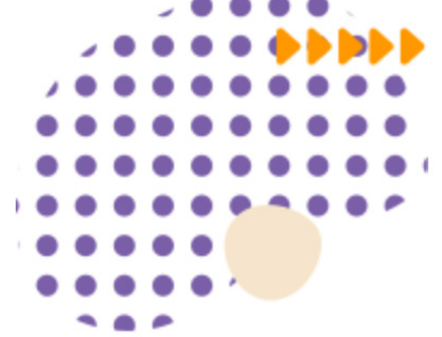
Car ce qui fait la force de la franchise, c'est précisément ce que le commerce isolé peine à offrir seul : l'alliance entre la liberté d'entreprendre et la puissance d'un réseau. Nos franchisés ne sont pas de simples exécutants. Ce sont des entrepreneurs à part entière, ancrés dans leurs territoires, créateurs d'emplois et de lien social. 1 018 038 emplois directs et indirects, c'est une réalité que nos réseaux incarnent chaque jour, dans chaque ville, chaque quartier, chaque zone de chalandise de France.

Face à la montée des plateformes mondiales qui contournent les règles, et à la pression des prix, nos enseignes ont su tenir. Parce qu'un réseau de franchise ne s'improvise pas. On ne le redira jamais assez : il repose sur un concept évolutif, une marque nourrie, un savoir-faire transmis, un accompagnement permanent du franchiseur vers ses partenaires. Cette architecture de complémentarité entre le rôle du franchiseur et du franchisé, c'est notre singularité et ce qui donne l'agilité et la performance de notre modèle. C'est ce qui permet à un franchisé de traverser une tempête quand nombre d'indépendants isolés ne survivent pas.

En 2026, alors que Franchise Expo Paris réunit à nouveau près de 500 enseignes, le message est clair : **le modèle est vivant, attractif et porteur d'avenir**. Depuis quelques années, de nombreuses enseignes annoncent faire le choix de la franchise pour poursuivre leur développement et les chiffres parlent... La Fédération Française de la Franchise se tient aux côtés des franchiseurs et des franchisés pour défendre, promouvoir et faire rayonner ce modèle d'entrepreneuriat unique qui répond aux besoins de nos entrepreneurs, de notre économie et de nos territoires... **Celui qui ne se contente pas de survivre à la tempête, mais qui choisit, résolument, d'ouvrir la voie.**

*Véronique Discours-Buhot,  
Déléguée générale de la Fédération Française de la Franchise*

# LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE, 50 ANS D'EXPERTISE AU SERVICE DE LA FRANCHISE ET DE SON DÉVELOPPEMENT



## LA FFF C'EST QUOI ? QUEL EST SON RÔLE ?

Depuis sa création, en 1971, la Fédération Française de la Franchise (FFF) n'a qu'une seule ambition : faire de la franchise un outil de développement et de dynamisme économique.

Pour servir cet objectif, le premier défi de la Fédération Française de la Franchise a été de professionnaliser le modèle de la franchise, alors émergent. Dès 1972, et sous l'impulsion de ses franchiseurs fondateurs, la FFF a ainsi fixé les règles de fonctionnement d'un réseau de franchise dans le code de déontologie de la franchise, devenu le code européen en 1992.

### LES 4 PRINCIPES FONDATEURS DE LA FRANCHISE FRANÇAISE HISTORIQUEMENT DÉFENDUS PAR LA FFF ET REPRIS DANS LE CODE DE DÉONTOLOGIE DE LA FRANCHISE SONT :

1. la mise à disposition de l'enseigne par le franchiseur au franchisé
2. la transmission du savoir-faire par le franchiseur au franchisé
3. l'assistance du franchiseur au franchisé dans toutes les phases de son projet
4. le dialogue au sein du réseau comme gage d'efficacité et d'évolution

Par son action continue de veille et de recherche sur le modèle de la franchise et son évolution, la FFF a également acquis une expertise précieuse, mise au service des réseaux de franchise adhérents et de leur développement.

