

La franchise, un modèle toujours plus attractif : 18e édition de l'Enquête annuelle de la franchise Banque Populaire

8 MARS 2022

BANQUE POPULAIRE

FRANCHISE

ENTREPRISES

ARTISANAT & COMMERCE

ECONOMIE

A quelques jours du salon Franchise Expo Paris, la 18^e édition de l'Enquête annuelle de la franchise Banque Populaire, en partenariat avec la Fédération Française de la Franchise (FFF) et avec la participation de Kantar a été présentée aujourd'hui à la presse. Cette étude, exclusive sur le monde de la franchise en France, apporte un éclairage sur le profil des acteurs, leurs stratégies, leurs forces et leurs préoccupations face à l'avenir. Elle permet de comprendre l'attrait du modèle de la franchise pour les entrepreneurs et la solidité des réseaux durant la crise sanitaire. Elle illustre également les innovations dont font preuve les franchisés et les franchiseurs dans la digitalisation et leur sensibilisation vers un commerce éco-responsable.

PARTAGER SUR :



[AGENDA-CONTACT](#)

[SITE DU GROUPE BPCE](#)

Un fort attrait pour l'entrepreneuriat



28%
des Français
aimeraient créer
leur entreprise

L'entreprenariat séduit chaque année de nombreux Français. Selon cette nouvelle édition de l'Enquête annuelle de la franchise, 28 % des Français interrogés aimeraient créer leur entreprise. Parmi ces Français, 43 % envisagent de le faire en franchise.

Très attractif, le modèle de la franchise est un facilitateur pour beaucoup de candidats à l'entreprenariat les aidant à franchir le pas. Les franchisés bénéficient d'un accompagnement personnalisé de qualité. De plus, la notoriété et la crédibilité de la marque ainsi que la transmission du savoir-faire sont autant d'éléments incitatifs pour les futurs entrepreneurs.

L'appartenance à un réseau de franchise est source de sécurité, ainsi 9 franchisés sur 10 recommandent ce modèle.

Le modèle de la franchise dans une dynamique de croissance

Le modèle de la franchise a une nouvelle fois prouvé sa solidité : 70 % des franchisés estiment avoir mieux résisté à la crise qu'un commerçant isolé contre 67 % en 2020. C'est grâce, notamment, aux franchiseurs qui se sont montrés proactifs, durant cette période, en informant leurs franchisés sur les aides disponibles (93 %) et en renforçant l'animation du réseau. De plus, 8 franchisés sur 10 sont confiants sur l'avenir de leur affaire et souhaitent rester dans leur réseau.

Concernant le digital, les réseaux ont connu une forte évolution durant cette période, 96 % des franchisés disposent d'un dispositif web to store sur leur site internet (géolocalisation, click and collect, ...).

Par ailleurs, près des trois-quarts des franchisés perçoivent des attentes éco-responsables de la part de leur clientèle. De leur côté, plus de 9 franchiseurs sur 10 jugent qu'il est important de s'engager dans cette démarche. A ce titre, les franchiseurs sont d'ores et déjà 71 % à proposer une offre éco-responsable.

La sélection des franchisés, un enjeu majeur pour les réseaux



La sélection des nouveaux franchisés est l'une des préoccupations majeures des franchiseurs (83 %). La moitié des franchiseurs (52 %) favorisent le recrutement des franchisés parmi leurs salariés ou dans leur réseau.

Afin d'offrir les meilleures chances de réussite à leurs nouveaux franchisés, près 2 franchiseurs sur 3 favorisent le coaching ou le parrainage. Une grande majorité de franchiseurs (84 %) proposent une formation initiale au personnel des franchisés.

Malgré un contexte de crise sanitaire ayant ajourné certains projets d'installation, la nouvelle enquête illustre le dynamisme de la franchise en France. En effet, 93 % des franchiseurs ont créé au moins un point de vente au cours des douze derniers mois, avec douze points de vente ouverts en moyenne.

Franchisés, qui sont-ils ?



Selon cette nouvelle enquête annuelle de la franchise, les franchisés sont âgés de 36 ans en moyenne lors de l'ouverture de leur 1^{er} point de vente.

Au moment de leur installation, un quart des franchisés décident de changer de région. 76 % des franchisés étaient salariés avant de se lancer en franchise ; ils étaient 72 % en 2020. Par ailleurs, 1 franchisé sur 2 a changé de secteur d'activité à l'occasion de la création de son entreprise en franchise.

Pour Bertrand Magnin, Directeur du Développement Banque Populaire :

« Face à la crise, le modèle de la franchise prouve une nouvelle fois sa solidité et son attractivité. Les acteurs de la franchise ont su s'adapter en développant le digital comme levier de croissance pour leur activité et s'engagent d'ores et déjà pour l'avenir en proposant des offres éco-responsables. Banque Populaire, première banque des franchisés et des franchiseurs, accompagne en proximité leur dynamisme et leurs besoins d'investissements grâce à ses experts répartis sur l'ensemble du territoire français ».

Pour Véronique Discours-Buhot, Déléguée Générale de la Fédération Française de la Franchise :

« La franchise est un modèle d'entrepreneuriat moderne, dans l'air du temps et surtout, performant ! La franchise prouve chaque jour qu'elle est un vrai moteur économique, social et sociétal. La crise a aussi confirmé que les commerçants de demain seront ceux de l'omni-canalité, capables de jouer la complémentarité entre leurs points de vente physiques et le web. Click & collect, livraison à domicile. »

Les grands enseignements de la nouvelle enquête annuelle de la franchise seront publiés de mars à juillet 2022, au travers de cinq chapitres composés d'une mini-synthèse et d'une infographie. Ces rendez-vous mensuels seront relayés via les médias sociaux et les sites internet Banque Populaire et de la Fédération Française de la Franchise.

Les cinq chapitres de la 18^e édition de l'Enquête annuelle de la franchise Banque Populaire / FFF :

- **Chapitre 1 :** La franchise, toujours plus attractive
- **Chapitre 2 :** Une dynamique collective qui fortifie la franchise
- **Chapitre 3 :** Les acteurs de la franchise engagés dans l'éco-responsabilité
- **Chapitre 4 :** Le digital, levier incontournable de croissance
- **Chapitre 5 :** Banque Populaire, tremplin de la réussite en franchise

Méthodologie :

-Pour la partie de l'enquête Franchisés, elle a été réalisée par téléphone (CATI), du 20 septembre au 4 octobre 2021, auprès d'un échantillon représentatif de 400 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 12 octobre au 18 novembre 2021, auprès d'un échantillon représentatif de 126 franchiseurs disposant de 1 à plus de 150 points de vente. Un redressement a été appliqué sur le secteur d'activité (commerce, service), la région et le nombre de salariés, en phase avec les objectifs 2019.