

21e édition de l'Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire : la franchise, la force d'un modèle collectif, durable et innovant qui séduit les jeunes entrepreneurs

4 mars 2025

[Banque Populaire](#)

[Franchise](#)

Banque Populaire a dévoilé ce matin les premiers résultats de son Enquête annuelle de la Franchise, réalisée en partenariat avec la Fédération Française de la Franchise (FFF) et la participation de Kantar. A quelques jours du salon Franchise Expo Paris, cette étude de référence offre une analyse des tendances actuelles et des défis auxquels le secteur de la franchise fait face. L'enquête, réalisée auprès de franchiseurs et franchisés, met en lumière la vitalité, la résilience et la capacité d'adaptation de ce modèle économique.

Retrouvez Banque Populaire au salon Franchise Expo Paris, du samedi 15 au lundi 17 mars 2025, sur le stand G14-H13.

La franchise, un modèle solide qui séduit les jeunes entrepreneurs

L'envie d'entreprendre demeure forte en France et la franchise séduit particulièrement les jeunes. Selon la nouvelle édition de l'Enquête de la Franchise Banque Populaire/FFF, 33 % des Français aimeraient créer leur entreprise. Parmi eux, 52 % envisagent de le faire en franchise (+9 points en un an), dont 66 % chez les 18-24 ans (+6 points en un an).

La franchise représente toujours une opportunité de reconversion puisque 76 % des franchisés étaient auparavant salariés. Parmi eux, 42 % ont changé de secteur d'activité en se lançant dans cette aventure entrepreneuriale.



87 % des franchisés (91% parmi les jeunes franchisés de moins de 35 ans) recommandent la franchise : un niveau qui reste très élevé malgré une légère baisse, sans doute liée au contexte économique plus difficile. Ce modèle confirme toutefois sa solidité avec 71 % des enseignes qui ont plus de 15 ans d'existence. 79 % des franchisés estiment d'ailleurs mieux résister à la crise qu'un commerçant isolé.

Une tendance qui se traduit également du côté des franchiseurs : plus de 9 franchiseurs sur 10 (92 %, +8 points en un an) ont ouvert au moins un point de vente en franchise ces 12 derniers mois, avec une moyenne de 9 nouvelles implantations.

Pour Véronique Discours-Buhot, déléguée générale de la Fédération Française de la Franchise : « Les résultats de cette 21^e édition de l'Enquête annuelle de la Franchise témoignent de la vitalité de la franchise. Ils confirment l'attractivité de ce modèle d'entrepreneuriat plébiscité particulièrement par les jeunes générations d'entrepreneurs. Cette confiance renouvelée, associée à un taux de recommandation de 87 %, conforte la solidité et la pertinence de la Franchise et prouve une fois de plus sa capacité à s'adapter aux évolutions des marchés, des enjeux de notre économie et des attentes des entrepreneurs, en s'appuyant sur sa force principale : la puissance du collectif au service de la réussite individuelle. Plus encore en ces moments de tensions économiques et d'incertitudes politiques, la franchise représente le modèle d'avenir pour l'entrepreneuriat et un atout pour l'économie française le dynamisme de nos territoires et de l'emploi. »

La franchise, du e-commerce à l'IA

L'innovation est devenue essentielle dans le développement des franchises, surtout avec l'essor du e-commerce. En effet, 71 % des Français effectuent leurs achats en ligne et 30 % via les réseaux sociaux, soulignant l'importance des outils digitaux.

Les franchiseurs ont réagi à cette tendance : 94 % accompagnent leurs franchisés dans l'utilisation et l'optimisation des outils digitaux pour communiquer avec leurs clients.

Par ailleurs, 80 % des franchiseurs considèrent l'IA comme une opportunité et 60 % l'utilisent déjà pour améliorer leur activité (+24 points en un an). Cependant, côté franchisés, la perception de l'IA est plus nuancée avec 48 % d'entre eux qui la considèrent comme une opportunité et 14 % comme une menace. Malgré ces réserves, l'innovation, à travers le digital et l'IA, est un levier indispensable pour rester compétitif dans un marché en constante évolution.