Cinquante ans plus tard, la Fédération Française de la Franchise est reconnue comme la fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés ; elle compte aujourd'hui près de 190 réseaux de franchise adhérents, qui représentent, à eux seuls, près de 40% du chiffre d'affaires global franchise en France.

Plus largement, elle a contribué à l'essor de la franchise à l'échelle nationale. Aujourd'hui, la franchise française représente en effet le **1<sup>er</sup> marché européen du secteur, avec 2 035 réseaux de franchise, 93 395 points de vente, 1 018 038 emplois directs et indirects pour un chiffre d'affaires global de plus de 93,71 milliards d'euros.**

**Un succès qui soutient, encourage et nourrit l'ambition de la FFF**, porte-voix de la franchise et de ses acteurs auprès des futurs franchiseurs et franchisés mais également des pouvoirs publics et des décideurs économiques français et européens.



# LES DATES CLÉS DE L'HISTOIRE DE LA FFF

- 1971 **Naissance** de la Fédération Française de la Franchise. Les franchises fondatrices sont La Lainière de Roubaix, Pronuptia, Catena, Manpower, Coryse Salomé, Lévitane, Prénatal
- 1972 Publication du **premier code de déontologie** de la franchise rédigé par la FFF
- 1976 **1<sup>er</sup> colloque national** de la franchise
- 1981 La FFF fête ses **10 ans** avec 35 adhérents
- 1982 **1<sup>er</sup> salon de la franchise** au Parc Floral de Vincennes
- 1985 Création du **Comité d'arbitrage** de la franchise  
La FFF participe à Bruxelles à l'élaboration du règlement d'exemption par catégorie spécifique à la franchise
- 1987 **Premiers programmes de formation** franchisés / franchiseurs
- 1990 Création du **Collège des experts**
- 1993 La France assume la **Présidence de la Fédération européenne** jusqu'en 1996
- 1994 Création du **Comité consultatif des franchisés** et du **Comité de médiation de la franchise**
- 1996 Création du **Comité scientifique** de la franchise chargé d'initier la recherche scientifique
- 2001 La France assure le **secrétariat et la Présidence du World Franchise Council** pour deux ans
- 2008 Les franchisés font leur **entrée au conseil d'administration** de la FFF
- 2009 Création de l'**Académie de la franchise**®
- 2010 La FFF lance la **1<sup>ère</sup> édition de la Semaine des entrepreneurs franchisés**
- 2011 La FFF fête ses **40 ans**
- 2017 Les Rubans de la franchise ont distingué **17 personnalités**
- 2019 La **10<sup>e</sup> édition** de l'opération "**Entreprendre en franchise, pourquoi pas vous ?**"
- 2020 Le CA de la FFF accueille **2 sièges supplémentaires pour les franchisés**
- 2022 La FFF fête ses **50 ans** et les **40 ans** de Franchise Expo Paris
- 2023 La FFF lance la **1<sup>ère</sup> édition des Assises de la Franchise**
- 2024 **20<sup>e</sup> anniversaire** de l'Enquête annuelle de la franchise (Banque Populaire et FFF)

# LES 4 MISSIONS DE LA FFF

La Fédération Française de la Franchise popularise le modèle de la franchise et organise sa montée en puissance en France et en Europe, à travers 4 missions principales :

## 1. Promouvoir

le modèle de la franchise auprès des futurs franchiseurs et franchisés

Pour faire de la franchise un outil de développement et de dynamisme économique, la FFF s'attache à promouvoir et faire connaître les avantages et exigences de la franchise auprès des franchiseurs et franchisés de demain, candidats au développement de leurs réseaux ou à la création d'entreprise.

**C'est dans ce but qu'elle a créé Franchise Expo Paris il y a plus de 40 ans**, pour permettre aux candidats à la création d'entreprise de rencontrer et échanger avec les enseignes qui se développent en franchise et ainsi leur permettre d'avancer dans la concrétisation de leur projet.

