



LA BANQUE
QUI DONNE ENVIE D'AGIR

Communiqué de presse

Résultats de la 8^e enquête annuelle sur la franchise

Banque Populaire – Fédération française de la franchise – Le Figaro économie – CSA

La franchise, attractive, combative et efficace.

Paris, le 7 décembre 2011

Depuis 8 ans, l'enquête Banque Populaire – Fédération française de la franchise (FFF), en partenariat avec Le Figaro économie, analyse chaque année l'évolution du paysage de la franchise en France. Menée par l'institut CSA, cette enquête est l'unique étude d'envergure nationale qui dévoile les grandes tendances de la franchise et dresse le portrait des professionnels du secteur.

L'enquête 2011 confirme l'optimisme des franchisés et la solidité du modèle. Elle révèle notamment l'importance des stratégies de développement des franchiseurs à travers leur intérêt pour l'international et souligne par ailleurs la féminisation croissante de la franchise.

2011 : des franchisés conscients et mobilisés pour relever les défis de demain

Malgré un contexte économique difficile depuis plusieurs années, les perspectives de croissance de la franchise se vérifient aujourd'hui encore.

Premier indicateur de poids : le chiffre d'affaires médian du franchisé est passé de 440 000 € en 2009 à 510 000 € en 2010 **pour atteindre 520 000 € en 2011**. Les points de vente en franchise se sont également étoffés cette année, employant **en moyenne 9 salariés en 2011** contre 7 salariés en 2010. La situation de l'emploi chez les franchisés s'améliore par rapport à l'année dernière **puisque 49 % des franchisés interrogés ont créé au moins un emploi depuis 2010**, alors qu'ils étaient 42 % en 2009 et 48 % en 2010.

Il semble ainsi que la franchise résiste mieux à la crise ; c'est d'ailleurs le sentiment des franchiseurs interrogés : **97 % d'entre eux déclarent qu'un franchisé résiste mieux à la crise qu'un commerçant isolé** (77 % en 2010).

L'optimisme domine pour **77 % des franchisés**. Leurs préoccupations s'expriment moins fortement aujourd'hui sur le contexte économique que sur le modèle du commerce de demain. En effet, 26 % des franchisés ont déjà identifié les deux grands défis à venir : le comportement de la clientèle face à la concurrence et l'utilisation des nouvelles technologies (**52 % des franchisés aimeraient pouvoir développer le paiement par téléphone portable**).

Des franchisés soutenus par des franchiseurs et des réseaux réactifs

Sensibilisés aux nouveaux comportements des consommateurs et aux nouveaux canaux de distribution, les franchiseurs apportent leur soutien aux franchisés. **39 % des franchiseurs ont mis en place une stratégie multicanal. Ils sont 65 % à prendre en compte les réseaux sociaux dans leur stratégie de communication.**



Par ailleurs, les stratégies de développement des franchiseurs se concentrent de plus en plus sur l'international : **30 % des réseaux de franchiseurs ont des points de vente à l'étranger** (dont principalement en Europe pour 24 %) et **29 % d'entre eux envisagent de se développer à l'international dans les deux années à venir**.

Enfin, la notion de **développement durable** prend de plus en plus d'importance dans les réseaux puisque **deux tiers des franchiseurs ont développé des mesures dans ce sens**.

Le chef d'entreprise franchisé – portrait 2011

La population des franchisés, dont l'âge moyen reste stable puisqu'il est toujours de **46 ans** (50 % ont entre 35 et 49 ans), **se féminise : 45 % des franchisées sont des femmes (contre 36 % en 2009 et 40 % en 2010)**.

Le niveau d'études est stable (46 % ont un niveau Bac + 2 et plus) et la plupart **étaient salariés** (70 %) avant d'exercer leur activité en franchise. La franchise a permis la reconversion professionnelle et le changement de secteur d'activité pour 38 % d'entre eux.

Il est important de noter une nette progression de **l'implication du conjoint (54 %) dans l'entreprise**. La franchise rime bien souvent avec travailler en famille puisque 40% des conjoints travaillent dans l'affaire et 14 % des conjoints déclarent aider le franchisé.

Enfin, **67 % des franchisés ont maintenu ou augmenté leur chiffre d'affaires depuis 2009** (61 % l'année dernière).

A noter que les franchisés s'implantent progressivement vers des villes de taille moyenne puisqu'ils sont 42 % à s'installer dans des villes de moins de 25 000 habitants et 36 % dans des villes de plus de 50 000 habitants. Les raisons sont le prix et la difficulté de trouver de bons emplacements dans les grandes villes.

Les franchisés continuent de s'impliquer dans la vie locale de leur ville puisqu'ils sont 77 % à être membre d'une association de commerçants ou à s'impliquer dans les événements locaux, comme l'organisation des fêtes de Noël, de braderies...

