1 La franchise, un modèle qui séduit les jeunes entrepreneurs

L'envie d'entreprendre demeure forte en France : **33% des Français souhaitent créer leur entreprise**. Cet engouement est particulièrement **marqué chez les jeunes** : 55% des moins de 25 ans expriment une volonté d'entreprendre. Parmi eux, la franchise s'impose comme **un modèle attractif et en pleine progression** : deux jeunes créateurs sur trois envisagent cette option (66% des 18-24 ans, soit une hausse de 6 points en un an). Cette dynamique s'étend également à l'ensemble des futurs entrepreneurs : plus de la moitié envisagent d'ouvrir un point de vente en franchise (52%, +9 pts en un an).

Pourquoi un tel succès ? La franchise séduit d'abord par **son cadre structurant et sécurisant**. Ses principaux atouts perçus sont **l'accompagnement et les moyens mis à disposition** pour développer son activité (49%), la notoriété d'une **marque** (48%), la possibilité d'acquérir **un savoir-faire et d'apprendre un nouveau métier** (41%), tout en limitant les risques financiers (41%).

Au-delà des intentions, **ceux qui ont franchi le cap sont conquis** : 91% des jeunes franchisés de moins de 35 ans recommandent ce modèle et 87% parmi l'ensemble des franchisés. Un niveau très élevé mais légèrement en baisse (- 5 pts sur 1 an), sans doute lié à un contexte économique plus difficile.

La franchise, un modèle ouvert et diversifié

La franchise est un modèle accessible à tous. **La part des femmes franchisées ne cesse d'augmenter, atteignant quasiment la parité avec 46% en 2024** (contre 39% en 2023 et 31% en 2021). Chez les moins de 35 ans, la tendance est encore plus marquée : deux franchisés sur trois sont des femmes.

Côté diplôme, **la franchise accueille tous types de profils** : 34% des nouveaux franchisés possèdent un CAP, BEP, Bac pro ou Bac, 50% un Bac +2/3, et 16% un Bac +4 ou plus. Cette diversité de parcours reflète la richesse des opportunités offertes par la franchise.

Les secteurs d'activité sont également diversifiés : 58% des franchisés exercent dans le commerce (alimentation, équipement de la maison et de la personne, commerces divers) tandis que 42% évoluent dans les services (CHR, coiffure, esthétique, automobile, immobilier, services aux particuliers et aux entreprises).

La franchise représente aussi **une véritable opportunité pour la reconversion professionnelle**. Près de huit franchisés sur dix (76%) étaient auparavant salariés, et 42% ont changé de secteur d'activité en se lançant dans cette aventure entrepreneuriale. Ce phénomène est encore plus marqué chez les 50 ans et plus, avec 47% des franchisés ayant changé de secteur d'activité.

Un ancrage territorial fort et une dynamique d'ouverture soutenue

L'implantation des franchises répond à une **logique de proximité** : 61% des franchisés choisissent d'ouvrir leur point de vente dans le même département que leur précédente activité, et 75% restent dans leur région. Deux régions concentrent les principales ouvertures : le Sud-Est (28%) et l'Ouest (27%), suivies du Nord-Est (21%), du Sud-Ouest (14%) et de l'Île-de-France (10%).

Hors Île-de-France, les franchises **se développent sur l'ensemble du territoire** : 10% dans des communes de moins de 2 000 habitants, 30% entre 2 000 et 20 000 hab., 30% entre 20 000 et 100 000 hab., et 30% se situent en forte densité urbaine (plus de 100 000 hab.).

Malgré un contexte économique incertain, le modèle reste dynamique. **Plus de neuf franchiseurs sur dix (92%, +8 pts en un an) ont ouvert au moins un point de vente** en franchise ces 12 derniers mois, avec une

KANTAR
Fédération Française Franchise

Étude par téléphone du 8/10 au 19/11/2024 auprès d'un échantillon représentatif de 401 franchisés. Étude en ligne du 16/10 au 2/12/2024 auprès d'un échantillon représentatif de 144 franchiseurs. Étude en ligne du 20 au 25/11/2024 auprès de 1010 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus. Echantillons constitués d'après la méthode des quotas.

BANQUE POPULAIRE

1 La franchise, un modèle qui séduit les jeunes entrepreneurs

moyenne de neuf nouvelles implantations. Il est à noter que le nombre moyen d'ouvertures est légèrement inférieur à celui des années précédentes, avec 11 en 2023 contre 14 en 2022.

Un modèle solide et tourné vers l'avenir

La pérennité des enseignes témoigne également de la solidité du modèle : **71% des réseaux ont plus de 15 ans d'existence**. Pour recruter de nouveaux franchisés, sept franchiseurs sur dix privilégient les salariés de leur réseau (+7 pts en un an).

Les principaux challenges des franchiseurs restent **le recrutement des bons profils** (36%), l'accès au **financement** (26%) et le choix de **l'emplacement** (25%). Conscients de ces enjeux, ils renforcent **l'accompagnement** des franchisés : 62% mettent en place des **outils pour faciliter le recrutement et la fidélisation des salariés** (+7 pts en deux ans), 83% améliorent la formation des franchisés (+6 pts en un an) et 63% favorisent le **coaching et le parrainage des nouveaux entrants**.

Enfin, **l'innovation demeure un moteur clé du développement des réseaux**. Si elle est encore impulsée par les franchiseurs dans 54% des cas, 35% d'entre eux misent désormais sur une collaboration active avec leurs franchisés pour développer de nouvelles idées.

KANTAR
Fédération Française Franchise

Étude par téléphone du 8/10 au 19/11/2024 auprès d'un échantillon représentatif de 401 franchisés. Étude en ligne du 16/10 au 2/12/2024 auprès d'un échantillon représentatif de 144 franchiseurs. Étude en ligne du 20 au 25/11/2024 auprès de 1010 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus. Echantillons constitués d'après la méthode des quotas.

BANQUE POPULAIRE