



Géraldine LERAUX,  
Directrice réseau d'HYDROPARTS Assistance.

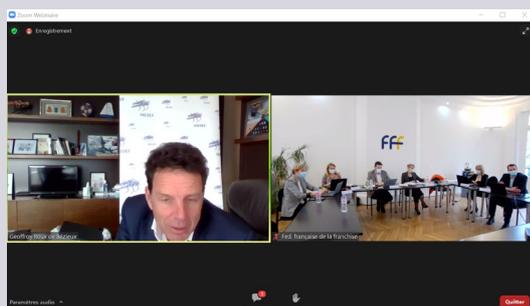
**EN COUVERTURE :**  
**HYDROPARTS ASSISTANCE CÉLÈBRE SES 10 ANS**  
**ET POURSUIT SON DÉVELOPPEMENT**

**RETOUR SUR LES EVENEMENTS FFF**  
**DU MOIS D'AVRIL**

**LES CHIFFRES CLES**  
**DE LA FRANCHISE**

DANS  
**REZO**

## DEUX EVENEMENTS MAJEURS DE LA FFF SE SONT TENUS AU MOIS D'AVRIL



## SOMMAIRE

- P 3 -** La FFF accueille de nouveaux adhérents !
- P 4 à 6 -** HYDROPARTS Assistance fête ses 10 ans et poursuit son développement
- P 7 à 9 -** Actualité des adhérents
- P 10-11 -** Deux événements majeurs de la FFF
- P 12-13 -** Les Chiffres Clés de la Franchise
- P 14 -** La 17ème Enquête de la Franchise Banque Populaire
- P 15 -** Les nouveaux outils de la FFF
- P 16 -** L'agenda de la FFF

## LA FFF ACCUEILLE DEUX NOUVEAUX MEMBRES !

Dans un contexte économique toujours particulier, la FFF continue d'intégrer de nouveaux adhérents. Ce mois-ci la fédération a l'honneur d'accueillir le réseau de micro brasserie 3 Brasseurs et le réseau de restauration rapide O'Malo. Ces deux enseignes rejoignent les 180 réseaux déjà membres de la FFF qui réunit aujourd'hui plus de 45% des franchisés français. Nous leur souhaitons la bienvenue !



**3** Brasseurs est un réseau composé de 42 succursales et 24 franchisés qui propose un concept de restauration associé à une micro-brasserie, dans une ambiance chaleureuse et conviviale. Les res-

taurateurs 3 Brasseurs sont avant tout des passionnés qui souhaitent proposer un lieu vivant et animé.

L'originalité du réseau réside dans la fabrication des bières qui sont imaginées et confectionnées sur place, dans la micro-brasserie, sous les yeux des clients.

Le réseau 3 Brasseurs est constitué d'une communauté de professionnels passionnés par la marque, qui sont issus du milieu de la restauration et qui souhaitent pour la majorité travailler en famille.

Leur concept est basé sur des valeurs

de partage : la simplicité, la convivialité et la générosité, et prend ses origines dans les Flandres.

«Aujourd'hui, 3 Brasseurs est composé à 50% de restaurants en propre et 50% de restaurants en franchise. Nous avons décidé de rejoindre la FFF en 2021 dans le but de développer nos restaurants en franchise, le modèle étant un moyen de déployer plus rapidement notre réseau» explique Julien Lisbona, Responsable Recrutement Franchise 3 Brasseurs.

[www.3brasseurs.com](http://www.3brasseurs.com)



**O**'Malo est une franchise de restauration rapide née en 2004 avec un premier restaurant basé à Gérardmer dans les Vosges.

Chez O'Malo, les produits sont soigneusement sélectionnés pour satisfaire tous les clients, petits et grands. Et parce que dans les restaurants O'Malo, manger vite rime avec manger bien, l'enseigne propose burgers,

kebabs et salades uniquement à la commande.

Son concept de fastfood est basé sur la garantie de produits frais et d'origine française (la viande kebab, le pain fabriqué artisanalement et localement, ...).

L'enseigne a lancé son développement en franchise dès 2008 et compte aujourd'hui 23 franchisés et 14 succursales.

« Nous avons demandé l'adhésion à la FFF afin d'obtenir une meilleure visibilité et ainsi développer notre franchise. Nous souhaitons également bénéficier du conseil de ses ex-

perts. Nous sommes convaincus que nous saurons également apporter à la FFF notre expérience acquise depuis notre création » précise Mathieu ULUS, Président O'Malo Restaurants.

[www.omalo.fr](http://www.omalo.fr)



## HYDROPARTS ASSISTANCE CÉLÈBRE SES 10 ANS ET POURSUIT SON DÉVELOPPEMENT

Le réseau qui a fêté ses 10 ans en 2020 est né d'un constat simple : comment faire gagner du temps et de l'argent aux entreprises s'agissant de la maintenance et du contrôle du hayon élévateur situé à l'arrière des véhicules professionnels : un équipement de plus en plus sollicité par les entreprises.

Aujourd'hui, HYDROPARTS Assistance est le premier réseau mobile d'experts du hayon élévateur sur site (dépannage 7/7 - 24/24, maintenance, contrôle avec plus de 300 références de pièces détachées dans les ateliers mobiles), et couvre plus de 70% du territoire français.

**E**n France, le parc roulant équipé de hayon élévateur est estimé à plus de 280 000 véhicules professionnels (Estimation 2020 HYDROPARTS Assistance en référence au nombre de véhicules immatriculés et équipés de hayon élévateur en France) et HYDROPARTS Assistance reste le seul réseau structuré sur ce métier.

