

22e édition de l'Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire : la franchise, un tremplin pour se lancer dans l'entrepreneuriat

10 mars 2026

Pour la 22^e année consécutive, Banque Populaire dévoile les résultats de son Enquête annuelle de la Franchise, réalisée en partenariat avec la Fédération Française de la Franchise (FFF) et Kantar. Présentée à quelques jours du salon Franchise Expo Paris, cette étude d'envergure nationale révèle les grandes tendances de la franchise. Elle apporte un éclairage sur le profil des franchisés et celui des franchiseurs, leurs stratégies, leurs atouts et leurs préoccupations face à l'avenir. Elle précise également les nouvelles attentes des Français.

Partager sur :

-
-
-
-
- [Site du Groupe BPCE](#)

Retrouvez Banque Populaire au salon Franchise Expo Paris, du samedi 14 au lundi 16 mars 2026, sur le stand G14/H13 – Pavillon 1.

Badge gratuit à commander via le code promo : EXH6_8XVPS7HS

La franchise, un modèle entrepreneurial gagnant

Chaque année, l'entrepreneuriat suscite un intérêt marqué auprès des Français. Selon la nouvelle édition de l'Enquête de la Franchise Banque Populaire/FFF, 30% d'entre eux aimeraient créer leur entreprise (-2 points en 5 ans). Parmi eux, plus de la moitié (51%) envisagent de le faire en franchise ; cette appétence est encore plus marquée chez les plus jeunes (65% chez les 18-24 ans).

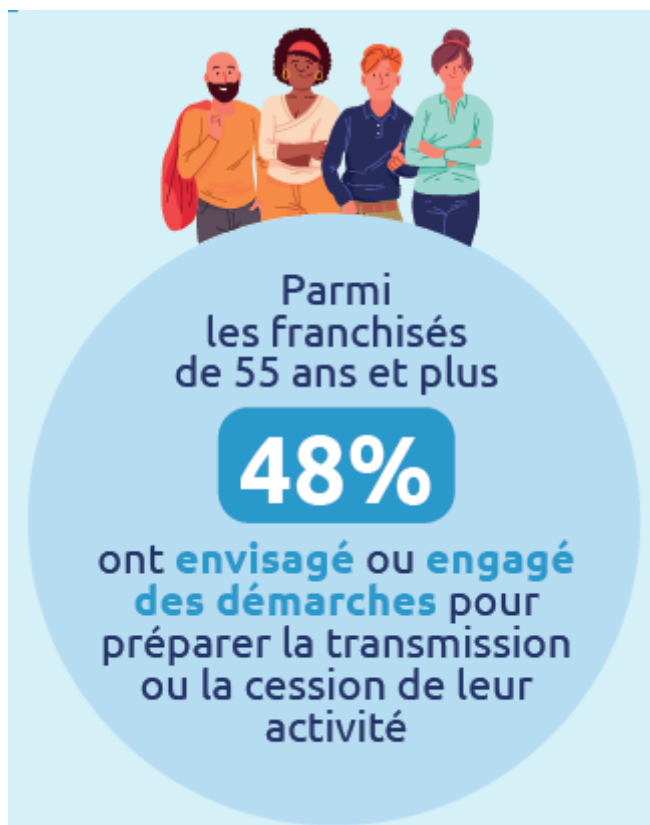
Si la franchise séduit autant, c'est avant tout en raison de l'environnement sécurisant qu'elle propose aux futurs entrepreneurs (accompagnement et moyens mis à disposition pour développer l'activité). Par ailleurs, la perspective d'une meilleure rentabilité demeure un élément structurant pour un tiers des futurs créateurs.

Au-delà des considérations économiques, la franchise répond aussi à des attentes plus personnelles avec des profils très variés. Pour un quart des futurs créateurs, elle représente une opportunité de redonner du sens à leur vie professionnelle (26%), en offrant davantage de liberté, d'autonomie ou de maîtrise du lieu de vie. Elle constitue également, pour 24%, un levier facilitant un changement de carrière. On observe une proportion durablement élevée des femmes franchisées (40%) ainsi qu'une diversité des secteurs d'activité représentés (55% dans le commerce).



Plus d'un tiers des franchisés déclarent qu'ils n'auraient pas créé leur entreprise sans ce modèle (35%), confirmant son rôle de levier pour entreprendre. À noter, 92% des franchisés (+4 points en un an) recommandent la franchise. Côté franchiseurs, l'accompagnement des franchisés constitue un pilier du modèle. Près de 7 franchiseurs sur 10 favorisent le coaching ou le parrainage des nouveaux franchisés.

La cession-transmission, un enjeu clé pour la pérennité du modèle



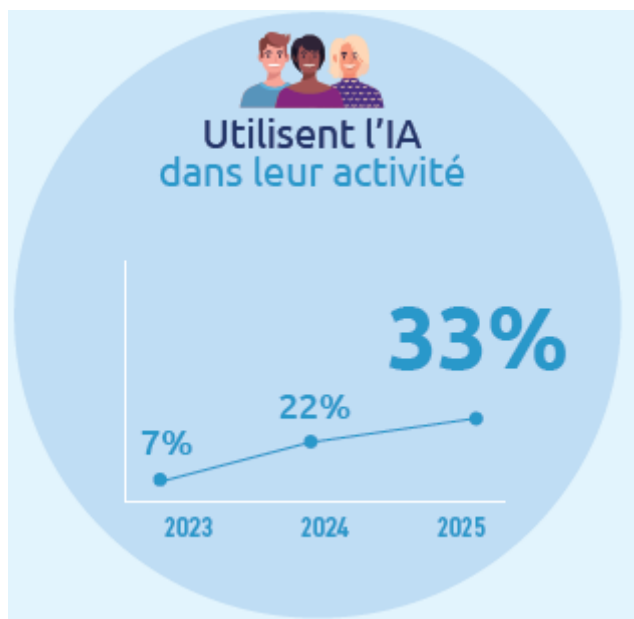
Près de la moitié des franchisés âgés de 55 ans et plus ont envisagé ou engagé des démarches pour préparer la transmission ou la cession de leur activité, avec des scénarios variés : 30% prévoient la cession à un autre franchisé du réseau, 28% à un repreneur extérieur et 23% à un proche (famille, salarié, etc.).