La campagne **"Et pourquoi pas moi ?"** s'inscrit dans cette même démarche : montrer que l'entrepreneuriat n'est pas réservé à quelques-uns, mais ouvert à quiconque ose se lancer.

Enfin, **c'est pour promouvoir et pérenniser la franchise** que la FFF intervient dans les écoles et les universités auprès des jeunes qui constitueront la population active de demain.

## 3. Fédérer

l'écosystème de la franchise

À travers l'**organisation d'événements phares réunissant l'ensemble des acteurs du monde de la franchise** (franchiseurs, franchisés, partenaires institutionnels, financiers, collectivités locales), tels que Franchise Expo Paris, les Assises de la franchise, des colloques, des campagnes de communication, le Verre de la franchise, etc.

## 2. Défendre et pérenniser

le modèle de la franchise auprès des pouvoirs publics et acteurs économiques français et européens

**Forte de près de 190 réseaux de franchise adhérents représentant près de 40% du chiffre d'affaires global franchise en France**, la FFF mène également une action de défense du modèle de la franchise auprès des pouvoirs publics et décideurs économiques français et européens. Par cette activité, la FFF s'assure que la franchise soit prise en compte dans les orientations du commerce national et que son développement soit encouragé à l'échelle nationale.

Pour pérenniser le modèle de la franchise, depuis 1996, la Fédération Française de la Franchise s'est également dotée d'un comité scientifique chargé d'initier une réflexion scientifique et prospective sur la franchise, en lien avec des laboratoires de recherche. Chaque année, ce comité présente ses conclusions lors des « Entretiens de la franchise », soit sous forme d'événement, soit sous forme d'outils de communication aidant à la vulgarisation des enseignements récoltés. Ces résultats permettent de mieux appréhender les composantes de la franchise mais aussi de faire évoluer le modèle pour lui permettre de s'adapter et survivre dans un monde économique en perpétuel mouvement.

## 4. Aide au développement

pour créer les outils et l'environnement propices au développement et à la performance des réseaux de franchise

Pour encourager le développement et la performance des réseaux de franchise, depuis sa création, la FFF a développé un certain nombre d'**outils et services destinés à aider ses adhérents à suivre et s'adapter aux évolutions du marché**.

Tout au long de l'année, la FFF organise des réunions, ateliers, conférences et événements, au siège ou en région, destinés à favoriser l'échange d'expériences et le partage de bonnes pratiques entre l'ensemble de ses réseaux adhérents. Au quotidien, elle met également à disposition de ses membres des études dédiées à la franchise (enquête annuelle sur la franchise Banque Populaire/FFF/Kantar, indicateurs de la franchise, étude d'impact et recensement annuel des réseaux).

Parallèlement, son service juridique assure une veille sur l'ensemble des textes relatifs à la franchise ou susceptibles de l'intéresser.

## LA FFF,

# ACTEUR CLÉ DE LA PROFESSIONNALISATION DU MODÈLE DE LA FRANCHISE

Depuis plus de 50 ans, l'apport majeur de la Fédération Française de la Franchise a été de professionnaliser, structurer et encadrer le modèle de la franchise pour favoriser son développement et son efficacité.

### RÉGLER ET OFFRIR UN CADRE JURIDIQUE

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.

### PERMETTRE AUX FRANCHISEURS ET FRANCHISÉS DE SE FORMER



L'Académie de la franchise® est l'école de formation à la franchise de la FFF.

Créée en 2009, elle propose une offre originale de formations professionnelles spécialisées sur les différents métiers de la franchise. Par ses stages, elle accompagne tous les acteurs de la franchise, les futurs franchisés et futurs franchiseurs, les réseaux en création, en développement et confirmés, les partenaires de la franchise vers une plus grande maîtrise et une professionnalisation de leur métier.

Plus d'informations sur : [www.formation-franchise.com](http://www.formation-franchise.com)



© Stéphane LAURE





## ACCOMPAGNER LES RÉSEAUX ADHÉRENTS DANS LEUR DÉVELOPPEMENT

Pour accompagner ses adhérents dans leur développement et améliorer la performance de leurs réseaux, la FFF organise des événements, colloques ainsi que de nombreux ateliers et groupes de travail autour de la franchise et l'échange de bonnes pratiques.