En croissance régulière depuis 2010, le réseau compte aujourd'hui 26 franchisés et plus de 80 techni-

ciens qui sillonnent la France et le Luxembourg, pour accompagner les constructeurs, les grands groupes nationaux gestionnaires de flottes, mais également les entreprises locales de transport et les artisans.

Le réseau se développe département par département afin de maintenir un service de proximité doté d'une qualité identique quel que soit le lieu d'intervention.

Si 2020 a été pour beaucoup de

secteurs, une année compliquée du fait de la pandémie, pour le réseau HYDROPARTS Assistance, reconnu d'utilité publique au moment du 1er confinement, l'activité a tourné à plein régime.

« Il s'agissait de soutenir nos clients notamment les transporteurs des secteurs en tension (alimentaire et pharmaceutique), en continuant coûte que coûte à leur délivrer nos interventions de maintenance et dépannage 7j/7 et 24h/24 » explique



Géraldine Leraux, Directrice du réseau arrivée le 1er octobre 2020 (cf encadré page 6). « Les franchisés étaient présents sur le terrain et nous sommes très fiers d'avoir pu les accompagner au mieux durant cette période pour leur permettre de pratiquer leur activité dans les meilleures conditions en leur apportant les outils et réponses nécessaires ».

### «La force du collectif»

Le secteur se porte bien, les résultats sont au rendez-vous et le dynamisme bien visible en terme de développement.

En 2020, 100 % des contrats de franchise ont été renouvelés, et depuis janvier 2021 ce sont 7 dossiers de prospects en cours de validation.

L'objectif d'ici à 2025 est de couvrir 100% du territoire national et celui-ci a de fortes chances d'être atteint plus tôt au vu de l'énergie déployée par le réseau.

« Les ambitions sont à la mesure de la taille de notre réseau de 26 franchisés, qui n'a pas vocation à devenir une grosse machine. Nous tenons particulièrement aux relations humaines établies avec nos franchisés

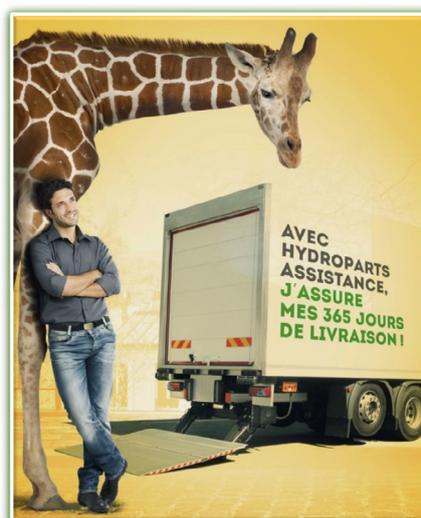
et prospects, celles-ci représentent vraiment la force de notre réseau » selon Géraldine Leraux.

### Quels sont les profils recherchés ?

Avant tout, HYDROPARTS Assistance attend de ses futurs franchisés un véritable esprit entrepreneurial et bien sur un sens du commerce avéré.

Les relations qui se créent à ce moment-là avec Géraldine Leraux sont basées sur la confiance, le respect mutuel et la transparence.

C'est souvent un travail de construc-



tion assez long mais une fois mis en place les relations n'en sont que plus solides et chacun s'y retrouve.

Chaque nouveau franchisé bénéficie d'un programme d'intégration personnalisé qui s'adapte parfaitement aux besoins recensés, sur une période de 6 semaines.

Si les connaissances techniques liées à la spécificité du marché ne sont pas un pré requis, l'investissement humain que la franchise demande, suppose une vraie affinité avec le métier.

Le concept du réseau HYDROPARTS Assistance est avant tout une histoire d'hommes, de femmes et d'opportunités professionnelles mais également de relations humaines.

Sa devise : *Ensemble, on est plus fort !* C'est ainsi que le réseau s'est créé et qu'il continue de se développer département par département. Avec plus de 70% du territoire déjà couvert, il reste cependant encore quelques zones disponibles dans un triangle allant de la Creuse (23) au Lot (47), en passant par le Gers (32), la Haute Vienne (46), la Lozère (48) ou encore le département du Finistère (29).

### Nouveautés 2020-2021

Si 2020 et ce premier trimestre 2021 ont été des périodes inédites pour tous, HYDROPARTS Assistance en a profité pour étoffer ses équipes avec l'arrivée de Géraldine Leraux en qualité de Directrice Réseau.

Ce sont maintenant 9 personnes qui constituent la tête de réseau dont 5 référents techniques sur toute la France.

A l'occasion de son 10ème anniversaire, HYDROPARTS Assistance s'est également doté d'un nouveau site internet « plus ergonomique avec un intranet sur lequel les membres du réseau retrouvent toutes les in-



## Quelques chiffres clés

- ➔ Plus de 50 000 interventions / an
- ➔ 4832 Tonnes de CO<sup>2</sup> économisées en 10 ans
- ➔ 26 franchisés et 81 techniciens
- ➔ Plus de 70% du territoire couvert
- ➔ Une moyenne de 6,5 départements couverts / an

formations utiles déjà partagées sur une base commune » explique Cyril Taramelli – Responsable Marketing et Communication depuis sa création en 2010.

Cet outil permet de rappeler l'expertise et le savoir-faire du réseau, de valoriser ses membres (chacun possède maintenant sa page dédiée) ainsi que de gagner en visibilité sur la toile notamment en matière de référencement.

