

NOUVEAUX CONCEPTS, NOUVELLES FORMULES, RACHATS... LA RESTAURATION EN PLEIN BOOM

Malgré une inflation grandissante et un contexte économique sous tension, la restauration retrouve des couleurs et affiche une perspective d'avenir encourageante. En effet, tous les segments du secteur connaissent, ce premier semestre, une croissance par rapport à l'année précédente : une première depuis trois ans¹ ! Un dynamisme qui se confirme pour les enseignes franchisées du secteur qui pèsent pour 15% des réseaux de franchise en France en 2022².

Les chaînes de restauration, un segment en pleine croissance

En 2023, la restauration se porte bien : elle bénéficie de la bonne tenue du tourisme, des flux professionnels constants et d'une tendance naturelle des français à économiser dans leur quotidien pour préserver ce moment de plaisir singulier que représente le fait d'aller au restaurant. **Un signal positif qui stimule l'appétit des entrepreneurs en restauration pour la franchise.** Et pour cause, le secteur affiche une croissance du nombre de ses points de vente de 7,3% pour la restauration à thème et de 5,6% pour la restauration rapide, pour **un chiffre d'affaires total de près de 9,2 milliards d'euros².**

Un marché dynamique qui bouge et qui s'adapte rapidement aux contextes économiques et environnementaux, aux nouvelles attentes des consommateurs et à la concurrence croissante. Pour émerger, certaines enseignes capitalisent sur des **concepts de plus en plus originaux** autour du "mieux manger" et de l'expérientiel par exemple. D'autres, misent sur de **nouvelles formules, plébiscités par les Français** : coffee shop, take away, snacking, livraison. D'autres encore, adoptent la stratégie de la **croissance externe pour se développer plus rapidement**, à l'instar du rachat de l'enseigne Courtepaille par le groupe La Boucherie.

La franchise, un modèle idéal pour se lancer dans la restauration

La franchise, c'est : un concept éprouvé fort, connu et reconnu ; des processus opérationnels déjà définis ; une mutualisation des coûts ; un soutien dans l'évolution de l'offre ; un encadrement rassurant du réseau. **La assurance, c'est ce que 52% des personnes envisageant de se lancer en franchise énoncent comme motivation principale² !** Une motivation compréhensible, lorsque l'on connaît les nombreux risques auxquels sont quotidiennement confrontés les entrepreneurs, à fortiori dans le contexte économique complexe auquel le marché français fait face.

Porteur de croissance, **la franchise se présente comme un modèle d'entrepreneuriat résolument actuel** : une solution clé en main capable d'offrir un démarrage rapide et optimal d'un restaurant, suscitant la confiance des clients tout en limitant la prise de risque de l'entrepreneur sur le plan financier, particulièrement importante dans la restauration. Somme toute, la franchise c'est **un gain de temps et une sécurité pour le futur restaurateur.**

Les enseignes de restauration adhérentes à la FFF

Amorino, Au Bureau, Basilic & Co, Brioche Dorée, Buffalo Grill, Burger King, Courtepaille, Del Arte, Domino's Pizza, Eat Salad, Flunch, French Coffee Shop, Hippopotamus, Indiana Café, KFC, La Boucherie, La Côte & L'Arête, La Croissanterie, La Pataterie, Léon, Les 3 Brasseurs, Memphis, My Beers, Nachos, Ninkasi, O'Malo, O'Tacos, Phood, Pitaya, Pizza Cosy, Point Chaud, Pokawa, Pomme de Pain, Quick, Signorizza, Speed Burger, TaoBento, Tutti Pizza

La FFF lance sa campagne pour lutter contre les idées reçues de l'entrepreneuriat



En juin dernier, la Fédération Française de la Franchise a lancé sa campagne "Je me lance en franchise" : une campagne moderne au ton humoristique et décalé, qui a pour objectif de dépoussiérer l'image de la franchise et contrer les fausses idées et préjugés liés à ce modèle et à l'entrepreneuriat.

"Je me lance en franchise" présente la franchise comme un modèle d'entrepreneuriat noble, vertueux et résolument actuel, adapté à un public allant des plus jeunes aux seniors et aux enjeux économiques et sociétaux actuels.

jemelanceenfranchise.fr

¹ Selon la dernière revue stratégique de Food Service Vision, datant de juin 2023

² Selon les derniers indicateurs de la franchise de la FFF, datant de mars 2023

À propos de la Fédération Française de la Franchise

Acteur majeur du dynamisme de l'économie française, la Fédération Française de la Franchise est la fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés depuis 1971. Elle représente le modèle de la franchise, un modèle d'entrepreneuriat fondé sur le transfert du savoir-faire et le partage de valeur. Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise, mais également de fédérer son écosystème et de créer les outils et l'environnement propice au développement et à la performance des réseaux de franchise. La Fédération Française de la Franchise a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris, devenu depuis un rendez-vous annuel international majeur de la franchise.

La franchise représente en France 1 965 réseaux, 79 134 points de vente franchisés, pour plus de 68,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires. L'activité génère 795 441 (directs et indirects). En 2009, la FFF a créé L'Académie de la franchise, premier organisme de formation aux métiers de la franchise, dont l'offre est dédiée aux futurs franchisés, mais aussi aux futurs et actuels franchiseurs.

En savoir plus

franchise-fff.com