**Le Collège des Experts :** pour mieux informer et conseiller les réseaux dans leur développement, dès 1990, la Fédération Française de la Franchise a notamment mis en place un Collège des Experts composé de spécialistes de la franchise issus de disciplines variées (avocats, conseils, prestataires de services...). Parrainés par les adhérents de la Fédération, ces experts se réunissent régulièrement à la Fédération pour débattre de l'actualité de la franchise et travailler sur l'efficacité du modèle.

**Les comités de travail :** convaincue de la nécessité du dialogue et de l'échange de bonnes pratiques dans le développement et l'efficacité des réseaux de franchise, la Fédération Française de la Franchise s'est également entourée de groupes de réflexion et commissions de travail, constitués de franchiseurs, franchisés et experts, chargés d'échanger sur des problématiques variées, communes à tous les réseaux de franchise.

**Les Entretiens de la franchise :** chaque année depuis plus de 20 ans, la FFF organise les « *Entretiens de la franchise* », dispositif majeur au cours duquel des universitaires livrent les conclusions de leurs recherches sur un thème relatif à l'avenir des réseaux de franchise aux professionnels du secteur (franchiseurs, franchisés et experts). Une démarche unique qui permet à la profession de progresser dans la compréhension de ce qui fait sa spécificité, sa performance et ses atouts pour l'avenir.

## ACCOMPAGNER LES RÉSEAUX ADHÉRENTS DANS LE RÉGLEMENT DES LITIGES

Depuis de nombreuses années, la Fédération Française de la Franchise assure aussi un rôle de médiation, divisé en deux volets :



• **Un règlement de médiation franchiseur-franchisé (Médiation des Réseaux)**, institué en 1994 afin d'offrir aux réseaux de franchise adhérents de la FFF un moyen simple et efficace de régler les différends qui peuvent opposer un franchiseur et un franchisé et ce, sans passer par la justice d'État et la justice arbitrale, mais dans le respect des principes établis par le Code de déontologie européen de la franchise et ses annexes applicables en France.



• **La mise à disposition d'un médiateur (Médiation consommateurs)** depuis janvier 2011 pour le règlement à l'amiable des litiges entre franchisés ou franchiseurs et consommateurs avant de recourir à la voie juridique.

Plus d'informations sur : [www.mediation-franchise-consommateurs.com](http://www.mediation-franchise-consommateurs.com)

# LES RENDEZ-VOUS DE LA FFF



## FRANCHISE EXPO PARIS, LE RENDEZ-VOUS INTERNATIONAL DE L'ENTREPRENEURIAT ET LA FRANCHISE

Depuis plus de 40 ans, le salon Franchise Expo Paris constitue un **lieu de rencontre incontournable entre franchiseurs désireux de développer leurs réseaux et candidats à la création d'entreprise.**

Pour tous les entrepreneurs, le salon est une mine d'informations réunissant un ensemble d'experts capables de les accompagner et de les conseiller dans la concrétisation de leurs projets, du choix du réseau jusqu'au financement de leur projet.

Avec **90 secteurs d'activité du commerce et des services et près de 600 exposants français et internationaux**, Franchise Expo Paris est une occasion unique pour les entrepreneurs de trouver l'enseigne qui leur ressemble et pour les franchiseurs de répondre à leurs enjeux de recrutement. Plus grand salon international dédié à la franchise, Franchise Expo Paris contribue ainsi au développement du commerce et de l'économie mondiale.

**NEW !** Pour cette 44<sup>e</sup> édition, Franchise Expo Paris lance la première édition du Franchise Invest Club, le rendez-vous pour accélérer sa croissance. À destination des multi-, pluri- et master-franchisés, l'événement facilite les rencontres entre entrepreneurs et enseignes en recherche de partenaires solides pour conquérir de nouveaux territoires, en France et à l'international. Des conférences et temps de networking seront au programme.