Propos recueillis par Stéphanie Boutillon  
Responsable communication FFF

## Géraldine LERAUX – une femme engagée au service de son réseau

« Depuis sa création, il y a dix ans, le réseau grandit et évolue grâce à ses franchisés et à la complémentarité de leur parcours »

**A** la direction du réseau depuis le 1er octobre 2020, Géraldine Leraux possède une carrière de plus de vingt ans dans l'univers du transport, qui lui confère une expertise indéniable sur ce secteur complexe.

ment commercial et relations humaines me permettent aujourd'hui de bien identifier les attentes de nos franchisés, entrepreneurs indépendants qui constituent le réseau HYDROPARTS Assistance » explique-t-elle.

Elle débute sa carrière chez Carrier Transicold France, spécialiste de la réfrigération de transport et devient dès 2005 la 1ère femme du secteur à occuper un poste de Responsable régional des Ventes.

En 2012, elle prend la tête d'une des agences du réseau Fraikin, leader européen de la location de véhicules industriels, utilitaires et commerciaux « Ces deux expériences professionnelles qui allient gestion d'entreprise, développe-



C'est en 2016 que Géraldine Leraux intègre HYDROPARTS France, l'entité de gestion et de vente de pièces détachées toutes marques à destination du réseau de franchisés HYDROPARTS Assistance.

Elle en prend la direction en octobre 2020. « Depuis sa création, il y a dix ans, le réseau grandit et évolue grâce à ses franchisés et à la complémentarité de leur parcours », rappelle-t-elle. « Pour 2021, le réseau maintient le cap avec un objectif, le maillage de 100 % du territoire d'ici à 2025 ».

## L'ACTUALITE DES ADHERENTS

### ELANCIA

**S**elon un rapport du 12.02.21 de la Haute Autorité de Santé (HAS), des symptômes prolongés de la Covid-19 peuvent survenir même chez des personnes ayant développé des formes peu sévères.

Ces symptômes sont polymorphes et peuvent évoluer de façon fluctuante sur plusieurs semaines ou mois (fatigue, différents troubles neurologiques, cardio-thoraciques, cardio-vasculaires, cardio respiratoires, rénaux et du système nerveux). Séquelles physiques auxquelles s'ajoutent parfois des conséquences psychologiques importantes (Stress post traumatique, insomnie, anxiété, TOC...)

Cette persistance de symptômes à distance de l'épisode aigu, appelée « Covid long », justifie d'une prise en charge adaptée.

C'est pourquoi la HAS préconise notamment un accompagnement personnalisé des patients en insistant sur l'importance de la rééducation, en particulier une réadaptation respiratoire et/ou un réentraînement progressif à l'effort.

Au vu de ce rapport, **Elancia a souhaité mettre en place un programme POST-COVID destiné à accompagner les personnes affectées par la COVID-19.**

Ce programme, **élaboré conjointement avec des praticiens de santé en milieu hospitalier et les coaches diplômés d'État**

**d'Elancia, s'adapte à toute personne concernée : asymptomatique, symptomatique ou hospitalisée.**

Il aide à retrouver graduellement ses capacités respiratoires et musculaires tout en renforçant le système immunitaire.

Le réentraînement à l'effort doit être mené de façon progressive, adaptée aux possibilités de chacun et se construit en 5 étapes sur une durée de 3 mois.



A l'issue de 12 semaines, une analyse complète de l'évolution à la réadaptation à l'effort sera effectuée entre des praticiens santé et les coaches Elancia.

En plus de renforcer les défenses du système immunitaire, l'activité physique et sportive adaptée est essentielle pour la santé et le bien-être de chacun.

Ce programme et son protocole sont mis en application au sein des 15 Salles

Elancia déjà ouvertes aux publics prioritaires.

Depuis plus de 20 ans, Elancia milite pour le bien-être par l'activité physique. L'enseigne avait donc à cœur de soutenir les personnes touchées par la COVID-19 en les accompagnant dans leur combat.

Une belle initiative que nous saluons !

### B&B HOTELS

**L**a chaîne hôtelière B&B HOTELS souhaite marquer l'année de ses 30 ans avec l'ouverture d'un nouvel hôtel à Brest, berceau historique de la marque, à la fin de l'année 2021 sur le port de commerce à proximité immédiate de la Carène.

Cet établissement de 4 étages disposera d'un bar ainsi que d'une salle de petit-déjeuner face à la mer pour accueillir ses clients. Le bâtiment offrira aussi un plateau de bureaux de 550 m<sup>2</sup> au dernier étage.



B&B HOTELS dispose déjà de 2 hôtels à Brest, un à Kergadec et un 2ème à proximité d'Océanopolis. L'ouverture du B&B HOTEL Brest Centre Port de Commerce augmente sa capacité d'accueil à 156 chambres dans la ville.

« Pour son 3ème établissement à Brest, quoi de plus naturel pour B&B HOTELS que de s'implanter dans ce quartier dynamique en pleine mutation, à quelques minutes à pied de la gare, de la Carène et des restaurants du port, célébrant ainsi notre 30ème anniversaire par cet émouvant retour aux sources.

Cet établissement reflète un réel travail de partenariat entre Jacques Le Failler de la société Kerim Promotion et Alexis Dagorn de la société brestoise Mur-Murs pour l'élaboration de cet original produit mixte hôtel - bureaux » déclare Éric Bourgeois - Directeur du développement - construction et innovation produit chez B&B HOTELS.

Ce nouvel établissement sera conçu sur le modèle du concept urbain de la chaîne hôtelière. Ce concept architectural sobre et actuel décline des codes graphiques épurés,

ce qui rend la chambre audacieuse, surprenante et insolite. Le mobilier est contemporain pour répondre aux exigences d'une clientèle au style de vie urbain.

Les mix des matières telles que le bois, le métal noir et l'utilisation de tissus de qualité garantissent un vrai confort aux clients de la marque. Les astuces d'agencement offrent, quant à elles, un confort maximal.

