

La Fédération Française de la Franchise accueille trois nouveaux adhérents

La FFF continue d'intégrer de nouveaux adhérents avec l'arrivée du COMPTOIR DE MATHILDE, réseau d'épicerie fine, de PHOOD, concept de cantine vietnamienne chic, et de MACLEM, première franchise spécialisée en climatisation, pompe à chaleur et énergies renouvelables. Aujourd'hui, la FFF est forte de 180 réseaux adhérents qui représentent plus de 45% des franchisés français.



MACLEM propose plusieurs solutions afin de réduire considérablement sa consommation d'énergie. Le réseau se positionne sur 4 métiers complémentaires et intervient auprès des particuliers comme des professionnels :

- Climatisation réversible : un moyen de chauffer et garantir le confort en limitant les dépenses ;
- Pompe à chaleur : le système de chauffage par excellence fonctionnant avec une énergie renouvelable ;
- Ballon thermodynamique : produire l'eau chaude tout en maîtrisant sa consommation ;
- Panneaux solaires photovoltaïques : créer sa propre électricité grâce à l'énergie du soleil.

Le réseau propose un service complet : de l'étude à l'installation en passant par les entretiens et les assistances techniques en cas de besoin.

maclem.fr

« Mes collaborateurs et moi-même travaillons ardemment au développement de l'enseigne sur le territoire français et intégrer la FFF est une étape indispensable à la structuration et à l'accompagnement de notre réseau. Notre participation au concours des Révélations de la Franchise 2021 – où nous sommes arrivés 4^{ème} – fut l'occasion de consolider nos liens avec la fédération et d'amorcer le processus d'adhésion. Son exigence témoigne de la qualité des réseaux qui la compose et c'est avec impatience que nous attendons d'échanger, de nous enrichir lors des ateliers, réunions et groupes de travail. Nous pouvons désormais arborer fièrement notre « label FFF » qui rassure désormais nos candidats à la franchise et nos partenaires », souligne Clément Cornebize, Président de MACLEM.



Alors qu'elle vient d'ouvrir sa 108^{ème} boutique, la marque Le Comptoir de Mathilde a développé depuis 15 ans un solide réseau de franchisés. Son credo : une épicerie fine accessible à tous, des produits Made in France, régressifs et de qualité. Un concept qui séduit en France mais aussi à l'étranger. Et un fondateur, Richard Fournier, qui a su faire preuve d'audace et de ténacité pour développer l'entreprise.

Cette success story gourmande à la française démarre en 2007, lorsque son créateur, Richard Fournier, ouvre à Nyons avec son épouse une petite boutique pour y vendre ses propres fabrications artisanales. La marque a ensuite fortement accéléré sa croissance dans le monde du retail, notamment en France sur le quart Sud-Est puis sur l'ensemble du territoire.

A date, ce sont **2 400 revendeurs** en France et à l'international, **108 points de vente** (dont 97 points de vente en franchise) et 120 collaborateurs.

lecomptoirdemathilde.com

« L'adhésion à la Fédération Française de la Franchise est la reconnaissance de notre savoir-faire par nos pairs et un soutien pour notre développement en France et à l'international. Notre réseau se développe rapidement, c'est pourquoi les outils et les services mis à disposition du franchiseur et des franchisés par la Fédération doivent nous permettre de nous rendre meilleur », souligne Richard Fournier, fondateur du Comptoir de Mathilde.



Créée il y a plus de 10 ans avec la promesse d'offrir un voyage authentique autour d'une cuisine d'inspiration vietnamienne, PHOOD propose des produits savoureux, de qualité, élaborés maison et servis rapidement. Et chez PHOOD, on ne plaisante pas avec la qualité, le goût et l'origine des produits. Des partenaires locaux cultivent et élaborent les produits et ont à cœur de faire les choses dans le respect de l'environnement et de mettre en valeur terroir, matières premières et savoir-faire artisanal.

Lancé en franchise en 2017, PHOOD compte aujourd'hui 5 points de vente. L'aventure PHOOD est guidée par les valeurs de fraîcheur, bienveillance et naturalité au centre des préoccupations quotidiennes.

phood.fr

« Nous adhérons aujourd'hui à la FFF pour être accompagnés dans le développement de notre enseigne en France et à l'étranger. Les services proposés par la FFF comme les conseils juridiques, les experts, la formation des franchiseurs et franchisés sont autant de points qui nous ont convaincu d'être soutenus par la Fédération. Nous espérons ainsi mettre davantage en avant notre concept éprouvé et recruter de nouveaux franchisés », déclare Benjamin Fetu, fondateur de PHOOD.

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 1 927 réseaux, 78 032 points de vente franchisés, pour près de 64 milliards d'euros de chiffre d'affaires. L'activité génère 668 837 emplois (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



MONET+ASSOCIÉS