**DU 14 AU 16 MARS 2026  
PORTE DE VERSAILLES - HALL 1**

## LES ASSISES DE LA FRANCHISE, LE NOUVEAU TEMPS FORT DE LA FRANCHISE EN FRANCE

En 2023, la FFF fait évoluer son historique conférence juridique et lance la première édition d'un nouvel événement **destiné à tous les acteurs de son écosystème** : les Assises de la Franchise.

Au programme de ce nouveau rendez-vous : ateliers, tables rondes, débats et conférence juridique **avec un large public d'experts, réseaux adhérents et non-adhérents pour croiser les regards sous différents prismes et réfléchir à la franchise de demain.**

Placée sous le thème "Franchise 2030 : s'adapter, grandir, transmettre", la troisième édition des Assises a réunie franchisés, franchiseurs, institutionnels et partenaires autour d'un objectif commun : préparer l'avenir de la franchise.



LA 4<sup>e</sup> ÉDITION ARRIVE EN 2026

ET POURQUOI PAS MOI ?

"ET POURQUOI PAS MOI ?",  
LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION DE LA FFF QUI DÉTONNE

A l'heure où les carrières professionnelles se construisent autour de la quête de sens et deviennent de vrais projets de vie, entreprendre est une option envisagée par 1 Français sur 4. Et pourtant, trop d'idées reçues et de barrières psychologiques, financières, matérielles... limitent encore le passage à l'action.

Avec cette campagne décalée, la FFF souhaite démystifier ce statut et faire tomber les freins qui l'entourent encore, notamment par la mise en valeur des nombreux atouts du modèle de la franchise. Une campagne qui s'adresse au grand public, mais également aux institutionnels, pour changer les regards sur l'entrepreneuriat et la franchise !

En 2025, la FFF poursuit la campagne avec une websérie : un format court et dynamique qui aborde avec humour les questionnements essentiels des futurs entrepreneurs, de la formation au financement, en passant par le choix de l'emplacement.

[jemelanceenfranchise.fr](http://jemelanceenfranchise.fr)



# LA FRANCHISE, UN MODÈLE VERTUEUX, CRÉATEUR DE RICHESSE, D'EMPLOIS ET VECTEUR DE DYNAMISATION DU TERRITOIRE

## LA FRANCHISE, UN MODÈLE GAGNANT-GAGNANT POUR FRANCHISEURS ET FRANCHISÉS

La force de la franchise repose sur l'alliance entre 2 chefs d'entreprises indépendants qui coopèrent pour développer et pérenniser leur entreprise respective en partageant leur savoir-faire et leurs valeurs. Que l'on soit franchiseur ou franchisé, la franchise apparaît ainsi comme un modèle gagnant-gagnant, véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs.

### LES AVANTAGES DE LA FRANCHISE POUR LES FRANCHISÉS :

- ✓ **La franchise est un modèle attractif**, ouvrant la voie à l'entrepreneuriat et la mobilité professionnelle à tous types de profils.
- ✓ **La franchise est un modèle d'entrepreneuriat sécurisant** permettant de conserver son indépendance tout en s'appuyant sur le savoir-faire, l'accompagnement et l'assistance d'un franchiseur et un concept éprouvé. C'est aussi la possibilité de bénéficier de la notoriété d'une marque et de la force d'un réseau.
- ✓ **La franchise est un modèle résilient** qui a montré ses avantages en temps de crise, comme le prouve la progression constante du chiffre d'affaires global, du nombre de franchisés ou de créations d'emplois du secteur depuis plus de 20 ans.
- ✓ **La franchise est un accélérateur de réussite et de ROI** car la standardisation des opérations accroît la rentabilité des capitaux investis par un phénomène d'économies d'échelle. Elle offre aussi un avantage compétitif grâce à l'innovation régulière apportée au concept par le franchiseur



### LES AVANTAGES DE LA FRANCHISE POUR LES FRANCHISEURS :

- ✓ La franchise permet aux réseaux d'**accélérer le développement et la notoriété de leurs enseignes**
- ✓ La franchise permet aux enseignes de **bénéficier de la motivation des entrepreneurs franchisés et de l'effet réseau.**

## LA FRANCHISE, UN MODÈLE D'AVENIR ET UN ATOUT POUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE FRANÇAIS

Parce qu'elle contribue à la création d'emplois, à la modernisation et la professionnalisation de l'appareil commercial, à la dynamisation des centres-villes et à l'attractivité du territoire, la franchise apparaît plus que jamais comme un modèle commercial clé pour le développement de l'économie française.