La franchise, la force d'un modèle collectif

La franchise est un modèle économique qui repose sur une collaboration entre franchiseurs et franchisés.

Ainsi, 9 franchiseurs sur 10 ont renforcé l'animation du réseau et la dynamique collective. 83 % des franchiseurs ont intensifié les formations à destination des franchisés et 62 % ont mis en place des outils pour aider les franchisés dans le recrutement ou la fidélisation de leurs salariés (+7 points en deux ans).

Dans un environnement en constante mutation, 98 % des franchiseurs ont engagé des projets de transformation au cours des 12 derniers mois.

Aujourd'hui près de 9 franchisés sur 10 estiment qu'appartenir à un réseau de franchise représente un avantage pour innover ou s'adapter aux nouvelles tendances du marché.

La franchise, la force d'un modèle durable



La franchise en France s'oriente vers un avenir durable avec 93 % des Français privilégiant les enseignes qui soutiennent la production locale.

Au cours de l'année écoulée, 67 % des franchisés ont mis en œuvre des actions visant à réduire leur impact environnemental. Parmi les nouveaux franchisés, 74 % prennent en compte la déontologie et les valeurs du réseau (+9 points en deux ans), soulignant une conscience accrue des enjeux sociétaux.

Par ailleurs, les franchiseurs jouent, eux aussi, un rôle essentiel dans cette transition en développant des offres éco-responsables pour 94 % (+9 points en un an) et en adaptant leurs process pour réduire leur empreinte écologique pour 93 % (+8 points en un an). Les franchiseurs sont 79 % à privilégier les fournisseurs et fabricants français (+11 points en un an) afin de répondre aux attentes des consommateurs.

Ces éléments illustrent la transformation vers un secteur responsable et engagé face aux enjeux sociétaux contemporains.

Pour Anthony Clément, Directeur du Développement Professionnels et Entreprises Banque Populaire : *« Face aux défis économiques actuels, la franchise démontre une fois de plus la pertinence et l'intérêt de son modèle. Les franchisés et franchiseurs s'adaptent avec agilité aux nouveaux enjeux sociétaux et éco-responsables. Notre 21^e Enquête annuelle de la Franchise met également en lumière la force du collectif qui caractérise ce secteur. La collaboration étroite entre franchiseurs et franchisés crée un écosystème où les synergies sont essentielles à la réussite de chacun. Grâce à son réseau d'experts présents sur l'ensemble du territoire, Banque Populaire réaffirme son engagement à accompagner les franchiseurs pour soutenir leur développement. En tant que Banque qui répond le mieux aux acteurs de la franchise, nous nous engageons également à soutenir les franchisés à chaque étape de leur parcours entrepreneurial. »*

Les grands enseignements de cette nouvelle Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire/ FFF seront publiés chaque mois, de mars à juin 2025, à travers 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 « 21^e Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire/ FFF ».

Les cinq chapitres de la 21^e édition de l'Enquête de la Franchise de Banque Populaire/ FFF :

- **Chapitre 1 :** La franchise, un modèle qui séduit les jeunes entrepreneurs - 4 mars
- **Chapitre 2 :** La franchise, une dynamique collective face à la conjoncture - 3 avril
- **Chapitre 3 :** La franchise, un engagement fort pour un avenir durable – 5 mai
- **Chapitre 4 :** Du e-commerce à l'IA : la révolution digitale de la franchise - 4 juin
- **Chapitre 5 :** Banque Populaire, accélérateur de croissance pour vos projets en franchise - 26 juin

[Méthodologie :](#)

- Pour la partie de l'enquête Franchisés, elle a été réalisée par téléphone (CATI), du 8 octobre au 19 novembre 2024, auprès d'un échantillon représentatif de 401 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 16 octobre au 2 décembre 2024, auprès d'un échantillon représentatif de 144 franchiseurs disposant de 5 à plus de 150 points de vente.

- Pour la partie de l'enquête Grand Public, elle a été réalisée par internet (CAWI), du 20 au 25 novembre 2024, auprès de 1010 individus représentatifs de la population française de 18 et plus. Echantillons constitués d'après la méthode des quotas.