

# 20e édition de l'Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire : la franchise, un choix attractif et sécurisant dans un contexte économique fluctuant

6 MARS 2024

BANQUE POPULAIRE

FRANCHISE

ENTREPRISES

ARTISANAT & COMMERCE

ECONOMIE

**Pour la 20<sup>e</sup> année consécutive, Banque Populaire dévoile les résultats de son Enquête annuelle de la Franchise, en partenariat avec la Fédération Française de la Franchise (FFF) et la participation de Kantar. Présentée à quelques jours de l'ouverture du salon Franchise Expo Paris, cette étude exclusive révèle les grandes tendances 2023 du monde de la franchise. Elle met en lumière le profil des acteurs, leurs engagements et leurs préoccupations face aux nouvelles attentes des Français.**

## **La franchise, un modèle toujours plus attractif**

Chaque année, l'entrepreneuriat attire de plus en plus les Français. Selon la nouvelle édition de l'Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire/ FFF, 32 % des Français aimeraient créer leur entreprise et parmi eux, 43% envisageraient de le faire en franchise. Les jeunes se montrent particulièrement intéressés puisque 60 % de ceux qui aspirent à entreprendre en franchise ont entre 18 et 24 ans.

Parmi les franchisés, 76 % sont d'anciens salariés et 48 % d'entre eux ont même changé de secteur d'activité professionnelle, une opportunité qu'ils ont pu saisir grâce au savoir-faire des franchiseurs, à un accompagnement personnalisé et des moyens mis à leur disposition.

Les franchisés interrogés sont 92 % à recommander la franchise, notamment pour la solidité de son modèle (3 enseignes sur 4 ont plus de quinze ans d'ancienneté) et la sécurité qu'il apporte : 82 % des franchisés voient l'appartenance à un réseau de franchise comme un avantage et une réelle source de sécurité.

### **Pour Véronique Discours-Buhot, déléguée générale de la Fédération Française de la Franchise :**

*« Nous ne pouvons que nous réjouir de cette envie grandissante des Français d'entreprendre ! Avec une réelle quête de sens et d'autonomie dans leur parcours professionnel, le modèle de la franchise est une vraie réponse aux attentes des entrepreneurs, notamment des plus jeunes. Cette nouvelle édition prouve une nouvelle fois la capacité du modèle à se réinventer et à répondre aux besoins des entrepreneurs, aux nouvelles envies des consommateurs et aux enjeux de notre économie. La franchise permet d'apporter sécurité et sérénité aux entrepreneurs, en profitant du savoir-faire d'une enseigne, cet avantage est majeur dans le contexte économique actuel ! Les chiffres parlent d'eux-mêmes : le secteur de la Franchise poursuit sa croissance et enregistre à fin 2023 des résultats exceptionnels ».*

### **La franchise, un modèle résistant dans un contexte économique fluctuant**

Les comportements d'achat des Français ont particulièrement évolué en 2023. Deux grandes tendances sont apparues : 72 % des Français ont fréquenté un commerce plutôt qu'un autre pour ses prix compétitifs et 57 % pour la relation qu'ils entretiennent avec le commerçant.

Pour répondre à leurs nouvelles attentes, les franchisés ont dû s'adapter : 80 % d'entre eux ont réduit leurs dépenses et leur frais de fonctionnement pour proposer des prix plus attractifs et près de 8 franchisés sur 10 ont renforcé les relations humaines avec leurs clients.

Les franchiseurs se sont également montrés réactifs face au contexte économique actuel. 9 franchiseurs sur 10 ont mis en place des actions spécifiques : 69 % ont négocié les prix d'achat et 47 % ont développé des offres promotionnelles et des opérations spéciales sur les prix.

La capacité d'adaptation du modèle de la franchise est reconnue par les franchisés qui sont 78% à estimer pouvoir mieux résister à la crise actuelle qu'un commerçant isolé, contre 70% en 2021.

### **La franchise, un modèle qui sait s'adapter aux nouveaux enjeux sociétaux**

Depuis la crise sanitaire, les préoccupations d'achats des Français sont davantage portées sur la provenance des produits qu'ils achètent. Aujourd'hui, 93 % des Français choisissent des enseignes qui soutiennent la production locale. Les franchisés ont d'ailleurs constaté que 69 % de leurs clients veulent donner davantage de sens à leur consommation (+ 10 points en 1 an).