Ce design reflète l'une des signatures de la marque « Only for everyone » qui s'engage à accueillir ses voyageurs dans un espace convivial et chaleureux avec tout le confort nécessaire.

Pour la deuxième année consécutive, l'équipe de cyclisme bretonne B&B HÔTELS a été sélectionnée pour participer à l'édition 2021 du Tour de France ! Cette année, le départ est prévu dans la ville de Brest, une grande fierté pour la marque qui sera aux premières loges pour soutenir son équipe.

## O2

Une reconversion étonnante pour la nouvelle franchisee O2. Ancienne militaire spécialisée dans le sauvetage en mer et la surveillance des eaux internationales, Hélène Montaudoin s'est lancée un nouveau défi et a ouvert le 6 avril dernier, son agence O2 à Abbeville (80).

Rendre service et aider la population étaient les motivations principales d'Hélène, engagée pendant 17 ans dans la Marine Nationale. Elle a exercé le métier de radariste navigateur aérien au-dessus des eaux du monde entier. Hélène avait pour missions depuis les avions, le sauvetage en mer, la surveillance des pêches ou encore les

luttés anti-surfaces ou anti-sous-marines.

À la naissance de son 3ème enfant, elle met un terme à sa carrière militaire et travaille quelques années dans un service d'exploitation d'une société de transport de voyageurs.

En janvier 2020, elle décide de se lancer avec O2 dans l'aventure entrepreneuriale. Le choix des services à la personne est évident : venir en aide aux autres, le sentiment d'utilité, la dimension sociale et humaine du secteur. En plus d'aider de nombreuses personnes dans leur quotidien, Hélène souhaite "donner un coup de main" aux personnes qui ne travaillent pas, en leur offrant des emplois. En ouvrant sa franchise, Hélène souhaite améliorer le quotidien des parents et celui des seniors.

Après avoir traversé le monde entier et vécu 2 ans à Tahiti, Hélène et son époux voulaient trouver l'endroit idéal pour eux et leurs 3 enfants.

Tous deux anciens marins, ils souhaitent vivre proche de la mer : Abbeville était le secteur idéal. Revenir à la "vie civile" et pouvoir rester à terre avec leurs enfants était très important pour le couple.

Originaire du Nord, Hélène voulait également se rapprocher de sa famille.

Une reconversion étonnante et réussie !



## LDLC

**A** l'issue de son exercice 2020-2021, le Groupe LDLC publie un chiffre d'affaires en hausse de près 47%. Cette performance record témoigne de la pertinence de son modèle omnicanal développé par le Groupe.

dans sa capacité à délivrer des résultats 2020-2021 en forte hausse avec un excédent brut d'exploitation attendu à environ 69 M€ soit plus de 4 fois l'EBE réalisé en 2019-2020 (15,7 M€). »

hausse de +25,8%, pour atteindre 86,3 M€.

Avec la forte reprise des activités BtoB depuis le 2ème trimestre 2020-2021 (3ème trimestre calendaire), le chiffre d'affaires 2020-2021 s'établit à 185,9 M€, en progression de +14,6% par rapport à l'exercice précédent.

Les autres activités totalisent un chiffre d'affaires annuel de 12,0 M€, contre 7,5 M€ en 2019-2020.

Cette progression de 59,6% est largement due au franc succès rencontré par L'Armoire de Bébé.

L'enseigne dédiée à l'univers de la puériculture réalise un chiffre d'affaires annuel de 7,8 M€,

en hausse de +150%, porté par l'accroissement notable de sa notoriété en ligne et l'ouverture d'une seconde boutique située en région parisienne en juillet dernier.



Olivier de la Clergerie, Directeur général du Groupe LDLC commente :

« L'exercice 2020-2021 a été marqué par une dynamique de très forte croissance avec un chiffre d'affaires annuel en hausse de près 47%. Toutes les activités du Groupe ont bénéficié des nouvelles habitudes de consommation, observées depuis le début de la crise sanitaire et particulièrement propices au e-commerce et aux services de proximité.

Dans un contexte de demande forte et pérenne des particuliers comme des entreprises pour les produits high-tech, cette performance record témoigne de la pertinence du modèle omnicanal développé par le Groupe.

Avec des tendances de marché toujours solides, le Groupe LDLC est confiant

**Un Chiffre d'affaires annuel record de 724,1 M€ (+46,8% en publié, +25,4% à périmètre constant).**

Cette évolution traduit la forte croissance des activités BtoC online depuis le début de l'exercice, la contribution de Top Achat acquis en avril 2020, les bonnes performances enregistrées par les boutiques LDLC et les activités BtoB depuis la fin de la première période de confinement.

Sur l'exercice, les activités BtoC progressent de +62,6% (+30,0% à périmètre constant) avec un chiffre d'affaires de 526,2 M€, contre 323,6 M€ l'an dernier. Les revenus du réseau de boutiques LDLC (57 magasins LDLC en France au 31 mars 2021) sont en

**ENSEIGNES ADHERENTES FFF :**  
**VOTRE ACTUALITE**  
**NOUS INTERESSE !**

Adressez-nous vos communiqués pour paraître dans rezo  
contact : Stéphanie Boutillon - s.boutillon@franchise-fff.com

# DEUX EVENEMENTS MAJEURS DE LA FFF SE SONT TENUS AU MOIS D'AVRIL

## LES ENTRETIENS DE LA FRANCHISE

Les entretiens de la franchise qui habituellement se tenaient sur le mois de novembre se sont déroulés cette année, le 7 avril en visioconférence sur la thématique «**Les évolutions récentes de la franchise et les implications managériales**», en partenariat avec Banque Populaire.