### CRÉATION ET SAUVEGARDE D'ENTREPRISES, D'EMPLOIS ET DE RICHESSE

Avec **85% de franchisés anciens salariés**, la franchise contribue largement à la création d'entreprises et à la lutte contre le chômage en apportant une **solution clé en main** pour les personnes en quête de reconversion désireuses de se lancer dans l'entrepreneuriat.

Pour les commerçants traditionnels, la franchise est aussi un outil de sauvegarde des entreprises dès lors qu'elle représente une manière de conserver leur indépendance tout en bénéficiant de **l'aide d'un franchiseur et des moyens de faire face à la concurrence** des grands groupes intégrés.

Avec un total de 1 018 038 emplois directs et indirects en 2025, la franchise est aussi créatrice d'emplois : **52% des franchisés ont créé au moins un emploi dans l'année**, sans compter les créations chez les franchiseurs et fournisseurs à mesure du développement des réseaux.

Preuve supplémentaire de l'efficacité du modèle de la franchise, depuis plus de 20 ans, le chiffre d'affaires du secteur n'a cessé d'augmenter pour atteindre plus de **93,71 milliards d'euros en 2025**.

### CRÉATION D'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE LOCALE ET REDYNAMISATION DES CENTRES-VILLES

Au-delà de son impact économique direct, la franchise contribue à la redynamisation des villes et de leurs centres-villes puisque **40% des villes dans lesquelles s'implantent les nouveaux franchisés sont des villes de moins de 20 000 habitants**. Elle participe ainsi au maintien d'un tissu de PME dynamiques sur l'ensemble du territoire.

### MODERNISATION DU COMMERCE ET DES SERVICES

Forts de moyens plus importants que les commerçants indépendants isolés, les réseaux de franchise sont aussi à l'initiative de nombreuses innovations dans le monde du commerce et des services pour **s'adapter aux attentes de leurs franchisés et clients**. Les secteurs de la restauration, l'alimentaire et les services aux personnes en sont quelques exemples.

### LA FRANCHISE, UN MODÈLE VERTUEUX ET EFFICACE :

- **Pour l'économie** : créateur de richesse et d'emplois
- **Pour les entrepreneurs** : créateur de flexibilité, de mobilité, de sens et accélérateur de réussite
- **Pour les territoires** : créateur d'activité économique locale et de lien social

# LA FRANCHISE, MODE D'EMPLOI

## LA FRANCHISE, QU'EST-CE QUE C'EST ?

**La franchise est un système de commercialisation de produits et/ou services fondé sur la collaboration entre deux entreprises indépendantes juridiquement et financièrement :**

- le franchiseur, à l'origine de la création d'un concept ;
- le franchisé, désireux de réitérer et d'exploiter ce concept.

Bien qu'indépendants, franchiseurs et franchisés sont liés par un ensemble de droits et devoirs réciproques et une responsabilité commune.

Le franchiseur entretient et développe l'image de sa marque et s'engage à :

- céder le droit d'utilisation de sa marque au franchisé ;
- mettre à sa disposition une gamme de produits, services et/ou technologies qu'il a conçus, mis au point, agréés ou acquis ;
- transmettre son savoir-faire par le biais d'une formation initiale et continue ;
- assister le franchisé à chaque étape du développement de son projet.

En retour, le franchisé s'engage à :

- respecter le concept de l'enseigne auprès des consommateurs (stratégie commerciale, norme, savoir-faire...);
- rémunérer le franchiseur pour les services reçus.