Pour 73% des franchiseurs la transmission ou la reprise présente un enjeu pour leur réseau. 65% d'entre eux disent rencontrer des difficultés pour assurer la transmission de certains points de vente. Parmi les principaux freins identifiés : difficulté à trouver un repreneur, valorisation attendue par le cédant trop élevée et obtention d'un financement.

Pour faciliter la transmission au sein de leur réseau, 49% des franchiseurs ont mis en place des dispositifs d'accompagnement : 81% proposent un accompagnement personnalisé au vendeur, 63% un appui au repreneur dans le montage financier et 59% des campagnes de communication ciblées pour attirer les repreneurs.

Un recours à l'IA en plein développement

L'Intelligence Artificielle (IA) progresse fortement au sein de la population française : 45% des Français utilisent l'IA. Dans le cadre de leurs achats, les Français sont prêts à utiliser l'IA pour comparer des offres (58%) et suivre les conseils fournis par l'IA (34%).



Du côté des franchisés, l'usage de l'IA a augmenté de 11 points en un an, avec 33% des franchisés qui l'utilisent.

L'enjeu d'accompagnement est aussi important : près de 40% des franchisés attendent un rôle actif des franchiseurs par rapport à l'IA, notamment en termes de formation ou pour intégrer cette technologie dans les outils réseau ou encore pour des conseils pratiques.

Pour les franchiseurs, les bénéfices perçus sont significatifs : 87% estiment que l'IA simplifie et automatise les tâches administratives (+14 points en un an) et pour 72%, elle améliore la communication. En 2025, la moitié des franchiseurs ont déjà déployé des outils IA et 22% envisagent de le faire prochainement, témoignant d'une adoption convergente et croissante dans les réseaux.

La franchise, un modèle responsable

Une grande majorité de Français attendent que leurs commerçants soient engagés activement (81%) en faveur de l'éco-responsabilité. Pour autant, 55% ne sont pas prêts à payer leurs achats plus chers.



Au cours de l'année écoulée, 61% des franchisés ont mis en œuvre des actions visant à réduire leur impact environnemental, poussés par une attente forte de leurs clients en faveur des produits éco-responsables (63 %, +6 points en un an) et une volonté de donner plus de sens à leur consommation (69%).

Les franchiseurs se reconnaissent un rôle important sur les enjeux RSE : 66% proposent déjà une offre éco-responsable et 22% envisagent de le faire. Pour 97% des franchiseurs (+6 points en un an), il est important de s'engager en faveur du développement économique local et 83% d'entre eux estiment jouer un rôle dans la revitalisation des villes.

Pour Anthony Clément, Directeur du Développement Professionnels et Entreprises Banque Populaire :

« Dans un contexte économique en pleine mutation, la franchise affirme sa valeur et son caractère durable. Franchiseurs et franchisés s'adaptent avec agilité aux enjeux sociétaux et écologiques, portés par un élan collectif qui anime tout le secteur et que met en lumière notre 22^e Enquête annuelle. La collaboration étroite entre les acteurs du réseau crée un écosystème où les synergies renforcent les opportunités de réussite pour chacun. En tant que Banque Coopérative et Locale, Banque Populaire accompagne de manière privilégiée les réseaux de franchise à travers un réseau d'experts déployé au sein de tous les territoires. C'est également une immense fierté pour Banque Populaire

d'être le 1^{er} partenaire bancaire des franchiseurs - Plus d'1 sur 2 est client - et des franchisés - plus d'1 sur 4 est client. »

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

« Les résultats de cette 22^e édition de l'Enquête annuelle de la Franchise confirment une nouvelle fois la vitalité et la solidité du modèle. Avec 92 % de franchisés qui recommandent la franchise, en hausse de 4 points en un an, l'attractivité de ce modèle d'entrepreneuriat ne se dément pas, portée notamment par les jeunes générations pour lesquelles il constitue un véritable tremplin vers l'indépendance. Que ce soit pour donner du sens à une vie professionnelle, faciliter une reconversion ou ancrer son activité dans un territoire, la franchise répond à des aspirations profondes et variées. Cette édition met également en lumière deux enjeux majeurs pour l'avenir de nos réseaux : la cession-transmission, qui conditionne la pérennité du modèle, et l'Intelligence Artificielle, dont l'adoption progresse fortement tant chez les franchiseurs que chez les franchisés. La franchise prouve une fois encore sa capacité à s'adapter aux évolutions de notre économie et de la société, en s'appuyant sur sa force première : la puissance du collectif au service de la réussite individuelle et du dynamisme de nos territoires. »

Les grands enseignements de cette nouvelle Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire/ FFF seront publiés chaque mois, de mars à juin 2026, à travers six 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 « 22^e Enquête annuelle de la Franchise Banque Populaire/ FFF ».