Animé par le journaliste Bruno Leprat, cette 22ème édition présentait les travaux de la recherche mandatée par le comité scientifique de la FFF sous la direction de Claude Nègre.

Après l'ouverture de la séance par Guy Gras, Président de la FFF, et notre partenaire Banque Populaire représenté par Jean-Christophe Sawry – Directeur du Marché des Professionnels, Olivier Badot, professeur à l'ESCP et à l'université de Caen a abordé le thème «**Quels impacts possibles de la crise du Covid-19 sur les réseaux de distribution, notamment franchisés ?**»

Les résultats de la recherche ont ensuite été présentés dans trois tables rondes :

### 1) **Qualité de la relation franchise et performance, état de la recherche et implications managériales**



*Odile Chanut, Professeur des Universités en Sciences de Gestion et du Management, Université Jean Monnet de Saint-Etienne, Université de Lyon*

*Jacques Boulay, Professeur de Marketing, Directeur des opérations et du développement, ESSCA School of Management*

*Olivier Alonso, Président de Nestenn, et Virginie Sablé, membre du comité scientifique.*

### 2) **Les savoir-faire explicatifs de la performance des réseaux, état de la recherche et implications managériales**



*Fanny Simon, Professeur des Universités en Sciences de Gestion à l'Université de Rouen*

*Anne Laure Le Nadant, Professeur des Universités en Sciences de Gestion à l'Université Rennes 2*

*Olivier Mermuys, Directeur général de Cavavin et Martine Deparis, membre du comité scientifique.*

### 3) **Les déterminants des modes de développement géographique et territorial en franchise, état de la recherche et approche prospective**



*Saloua Bennaghmouch, Maître de conférences en Sciences Economiques à l'Université de Haute Alsace*

*Gérald Cohen, Maître de conférences en Sciences de Gestion à l'Université de Haute Alsace,*

*Guy Gras, Directeur des Affaires juridiques et réglementaires du Groupe Yves Rocher et Régis Pihéry, Avocat, membre du comité scientifique.*

Retrouvez l'intégralité de cette 22ème édition sur Youtube : <https://youtu.be/RE5KXG-Gwgc>

## L'ASSEMBLEE GENERALE DE LA FFF



Le 14 avril, moment fort de la vie de notre fédération, l'assemblée générale ordinaire de la FFF s'est tenue en visioconférence avec en invité d'honneur pour clore l'événement, M. Geoffroy Roux de Bézieux (Président du Medef).

Cette assemblée générale ordinaire, soumettait au vote, l'approbation :

- du rapport d'activité 2020,
- du plan d'action 2021,
- des comptes FFF 2020 et quitus,
- l'adoption du budget 2021.

C'était l'occasion également de renouveler le mandat des administrateurs arrivés à échéance au sein du Collège franchisé.

Cette année, un membre du CA a été réélu et un nouvel administrateur a été accueilli :

### LE JARDIN DES FLEURS

**Benoît Ganem**

(Président Directeur Général)  
(réélection)



### DEL ARTE

**Philippe Jean**

(Directeur Général)  
(élection)



«Dans ce contexte spécifique, nous sommes ravis de l'engagement de nos enseignes à vouloir intégrer le Conseil d'Administration et ainsi participer au dynamisme de la Fédération. La FFF a montré depuis plusieurs mois sa capacité à porter les intérêts de ses adhérents auprès des pouvoirs publics mais aussi à accompagner au quotidien les enseignes» indique Guy Gras, Président de la FFF.

## LISTE COMPLÈTE DES ADMINISTRATEURS DE LA FFF

### COLLÈGE FRANCHISEURS (16 membres)

AGE D'OR SERVICES - Ghislaine HARDEL (DG)  
 AU BUREAU - Charles DOREMUS (DG)  
 BABYCHOU SERVICES - Claire LANNEAU (Dirigeante fondatrice)  
 CACHE CACHE - Benjamin AMICE (Directeur Général délégué)  
 CAVAVIN - Olivier MERMUYS (DG)  
 DEL ARTE - Philippe JEAN (DG)  
 ELEPHANT BLEU - Yves BROUCHET (DG)  
 FRANPRIX - Emmanuel de COURREGES (Directeur franchise)  
 JEFF DE BRUGES - Philippe JAMBON (Président)  
 LE JARDIN DES FLEURS - Benoît GANEM (PDG)  
 LES MENUS SERVICES - Corinne DUPLAT (DG)  
 MIDAS - Denis SEGUIER (Directeur de Zone Internationale Midas International)

MERCURE - Christine GARNIER (Vice-Présidente)  
 NESTENN - Olivier ALONSO (Président)  
 QUICK - Laurent PAREAU (Directeur Réseau)  
 YVES ROCHER - Guy GRAS (Directeur juridique et Président de la FFF)

### COLLÈGE FRANCHISÉS (5 membres)

BABYCHOU SERVICES - Sophie LORAIN-GANGNON  
 CAVAVIN - Alain LE MAY  
 JEFF DE BRUGES - Stéphanie LEMOINE  
 QUICK - Eric AZAN  
 LES MENUS SERVICES - Clarence CHAPUY

# LES CHIFFRES CLES DE LA FRANCHISE

## LE MODELE CONFIRME SA SOLIDITE ET SON DYNAMISME

En avril, la Fédération Française de la Franchise a dévoilé les derniers indicateurs de son secteur après une année fortement impactée par la crise sanitaire. En 2020, les chiffres sont à mettre en perspective avec le nombre de mois où les commerces dits non-essentiels ont dû fermer leurs portes et cela a eu une incidence certaine sur la performance des enseignes.

