

# Le digital, levier de croissance de la franchise

#3

**97%**

des franchisés utilisent des **dispositifs « web to store »** sur le site internet de leur point de vente

Et **42%**  
proposent le  
**Click & Collect**  
(achat en ligne et retrait en magasin)

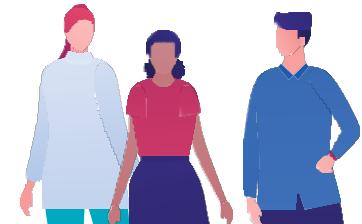
(+12 pts en 2 ans)

**21%**

des Français ont utilisé le **Click & Collect** pour la 1<sup>re</sup> fois pendant la crise sanitaire

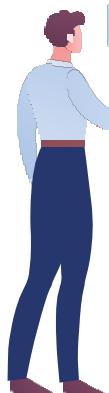
**63%**

souhaitent que leurs commerces de proximité soient plus nombreux à proposer des achats en ligne



**75%**

des franchisés communiquent via **SMS ou emails** auprès de leurs clients



**77%**

des franchisés utilisent au moins un **réseau social** pour communiquer auprès de leurs clients

**71%**

sont accompagnés par leur franchiseur pour animer leurs réseaux sociaux

## Dématerrialisation des moyens de paiement en point de vente



**79%**

proposent le paiement sans contact  
(+12 pts en 1 an)



**69%**

proposent le paiement via smartphone  
(+30 pts en 1 an)

**4 franchisés sur 10**

estiment que renforcer leur notoriété digitale ou de proximité est un enjeu majeur pour leur activité



- Plus que jamais, les franchisés ont recours aux outils digitaux pour attirer leur clientèle en point de vente : **97% des franchisés disposent ainsi de dispositifs « web to store » (+5 pts)**. Dans le détail, la quasi-totalité des franchisés donnent les **informations de localisation du point de vente (95%, +7 pts)**, 69% communiquent sur leurs opérations promotionnelles en magasin, 62% partagent les événements qui ont lieu en point de vente et 25% donnent des informations sur les stocks disponibles en magasin.
- Les plus gros points de vente (10 salariés ou plus) sont en avance sur ces sujets** : 74% partagent les événements en point de vente et 82% relaient les opérations promotionnelles en magasin.
- La crise sanitaire et le confinement de début d'année 2020 ont renforcé chez les franchisés l'intérêt et le besoin d'être présents sur les réseaux sociaux pour maintenir un lien avec leurs clients : **77% utilisent au moins un réseau social pour communiquer auprès de leur clientèle**, une progression de 15 points vs. 2019. Dans ce registre, Facebook reste largement en tête des réseaux utilisés (95% de ceux qui sont sur les réseaux l'utilisent), devant Instagram (36%) et les forums ou blogs (32%). **Dans le détail, on notera que les franchisés du secteur des services se montrent parmi les plus actifs sur les réseaux (82% vs. 73% dans le commerce)**, et sont notamment davantage présents sur Instagram (43% vs. 29% dans le commerce). En appui, 71% des franchisés sont **accompagnés par leur franchiseur pour animer leurs réseaux sociaux**, une proportion qui atteint les **79% pour les franchisés des services**.
- Parmi les autres supports de communication digitale, **les contacts directs via emails ou SMS restent le moyen privilégié par les franchisés pour fidéliser leur clientèle** (75% d'entre eux communiquent par ce biais auprès de leurs clients) et ils sont 81% à le faire dans le secteur de la coiffure/esthétique. L'amélioration de l'expérience client constitue également un levier important de fidélisation : **42% des franchisés envoient un questionnaire de satisfaction à leurs clients** après une visite en point de vente. Une pratique plus courante dans les plus gros points de vente de 10 salariés ou plus (60%).
- L'intégration du e-commerce constitue un autre axe majeur de développement : **42% des franchisés proposent désormais le Click & Collect**, en particulier les plus gros points de vente (57% des points de vente de 10 salariés ou plus). **L'usage du Click & Collect est aujourd'hui largement répandu au sein de la population** : 58% des Français ont déjà réalisé des achats en Click & Collect (une proportion qui s'élève à 63% en région parisienne et même 72% chez les moins de 50 ans). Une pratique qui a fait de nouveaux émules pendant la crise sanitaire puisque **21% des Français ont utilisé le Click & Collect pour la première fois en 2020**.
- Concernant la vente en ligne, 63% des Français souhaitent qu'elle se généralise dans **leurs commerces de proximité** (70% en région parisienne et 72% chez les moins de 50 ans).
- Les pratiques ont également fortement évolué chez les franchisés en ce qui concerne l'expérience en matière de paiement : **79% des franchisés acceptent désormais les paiements sans contact (+12 pts en un an)**. Un dispositif particulièrement utilisé par les franchisés des secteurs CHR (100%), alimentaire (98%) et de la coiffure/esthétique (93%). **69% offrent la possibilité de payer via smartphone (+30 pts en un an)** : là également les secteurs CHR (94%), alimentaire (88%) et de la coiffure/esthétique (87%) se distinguent.