De cette manière, **le modèle de la franchise permet aux franchiseurs d'accélérer le développement de leur enseigne tout en bénéficiant d'un « effet réseau » tandis que pour les franchisés, la franchise permet d'entreprendre plus rapidement et de manière moins risquée** en bénéficiant de la réputation, du savoir-faire, de l'assistance et de la force d'un réseau.

## FUTURS FRANCHISÉS : COMMENT REJOINDRE ET CHOISIR SON RÉSEAU DE FRANCHISE ?

Pour bien choisir son réseau de franchise, il est important de se renseigner sur celui-ci mais surtout de rencontrer les franchiseurs et leurs franchisés pour bénéficier de leurs retours d'expériences, par exemple à l'occasion de salons dédiés.

### PLUSIEURS POINTS SONT À PRENDRE EN CONSIDÉRATION AVANT DE FAIRE SON CHOIX :

- ☑ la qualité des produits et des services vendus ;
- ☑ la rentabilité des unités pilotes ;
- ☑ la différenciation et l'originalité du concept ;
- ☑ la qualité de la formation ;
- ☑ le contrôle du respect du savoir-faire ;
- ☑ l'innovation régulière du franchiseur ;
- ☑ la communication interne/externe dans le réseau ;
- ☑ l'animation des franchisés ;
- ☑ le leadership du franchiseur ;
- ☑ l'appartenance à la Fédération Française de la Franchise.



Une fois le réseau choisi, il est recommandé de lire attentivement le Document d'Information Précontractuelle (DIP) ainsi que le contrat fourni par le franchiseur et de les faire analyser par un expert.

Liste d'experts disponible sur le site de la FFF : [www.franchise-fff.com/experts](http://www.franchise-fff.com/experts)

En parallèle, le candidat à la franchise a tout intérêt à rencontrer les franchisés du réseau choisi et à se rendre dans plusieurs points de vente en qualité de client ou de futur franchisé afin de comprendre la façon dont le réseau travaille et collabore avec ses franchisés.

# LES 10 VALEURS AJOUTÉES DE LA FFF POUR UN RÉSEAU DE FRANCHISE

Fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés, la Fédération Française de la Franchise leur propose la meilleure expertise pour réussir le développement de leurs réseaux de franchise.

## 10 PREUVES DE SA VALEUR AJOUTÉE :

1. **Son travail de popularisation du modèle de la franchise** en France et en Europe, grâce à une communication explicite, moderne et positive ;
2. **Son activité de veille réglementaire et de lobbying** auprès des institutions françaises et européennes sur les projets de loi et amendements qui pourraient avoir un impact sur le modèle économique de la franchise ;
3. **Son service de médiation** et gestion des litiges franchiseurs/franchisés et franchisés/consommateurs ;
4. **La caution de qualité qu'elle apporte** à ses réseaux adhérents, sélectionnés via une commission d'adhésion ;
5. **Les formations proposées** aux franchiseurs et franchisés par L'Académie de la franchise ;



6. **La mise en avant des réseaux** dans les médias et la veille réalisée sur l'actualité de la franchise et du commerce ;
7. **Son action en faveur du partage de bonnes pratiques**, à travers les conférences juridiques, webinaires, ateliers techniques ou réunions régionales qu'elle organise et l'événement « *Le Verre de la franchise* » ;
8. **La visibilité et les avantages dont bénéficient ses adhérents à Franchise Expo Paris** ;
9. **Son activité de veille et de prospective** pour imaginer la franchise de demain lors des « *Entretiens de la Franchise* » et des « *Assises de la Franchise* » ;
10. **Son rôle d'incubateur** à l'occasion des « *Révélations de la franchise* ».