Pour répondre à ces enjeux, 79 % des franchisés portent une grande attention à la déontologie et aux valeurs de leur réseau de franchise. Un constat partagé avec les franchiseurs qui les accompagnent au quotidien : 85 % des franchiseurs ont transformé leur process afin de réduire leur empreinte écologique et 68 % ont donné la priorité aux fournisseurs et fabricants français.

Le digital occupe une place importante dans le quotidien des consommateurs français. En effet, 65 % d'entre eux effectuent leurs achats en ligne avec livraison à domicile et 29 % ont réalisé au moins un achat au cours de l'année 2023 via les réseaux sociaux. Cette tendance est également observée chez les franchisés, parmi lesquels 85 % communiquent sur au moins un réseau social et 88 % y ont recours pour fidéliser leur clientèle (contre 75 % en 2021). Par ailleurs, 36 % des franchiseurs utilisent actuellement l'Intelligence Artificielle dans le cadre de leur activité, et 56 % estiment que l'IA leur permettra prochainement d'optimiser leur communication.

**Pour Pierre-Laurent Berne, directeur du Développement Banque Populaire :** *« La publication de la 20<sup>e</sup> Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire/ FFF confirme une fois de plus la solidité du modèle de la franchise, ainsi que sa capacité à s'adapter aux différentes transitions notamment environnementales et digitales. Cette enquête révèle également que la franchise attire de plus en plus les jeunes, et en tant que Banque des jeunes qui entreprennent, nous nous mobilisons à leurs côtés pour les accompagner dans la réussite de leurs projets entrepreneuriaux. Nous sommes fiers d'être*

*aujourd'hui encore la première banque des franchisés et des franchiseurs, avec 68 % des franchiseurs considérant que Banque Populaire est la banque qui répond le mieux à leurs besoins ».*

Les grands enseignements de cette nouvelle Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire/ FFF seront publiés chaque mois, de mars à juillet 2024, au travers de cinq chapitres composés d'une mini-synthèse et d'une infographie. Ces rendez-vous mensuels seront relayés sur les sites internet et les réseaux sociaux de Banque Populaire et de la Fédération Française de la Franchise.

**Toute utilisation des données de cette enquête doit s'accompagner de la mention « 20<sup>e</sup> Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire/ FFF ».**

### **Les cinq chapitres de la 20<sup>e</sup> édition de l'Enquête de la Franchise de Banque Populaire/ FFF :**

- **Chapitre 1 :** Réussir dans l'entrepreneuriat : pourquoi la franchise est un choix gagnant - 6 mars
- **Chapitre 2 :** La franchise : gage de solidité dans un contexte fluctuant - 10 avril
- **Chapitre 3 :** La franchise, un modèle qui s'engage - 15 mai
- **Chapitre 4 :** De nouvelles solutions digitales au service de la franchise - 12 juin
- **Chapitre 5 :** Banque Populaire : un soutien clé pour réussir en franchise - 3 juillet

#### Méthodologie :

- Pour la partie de l'enquête Franchisés, elle a été réalisée par téléphone (CATI), du 9 octobre au 7 novembre 2023, auprès d'un échantillon représentatif de 403 franchisés constitué d'après la méthode des quotas (secteur d'activité, région, date de création de l'entreprise). Un redressement a été appliqué sur ces mêmes critères afin d'assurer la représentativité de la cible.

- Pour la partie de l'enquête Franchiseurs, elle a été réalisée par internet (CAWI), du 11 octobre au 7 décembre 2023, auprès d'un échantillon représentatif de 106 franchiseurs disposant de 1 à plus de 150 points de vente.

- Pour la partie de l'enquête Grand Public, elle a été réalisée par internet (CAWI), du 23 au 28 novembre 2023, auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 individus représentatifs de la population française de franchiseurs disposant de 18 à 65 ans. Un redressement a été appliqué sur le secteur d'activité (commerce, service), la région et le nombre de salariés, en phase avec les objectifs 2019.