Au regard du contexte hors-norme, il convient de dire que la franchise résiste plus que jamais à la crise avec 3 enseignements à retenir :

- Le nombre de points de vente franchisés reste stable en 2020 avec 78 032 magasins comptabilisés.
- La franchise affiche un très léger recul de son chiffre d'affaires (-5,8%), dû notamment à la fermeture des restaurants et des commerces dits non-essentiels.
- En comparaison, la franchise résiste mieux que les succursales qui subissent, un recul de presque 10% de leur CA.



### Top 5 des secteurs en chiffres d'affaires

1. Alimentaire avec 25 milliards d'euros (+3,9% par rapport à 2019)
2. Équipement de la maison avec 8,05 milliards d'euros (+2,1%)
3. Commerces divers avec 6,07 milliards d'euros (-5,6%)
4. Restauration rapide avec 5,42 milliards d'euros (-16,4%)
5. Équipement de la personne avec 4,66 milliards d'euros (-22%)

Parmi le top 5 des secteurs les plus importants en franchise en termes de CA, deux secteurs semblent performer malgré le contexte économique : l'alimentaire et l'équipement de la maison. Ils sont en effet devenus des valeurs refuges pour les Français ces derniers mois : le temps passé à la maison s'est considérablement allongé, et le besoin de bien manger ou de mieux aménager son intérieur apparaît clairement dans les nouveaux

indicateurs de la franchise.

### Les secteurs avec les meilleures progression de CA

1. Services aux entreprises (+25,2% de CA par rapport à 2019)
2. Services aux personnes (+12,2% de CA)
3. Formation (+7,7% de CA)
4. Immobilier (+4,5% de CA)
5. Alimentaire (+3,9% de CA)

Ces 5 secteurs se démarquent tout particulièrement et affichent une augmentation importante de leur CA en 2020.

Des progressions qui s'expliquent notamment avec le contexte sanitaire et social inédit vécu par la population française : la croissance du télétravail, les contraintes du confinement, la nécessité de s'occuper de ses enfants ou de ses aînés, mais aussi des aides financières et du temps dégagé pour se former.

### Top 5 des secteurs en nombre d'enseignes

1. Équipement de la personne avec 361 enseignes (-5% par rapport à 2019)
2. Alimentaire\* avec 209 enseignes (+4%)
3. Restauration rapide avec 208 enseignes (-9,2%)
4. Commerces divers\* avec 199 enseignes (-5,2%)
5. Services aux personnes\* avec 197 enseignes (-10,5%)

Comme l'année dernière, ces 5 secteurs restent en tête du classement en nombre d'enseignes, avec une mention particulière pour l'alimentaire qui affiche une hausse de +8 enseignes par rapport à l'an passé. Malgré le contexte sanitaire et ses conséquences sur certains pans de l'économie, le secteur de l'équipement de la personne reste le premier secteur en franchise en nombre d'enseignes.

### Top 5 des secteurs en nombre de points de vente

1. Alimentaire avec 15 455 points de vente (-0,2% par rapport à 2019)
2. Services auto avec 9 415 points de vente (+3,3%)
3. Équipement de la personne avec 8948 points de vente (-8,3%)
4. Commerces divers avec 7729 points de vente (-0,2%)
5. Restauration rapide avec 6 658 points de vente (+4,4%)

## La franchise, un business model résilient depuis 1971

|                     | 1971 | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   |
|---------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Nb de franchiseurs  | 34   | 1 477  | 1 569  | 1 658  | 1 719  | 1 796  | 1 834  | 1 900  | 1 976  | 2 004  | 2 049  | 1 927  |
| Nb de franchisés*   | –    | 58 351 | 62 041 | 65 059 | 65 133 | 68 171 | 69 483 | 71 508 | 74 102 | 75 193 | 78 218 | 78 032 |
| CA en milliards d'€ | –    | 47,88  | 49,24  | 50,68  | 47,40  | 51,45  | 53,38  | 55,10  | 59,55  | 62,01  | 67,80  | 63,88  |

## Répartition par secteurs des réseaux de franchise en France en 2020

| Secteurs                      | Réseaux      | Franchisés*   | CA franchisés en milliards d'€ | Réseaux en % | Franchisés en % | CA franchisés en % |
|-------------------------------|--------------|---------------|--------------------------------|--------------|-----------------|--------------------|
| Équipement de la maison       | 111          | 3 741         | 8,05                           | 5,76 %       | 4,79 %          | 12,58 %            |
| Équipement de la personne     | 361          | 8 948         | 4,66                           | 18,73 %      | 11,47 %         | 7,30 %             |
| Alimentaire                   | 209          | 15 455        | 25,00                          | 10,85 %      | 19,81 %         | 39,12 %            |
| Commerce divers               | 199          | 7 729         | 6,07                           | 10,33 %      | 9,90 %          | 9,51 %             |
| Services auto                 | 80           | 9 415         | 3,10                           | 4,15 %       | 12,07 %         | 4,85 %             |
| Bâtiment                      | 54           | 1 547         | 1,27                           | 2,80 %       | 1,98 %          | 1,99 %             |
| Nettoyage                     | 23           | 397           | 0,09                           | 1,19 %       | 0,51 %          | 0,14 %             |
| Coiffure et esthétique        | 143          | 6 293         | 1,63                           | 7,42 %       | 8,06 %          | 2,56 %             |
| Autres services aux personnes | 197          | 6 198         | 2,13                           | 10,22 %      | 7,94 %          | 3,33 %             |
| Services aux entreprises      | 123          | 3 001         | 1,52                           | 6,38 %       | 3,85 %          | 2,39 %             |
| Formation                     | 27           | 310           | 0,07                           | 1,40 %       | 0,40 %          | 0,11 %             |
| Hôtels                        | 31           | 2 373         | 1,71                           | 1,61 %       | 3,04 %          | 2,68 %             |
| Restauration rapide           | 208          | 6 658         | 5,42                           | 10,79 %      | 8,53 %          | 8,49 %             |
| Restauration à thème          | 95           | 1 462         | 1,13                           | 4,93 %       | 1,87 %          | 1,77 %             |
| Immobilier                    | 58           | 3 908         | 1,78                           | 3,01 %       | 5,01 %          | 2,79 %             |
| Voyages                       | 8            | 597           | 0,25                           | 0,42 %       | 0,77 %          | 0,38 %             |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>1 927</b> | <b>78 032</b> | <b>63,88</b>                   | <b>100 %</b> | <b>100 %</b>    | <b>100 %</b>       |