# LA FRANCHISE EN CHIFFRES

## LA FRANCHISE, CRÉATRICE DE VALEUR, D'EMPLOIS ET DE RICHESSE



- 2 035** RÉSEAUX DE FRANCHISE
- 93 395** POINTS DE VENTE FRANCHISÉS
- 1 018 038** EMPLOIS DIRECTS ET INDIRECTS
- 93,71 Mrd€** CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2025
- 90** SECTEURS D'ACTIVITÉ D'AVENIR
- 52%** DES FRANCHISÉS ONT CRÉÉ AU MOINS UN EMPLOI DANS L'ANNÉE

## CÔTÉ FRANCHISEURS...



- 85%** DES FRANCHISEURS ONT INAUGURÉ AU MOINS UN POINT DE VENTE EN FRANCHISE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS
- 12** POINTS DE VENTE OUVERTS EN MOYENNE EN FRANCHISE
- 98%** DES FRANCHISEURS ONT ENGAGÉ DES PROJETS DE TRANSFORMATION AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

## UN MODÈLE QUI SURPERFORME



- +4,9%** DU CA DES ENTREPRISES EN FRANCHISE
- +2,9%** DE POINTS DE VENTE FRANCHISÉS
- +5,7%** D'EMPLOIS

## LA FRANCHISE, UN MODÈLE D'ENTREPRENARIAT ACCESSIBLE À TOUS



- 51%** DES FUTURS CRÉATEURS D'ENTREPRISE ENVISAGENT DE LE FAIRE EN FRANCHISE
- 65%** DE CES FUTURS ENTREPRENEURS ONT ENTRE 18 ET 24 ANS
- 40%** DES FRANCHISÉS SONT DES FEMMES
- 85%** SONT D'ANCIENS SALARIÉS
- 35%** DES FRANCHISÉS N'AURAIENT PAS CRÉÉ LEUR ENTREPRISE SANS LA FRANCHISE

Des opportunités de carrières qui s'affranchissent du niveau de diplôme



- 35%** AVANT BAC / BAC OU BAC PRO
- 44%** BAC + 2 / 3
- 21%** BAC +4 OU AU DELÀ

## UN SOUHAIT D'ENTREPRENDRE EN FRANCHISE MOTIVÉ...

- 89%** DES FRANCHISÉS VOIENT L'APPARTENANCE À UN RÉSEAU DE FRANCHISE COMME UN AVANTAGE POUR INNOVER ET S'ADAPTER AUX NOUVELLES TENDANCES DU MARCHÉ
- 73%** DES FRANCHISÉS ESTIMENT MIEUX RÉSISTER À LA CRISE QU'UN COMMERÇANT ISOLÉ
- 92%** DES FRANCHISÉS RECOMMANDENT LE MODÈLE DE LA FRANCHISE

# ANALYSE DES TENDANCES

## Poids des secteurs pour les réseaux en 2025 (Top 5)

Équipement de la personne :  
**316 enseignes**

Restauration rapide :  
**298 enseignes**

Services aux personnes :  
**295 enseignes**

Alimentaire :  
**203 enseignes**

Commerces divers :  
**163 enseignes**



## Poids des secteurs en nombre de points de vente franchisés en 2025 (Top 5)

Alimentaire :  
**19 198 points de vente**

Services automobiles :  
**11 486 points de vente**

Services aux personnes :  
**10 671 points de vente**

Restauration Rapide :  
**9 430 points de vente**

Équipement de la personne :  
**8 046 points de vente**

## Contacts presse



Florence Desremaux  
Camille Fievre  
Peter Even

*TeamRPFranchise@monet-rp.com*

02 53 35 50 20



Stéphanie Boutillon

*communication@franchise-fff.com*

01 53 75 22 25

**Pour accéder à l'espace presse de la FFF : <https://pressroom.franchise-fff.com/>**

## **Fédération Française de la Franchise :**

29 boulevard de Courcelles 75008 Paris

Tél : 01 53 75 22 25 - Fax : 01 53 75 22 20

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

[www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)

[www.formation-franchise.com](http://www.formation-franchise.com)

[mediation-franchise-consommateurs.com](http://mediation-franchise-consommateurs.com)

[www.jemelanceenfranchise.fr](http://www.jemelanceenfranchise.fr)

