

Dans un contexte économique marqué par davantage de prudence, **la franchise conserve un socle de confiance élevé**. Près de deux franchisés sur trois se déclarent confiants dans l'avenir de leur activité (66%), un niveau qui atteint 88% chez les jeunes franchisés âgés de 18 à 34 ans. **Cette confiance tient notamment à la force du modèle** : l'appartenance à un réseau apporte un cadre, un accompagnement et, dans certains cas, facilite aussi l'accès au financement.

Parmi les **franchisés installés depuis 10 ans ou moins ayant eu recours à un crédit pour financer leur création d'entreprise**, près de **3 sur 4** estiment que le fait d'être franchisé a favorisé l'octroi d'un crédit.

Création en franchise : des investissements soutenus par le financement bancaire

Les montants nécessaires pour créer une entreprise en franchise se répartissent entre plusieurs niveaux d'investissement : plus d'un tiers des franchisés (37%) ont démarré avec un investissement initial inférieur à 100 000 euros, 23% entre 100 000 et 200 000 euros, et 40% avec un investissement de 200 000 euros ou plus.

Le financement bancaire reste central dans cette phase de lancement. Parmi les franchisés installés depuis dix ans ou moins, **près de 7 sur 10 ont eu recours à un emprunt bancaire ou à un crédit-bail (69%)**. En parallèle, **70% ont mobilisé des fonds propres**, avec un apport moyen de 66 500 euros.

Avant même l'ouverture du point de vente, la banque est considérée comme un interlocuteur important : **64% des franchisés ont souhaité être accompagnés par une banque pour préparer leur installation**.

Dans cet univers, **Banque Populaire se positionne comme la première banque des franchisés pour le financement de leur activité**, avec plus d'un franchisé sur quatre accompagné (26%).

Des projets d'investissement plus sélectifs

Au-delà de la création, les banques jouent également un rôle clé dans les projets d'investissement des franchisés. Pour financer leurs projets, ces derniers mobilisent à la fois des ressources externes et internes : 62% ont recours à un emprunt bancaire ou à un crédit-bail et plus d'un sur deux utilise des fonds propres (56%).

Après une période d'investissement soutenue, les intentions à deux ans marquent toutefois un net repli : **près d'un franchisé sur quatre prévoit d'investir dans les deux prochaines années**, contre un sur deux en 2024.

Les projets se concentrent sur les besoins les plus directement liés au point de vente et à son efficacité opérationnelle :

- **75% les travaux de rénovation, d'agrandissement ou de mise au concept** : +15 pts en 1 an, retrouvant un niveau comparable à celui observé en 2021, après trois années de recul ;
- **66% l'achat d'équipements** (matériel, machines, véhicules ou systèmes d'information) : -19 pts en 1 an, après un pic atteint en 2024 et un retour au niveau observé en 2021 ;
- **46% les travaux de rénovation énergétique des locaux**, destinés à réduire les coûts de fonctionnement : ils se maintiennent à un niveau stable ;

- **36% les nouvelles technologies et l'innovation** : un poste en progression en 2024 puis stable en 2025 ;
- **27% les outils de communication** : un niveau également stable.

Franchisés : une relation bancaire de proximité privilégiée

Le choix d'une banque reste un élément structurant pour une entreprise franchisée. Malgré un recul en 2025, **la proximité géographique demeure le premier critère de choix** d'un établissement bancaire (41%, -12 pts en 1 an). **L'antériorité de la relation bancaire progresse** (35%, +8 pts en 1 an), devant **les solutions de financement proposées** (32%) et **la qualité de l'accueil et du relationnel** (25%).

En matière de bancarisation, plus de deux franchisés sur trois sont clients d'une seule banque (69%) ; 16% déclarent être multi-bancarisés, une pratique plus fréquente chez les franchisés âgés de 18 à 34 ans (25%) ; 15% ne se prononcent pas.

Des franchiseurs confiants, porteurs de projets de développement

Chez les franchiseurs, la confiance reste elle aussi solide : **85% se déclarent confiants dans l'avenir, malgré un léger recul sur un an** (-6 pts en 1 an). Cette confiance s'accompagne d'une dynamique de développement toujours très forte : **94% prévoient d'ouvrir au moins un nouveau point de vente dans les 12 prochains mois**, avec une moyenne de 12 ouvertures envisagées, contre 9 en 2024.

96% des franchiseurs prévoient des investissements dans les 12 prochains mois, même si certaines intentions reculent par rapport à l'an dernier :

- **Le renforcement de la communication de l'enseigne** (75%, -12 pts en 1 an) ;
- **La digitalisation et l'intelligence artificielle** concernant les outils métiers, l'animation du réseau ou le pilotage (68%, -16 pts en 1 an) ;
- **L'ouverture de nouvelles succursales** (53%) ;
- **La diversification de l'offre ou de l'activité** (50%) ;
- **Le développement à l'international** (37%) ;
- **L'expérimentation de nouveaux formats de distribution**, tels que les corners, food trucks ou points de vente mobiles ou éphémères (35%).

Banque Populaire, un acteur de référence de la franchise

Dans ce paysage, **Banque Populaire confirme sa position de leader auprès des franchiseurs** : 53% sont clients. Et pour 66% des franchiseurs, Banque Populaire est la **banque qui répond le mieux aux besoins des franchisés** (+4 pts en 1 an).

Dans un contexte où les investissements se font plus sélectifs, les franchisés arbitrent davantage leurs projets et les franchiseurs restent engagés dans leur développement. La relation bancaire apparaît plus que jamais comme un levier d'accompagnement, de structuration et de développement.