\* Ces chiffres se rapportent au nombre de magasins ou de points de vente en franchise, et non au nombre réel de franchisés. Source FFF, données 2020 et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems, 2021. Note : Les réseaux commerciaux utilisant la franchise en France en 2020, le nombre de franchisés et le CA que génèrent ces réseaux en France, avec le pourcentage par secteur pour les réseaux, le nombre de franchisés et le CA.

### \*LÉGENDE

**Services aux entreprises** : nettoyage, travail temporaire, coaching, courtage, stockage

**Commerce divers** : Fleurs, solderie, bazar, achat-vente, jouets, loisirs et sports, matériel bureau, papeterie, téléphonie, articles médicaux et paramédicaux.

**Services aux personnes** : Courtage en crédit et services financiers, produits high-tech, services de transport de personnes, stockage, services divers aux personnes, services et maintien à domicile, agences matrimoniales, services des animaux de compagnie, services funéraires.

**Alimentaire** : Boulangeries, pâtisseries, confiseries, chocolats, glaces, commerce spécialisé, vins et boissons, commerce biologique, alimentation générale.

**Équipement de la personne** : Prêt-à-porter enfants, maternité, prêt-à-porter femmes, prêt-à-porter hommes, prêt-à-porter mixte, sportswear, lingerie, chaussures, optique et audition.

Source : FFF données 2020 et étude d'impact Diagnostic & Systems 2021

# LA 17<sup>ème</sup> EDITION DE L'ENQUETE ANNUELLE DE LA FRANCHISE



## LA RESILIENCE PAR TEMPS DE CRISE

Référence dans le monde la franchise, la 17<sup>ème</sup> édition de l'enquête annuelle de la franchise Banque Populaire, en partenariat avec la Fédération Française de la Franchise et Kantar a été réalisée au mois de septembre 2020.

Lancée au mois d'avril, elle est diffusée en cinq chapitres thématiques et publiée mensuellement jusqu'au mois de juillet 2021.

- Chapitre 1 : Le modèle de la franchise : facteur de résilience par temps de crise
- Chapitre 2 : Pourquoi la franchise attire les entrepreneurs ?
- Chapitre 3 : Le digital, levier de croissance de la franchise
- Chapitre 4 : Les franchisés : des acteurs engagés dans l'économie locale
- Chapitre 5 : Pourquoi les franchisés investissent et continuent de se développer ?

Pour consulter les chapitres 1 et 2 de la 17<sup>ème</sup> édition de l'enquête annuelle de la franchise Banque Populaire / FFF, rendez-vous sur : [www.banquepopulaire.fr](http://www.banquepopulaire.fr)

### Le modèle de la franchise : facteur de résilience par temps de crise #1

- 67%** des franchisés estiment mieux résister à la crise Covid qu'un commerçant isolé
- 93%** des franchisés ont été accompagnés par leur franchiseur pendant la crise
- 91%** ont reçu la visite d'un animateur du réseau
- 87%** ont reçu des communications régulières
- 58%** ont bénéficié de la mise en place de nouveaux outils
- 70%** ont des outils digitaux pour échanger entre franchisés
- 86%** des franchisés ont mis en place des actions spécifiques pour s'adapter à la crise
- 69%** ont contacté leurs clients pour les informer et maintenir le lien
- 40%** ont mis en place des modes de distribution alternatifs
- 9 franchisés sur 10** recommandent le modèle de la franchise
- 1 franchisé sur 2** a constaté un impact positif sur son activité suite à la mise en place de ces mesures

### Pourquoi la franchise attire les entrepreneurs ? #2

- 28%** des Français aimeraient créer leur entreprise → **4 sur 10** envisagent de le faire en franchise
- 13 ans** d'ancienneté moyenne dans le réseau
- 36 jours** de durée moyenne de la formation initiale
- 72%** étaient salariés avant de se lancer en franchise
- 70%** Comptable/expert-comptable
- 58%** La banque
- Taille de la ville d'implantation (hors Ile-de-France)**
  - 9%** Moins de 2 000 hab.
  - 24%** Entre 2 000 et 20 000 hab.
  - 34%** Entre 20 000 et 100 000 hab.
  - 33%** Plus de 100 000 hab.
- Coût total de la création d'entreprise**
  - 37%** Moins de 100 000 €
  - 21%** Entre 100 et 200 000 €
  - 42%** Plus de 200 000 €
- Niveau de diplôme des franchisés**
  - 26%** Avant Bac
  - 23%** Bac professionnel ou Bac
  - 51%** Bac+2 ou au-delà
- 62%** estiment que le statut de franchisé a joué en leur faveur pour obtenir leur crédit

## DE NOUVEAUX OUTILS

### RAPPORT D'ACTIVITE ET PLAN D'ACTION 2021

**A** l'occasion de son assemblée générale, la Fédération Française de la Franchise a publié son rapport d'activité 2020, qui dresse son bilan de la gestion de la crise sanitaire et apporte des perspectives avec un plan d'action pour l'année 2021.