Le modèle de la franchise vu par le grand public

Le modèle de la franchise continue de se démocratiser puisque **70 % du grand public estime que le choix de la franchise est intéressant pour quelqu'un qui envisage de se mettre à son compte**. 24 % du grand public affirme souhaiter créer son entreprise ou se mettre à son compte. Parmi ces 24 %, 46 % d'entre eux envisageraient certainement de s'installer dans le cadre d'une franchise.

Le financement bancaire reste incontournable

Les ressources propres restent stable cette année (37 %). **93 % du financement est réalisé par l'emprunt bancaire et les apports personnels du franchisé**. L'emprunt représente près de 60 % et reste essentiel pour faire aboutir son projet.

La Banque Populaire reste un acteur bancaire incontournable avec un taux de pénétration auprès des franchisés de 27 % en 2011, soit plus d'un franchisé sur 4 est client d'une Banque Populaire. Côté franchiseur, près d'un franchiseur sur 2 est client d'une Banque Populaire. Enfin, plus de la moitié des franchiseurs qui recommandent une banque à leurs franchisés lorsqu'ils le font, sont plus d'un sur deux à recommander les Banques Populaires.



Côté méthodologie

=> 409 entreprises franchisées ont été interrogées par téléphone du 12 au 21 juillet 2011

=> 156 franchiseurs ont été interrogés en face à face du 1^{er} août au 16 septembre 2011

A noter que les franchisés interrogés ne sont pas nécessairement franchisés dans les réseaux des franchiseurs interrogés.

A propos de la FFF :

Depuis sa création en 1971, la FFF a une ambition : faire de la franchise le meilleur outil de développement du commerce moderne.

Avec plus de 150 réseaux adhérents sélectionnés sur des critères déontologiques, représentant 40 % des franchisés français, la FFF est une interface essentielle entre pouvoirs publics, créateurs de réseaux, entrepreneurs et investisseurs.

Elle prodigue aux franchiseurs et futurs franchiseurs ou franchisés et futurs franchisés la formation et l'information dont ils ont besoin pour se développer et s'exporter... Elle dialogue avec les pouvoirs publics et les élus locaux sur l'indispensable modernisation du commerce et des services marchands, dont la franchise est l'un des vecteurs les plus puissants. Elle contribue par ses programmes d'échange et de recherche à l'évolution constante de la franchise, une stratégie aujourd'hui pratiquée par 1 477 réseaux commerciaux en France regroupant 58 351 points de vente. Le secteur de la franchise en France, c'est aujourd'hui près de 335 000 salariés, un CA de plus de 48 milliards d'euros, des taux de croissance qui dépassent les 10 % (en nombre de réseaux nouveaux et de points de vente) dans les secteurs les plus dynamiques (services aux personnes, alimentaire spécialisé...). Un succès non démenti qui soutient, encourage et nourrit l'ambition de la FFF, porte-parole des entrepreneurs qui créent et se développent en franchise...

Plus d'informations sur www.franchise-fff.com

A propos des Banques Populaires :

Créées par et pour les entrepreneurs, les Banques Populaires forment aujourd'hui le 4^e réseau bancaire en France. Il compte 17 Banques Populaires régionales et deux banques à compétence nationale, le Crédit Coopératif et la CASDEN Banque Populaire. Acteur clé de l'économie régionale, la Banque Populaire soutient et encourage l'audace de tous ceux qui entreprennent. Première banque des PME, des artisans, des franchisés,,elle est le leader des prêts à la création d'entreprise.

La Banque Populaire, avec 3 300 agences et plus de 6 000 conseillers de clientèle professionnelle, accompagne plus d'un million de professionnels.

La banque de référence de la franchise :

Grâce à la pertinence et la simplicité de sa gamme de produits, ainsi que la proximité entre ses clients et son réseau commercial, la Banque Populaire est l'acteur de référence sur le marché de la franchise. Près d'un franchisé sur quatre et près d'un franchiseur sur deux déclarent avoir un compte dans l'une des 17 Banques Populaires régionales.

La Banque Populaire est par ailleurs fortement engagée auprès de la Fédération française de la franchise qu'elle soutient dans ses travaux de recherche.

Plus d'informations sur www.banque-populaire.fr

Contacts presse BPCE – Banque Populaire

Christine Françoise : 33 (0)1 58 40 46 57
presse@bpce.fr

www.bpce.fr

Contacts presse FFF

Laureline Schwarz : 33 (0)1 58 65 00 35
lschwarz@hopscotch.fr
Cécile Vienne : 33 (0)1 58 65 01 27
cvienne@hopscotch.fr