

Dynamique et puissante, pourquoi la franchise attire autant ?

#5

Grand public

31% des Français aimeraient créer leur propre entreprise. Une proportion un peu plus marquée chez les hommes (35%) que chez les femmes (28%). Les plus jeunes sont aussi les plus entrepreneurs: 53% des 25-34 ans envisageraient de se mettre à leur compte.

Le modèle de la franchise séduit davantage les femmes: 41% des futures entrepreneuses souhaitent se lancer en franchise, contre 36% des hommes.

Les femmes et les hommes priorisent différemment leurs raisons de choisir la franchise. Pour les femmes, il est aussi important de limiter les risques financiers (33%) que de bénéficier de la notoriété de la marque (34%). Alors que pour les hommes, la prudence face au risque financier (24%) est nettement devancée par le bénéfice d'une marque connue (45%).



3 Français sur 10

aimeraient créer
leur entreprise

38%

d'entre eux envisagent
de leur faire en franchise

Top 3 dans le choix
de la franchise

- 48%** bénéficier d'un accompagnement et de moyens pour développer son affaire
- 40%** bénéficier de la notoriété d'une marque connue
- 28%** limiter les risques financiers

Franchisés

Plus de 8 franchisés sur 10 déclarent que leur franchiseur a fait évoluer le concept au cours de ces dernières années, et pour 63% il a même beaucoup évolué. Les franchisés du secteur de l'équipement de la maison perçoivent encore plus de changement: 96% estiment que leur franchiseur a fait évoluer le concept et 87% qu'il l'a fait beaucoup évoluer. En revanche, pour un tiers des franchisés du secteur CHR (Café-Hôtel-Restaurant), le concept n'a pas assez évolué selon eux (36% vs 20% sur l'ensemble des franchisés).

L'évolution du concept du franchiseur est perçue de façon positive par les franchisés: près de 8 franchisés concernés sur 10 estiment qu'elle a été bénéfique à leur activité. Un impact positif davantage ressenti par les franchisés du secteur de l'alimentaire (85%) et également par ceux qui réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 750 K€ (83%).

Près de la moitié des franchisés participent à des groupes d'échange avec leur franchiseur et d'autres franchisés du réseau sur des thématiques spécifiques. Une pratique bien plus courante pour les points de vente de 10 salariés ou plus: ils sont alors 58% à échanger avec leur franchiseur et les autres franchisés du réseau.



84%

des franchisés déclarent
que leur franchiseur a fait
évoluer le concept

78%

confirment que l'impact
est bénéfique à leur activité

45%

des franchisés participent à des
groupes de travail thématiques
entre franchiseur et franchisés

Dynamique et puissante, pourquoi la franchise attire autant ?

#5

Franchiseurs

91% des franchiseurs déclarent avoir fait évoluer leur concept au cours de ces dernières années et 71% estiment l'avoir fait beaucoup évoluer. Cela est d'autant plus le cas pour les franchises de services (75%), que pour celles de commerce (61%). Cela étant, parmi les enseignes de commerce, 3 franchiseurs sur 10 estiment ne pas avoir fait suffisamment évoluer le concept.

Pour 89% des franchiseurs, l'évolution du concept a eu un impact positif sur leur activité, et 77% l'ont constaté dès la première année. Toutefois, une différence de perception demeure selon le secteur d'activité : 86% des franchiseurs dans le secteur des services ont perçu un impact positif dès la première année, contre seuls 68% des franchiseurs du commerce.

Avant le déploiement d'une innovation dans le réseau, 6 franchiseurs sur 10 déclarent la tester d'abord dans des points de vente détenus en propre : 61% pour les enseignes de services et 52% dans les réseaux de commerce. 76% des réseaux dont le CA cumulé des franchisés est inférieur à 10M€ procèdent ainsi, alors que les plus gros réseaux (CA cumulé des franchisés supérieur à 10M€) favorisent davantage l'échange et la collaboration avec les franchisés avant de tester les innovations en magasin.

9 franchiseurs sur 10
ont fait évoluer leur concept



9 franchiseurs sur 10
jugent que l'impact de cette
évolution a été bénéfique
à leur activité

58%
des franchiseurs testent
d'abord les innovations dans
des points de vente en propre



86%
des franchiseurs envisagent
un renforcement de la
communication dans les
12 prochains mois



Renforcer la communication de l'enseigne fait partie des projets de développement pour les 12 prochains mois pour 86% des franchiseurs. Les réseaux dont le CA cumulé des franchisés est inférieur à 10M€ sont les plus enthousiastes (68% vs 59% pour les réseaux dont le CA cumulé des franchisés est supérieur à 10M€).