Cet outil qui recense les faits marquants, les chiffres clés, les priorités et rappelle les missions de la FFF, a été entièrement revu tant dans son look que dans son contenu par l'agence ESPRIT-RESEAU de Magali de Bienassis.

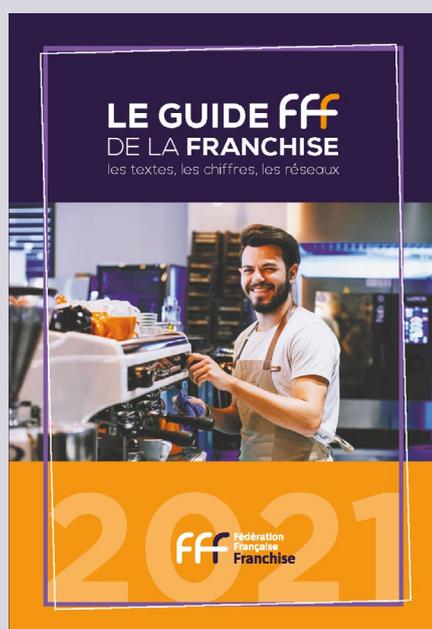
En effet en 2020, la FFF a travaillé sur un nouveau positionnement associé à une nouvelle charte graphique afin de moderniser son image. Avec ce support, il s'agissait

de créer un outil plus en accord avec cette nouvelle dynamique et en conformité avec la nouvelle identité visuelle.

Dans la lignée du travail de fond mené sur le positionnement de la FFF, cet outil devait mettre davantage en valeur l'ensemble des travaux menés par la FFF. De deux outils existants - Rapport Annuel et Plan d'action, nous souhaitons montrer dans un seul et même

support l'étendue des services proposés aux adhérents, ainsi que l'engagement des équipes de la FFF.

On peut dire que l'ensemble des objectifs ont été atteints voire dépassés, aujourd'hui ce rapport nous sert également pour recruter de nouveaux adhérents !



### LE GUIDE FFF DE LA FRANCHISE

**A** près 20 ans de bons et loyaux services, l'annuaire « Toute la franchise » fait peau neuve et devient « le Guide FFF de la franchise ». Désormais entièrement digital et téléchargeable gratuitement sur le site internet de la fédération, le Guide se veut être un outil pratique au service des futurs franchisés et franchiseurs.

Aux côtés d'experts, la FFF aborde dans cet ouvrage l'ensemble des questions liées à la franchise : le choix de l'enseigne, la rencontre entre le franchisé et le franchiseur, le contrat, les relations entre les parties, etc. Ce nouveau guide a pour ambition de répondre à toutes les interrogations et attentes des porteurs de projet et de les accompagner dans la réussite de leur entreprise.

Élaboré par les équipes de la FFF, ce Guide FFF de la franchise concentre l'essentiel de ce qu'il faut savoir pour créer en réseau en toute sécurité autour de deux parties :

1. La franchise en pratique : les définitions et textes utiles, les étapes importantes du projet pour le futur franchisé et le futur franchiseur, les chiffres de la franchise, la FFF et ses services
2. L'annuaire des membres : les réseaux et les experts (index, fiches)

A télécharger gratuitement sur notre site : [ici](#)

**WEBINAR  
JUN**

**10 juin**

De 11h à 12h30, La FFF lance un programme d'accompagnement de ses adhérents dans le développement de leur démarche RSE en collaboration avec l'agence Hyssop, spécialiste du sujet.

Un cercle RSE, rassemblant toute personne en charge de la politique RSE au sein des réseaux, sera par la suite mis en place pour échanger sur les démarches et les bonnes pratiques et qui se réunira plusieurs fois dans l'année.

Ne ratez pas le lancement !

**FORMATIONS  
JUN**

**3 juin** : Comprendre les comptes annuels de ses franchisés

**14 et 21 juin (matins)** : Le franchiseur face à la cession de l'entreprise de son franchisé - en visio

**17 juin** : le droit de la franchise

**21 et 22 juin** : Organiser et piloter le management de son réseau

**23 et 24 juin** : Animer et gérer les franchisés dans des situations difficiles

**FFF** Fédération Française Franchise

**ACADÉMIE**

Toutes nos formations peuvent être adaptées en «intra» (durée, contenu, cas pratiques...) en fonction de vos besoins. La création de formation sur mesure est également possible.

Retrouvez toutes les informations pratiques et nos autres programmes de formation sur [www.formation-franchise.com](http://www.formation-franchise.com)



**26-29  
SEPTEMBRE  
2021  
PARIS**

**Idées, conseils  
et rencontres  
pour créer  
son entreprise**

**COMMANDEZ  
VOTRE  
BADGE**

rezo est une publication de la Fédération Française de la Franchise

29, boulevard de Courcelles - 75008 Paris - Tél. : 01 53 75 22 25 - [info@franchise-fff.com](mailto:info@franchise-fff.com) - [www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)  
Recrutement de franchisés : [www.observatoiredefracanchise.fr](http://www.observatoiredefracanchise.fr)

Directeur de la publication : Guy Gras, Président de la FFF - Rédaction et coordination : Stéphanie Boutillon, FFF  
1766-9367 - Dépôt légal : 1er trimestre 2021

Pour vous désabonner de notre magazine rezo, écrivez-nous à l'adresse suivante :

Fédération Française de la Franchise - 29, boulevard de Courcelles - 75008 Paris ou par courriel : [info@franchise-fff.com](mailto:info@franchise-fff.com)

Pour plus d'informations sur notre politique RGPD : rendez-vous à l'adresse suivante : <https://www.franchise-fff.com/mentions-legales>