

# 5 | Cession-transmission : un enjeu clé pour la pérennité des réseaux

La transmission des points de vente s'inscrit de plus en plus dans les préoccupations des réseaux de franchise. Près de trois quarts des franchiseurs (73%) la considèrent comme un enjeu, mais seuls 24% en font un enjeu majeur.

Du côté des franchisés, la situation apparaît plus contrastée. Parmi les 55 ans et plus, 48% ont déjà envisagé ou engagé des démarches pour préparer la transmission ou la cession de leur activité. Dans le détail, 26% ont initié des actions concrètes, tandis que 22% y réfléchissent encore. À l'inverse, pour 52%, ce sujet n'est pas d'actualité.

Ainsi, la transmission apparaît comme un sujet identifié, mais encore souvent différé dans sa mise en œuvre.

Lorsqu'ils se projettent dans la transmission de leur activité, les franchisés expriment des intentions variées.

Trois scénarios principaux se dégagent :

- la cession à un autre franchisé du réseau (30%),
- la vente à un repreneur externe (28%),
- la transmission à un proche (23%).

D'autres options restent plus marginales, comme la reprise par le franchiseur (12%) ou la fermeture du point de vente (3%). Par ailleurs, 29% n'ont pas encore identifié le scénario de transmission qu'ils privilégieraient.

## Des problématiques concrètes pour assurer la transmission

Dans ce contexte, si le sujet reste encore peu anticipé côté franchisés, 65% des franchiseurs déclarent rencontrer des obstacles pour assurer la transmission de certains points de vente, le plus souvent ponctuellement (50%) et plus rarement de manière récurrente (15%).

Les principaux freins identifiés sont :

- la difficulté à trouver un repreneur (64%),
- la valorisation jugée trop élevée du point de vente (50%),
- les difficultés d'accès au financement (35%),
- le manque d'anticipation du franchisé cédant (31%).

Des facteurs plus secondaires sont également mentionnés, comme le manque d'accompagnement (13%) ou la complexité des processus de transmission (6%).

# 5 | Cession-transmission : un enjeu clé pour la pérennité des réseaux

## Des réseaux qui s'organisent pour accompagner la transmission

Une part significative des franchisés exprime un besoin d'accompagnement : **40% des franchisés de 55 ans et plus souhaitent se faire aider pour préparer la transmission de leur activité**, tandis que 60% n'expriment pas de besoin particulier.

Les attentes portent en priorité sur des **sujets opérationnels** :

- des conseils juridiques et administratifs (21%),
- la mise en relation avec des repreneurs potentiels (15%),
- un accompagnement individualisé (14%).

Les besoins liés à la valorisation du point de vente (5%) ou à la recherche de financement pour le repreneur (4%) sont plus ponctuels.

Face à ces constats, **un franchiseur sur deux a déjà mis en place des dispositifs spécifiques pour structurer la transmission au sein de son réseau (49%)**.

Parmi ces franchiseurs,

- 81% proposent un accompagnement personnalisé des cédants,
- 63% mettent en place un appui au repreneur dans le montage financier du projet,
- 59% déploient des campagnes de communication ciblées pour attirer des candidats à la reprise,
- 46% désignent un référent ou crée une cellule dédiée à la transmission,
- 31% développent des plateformes permettant d'identifier les opportunités de reprise.

**La transmission des points de vente constitue une étape identifiée du parcours des franchisés, mais encore inégalement anticipée. Si les franchiseurs en font un enjeu pour leur réseau et développent progressivement des dispositifs dédiés, les franchisés restent encore à des niveaux d'avancement variés dans leurs démarches.**

**Dans ce contexte, la transmission repose à la fois sur une meilleure anticipation des projets individuels et sur la capacité des réseaux à proposer des dispositifs adaptés aux différentes situations rencontrées.**