

LE GUIDE fff

DE LA FRANCHISE

les textes, les chiffres, les réseaux



fff Fédération
Française
Franchise

2023



DES
IDEES POUR
DÉVELOPPER
VOTRE
BUSINESS

 franchise
expo PARIS

fff Fédération
Française
Franchise

DU 19 AU 22 MARS 2023
PARIS - PORTE DE VERSAILLES

© 2023 fff.franchiseexpo.com

Votre badge gratuit sur www.franchiseparis.com avec le code PAR3SW

LE GUIDE **fff** DE LA **FRANCHISE** les textes, les chiffres, les réseaux

Éditeur : Fédération Française de la Franchise

Édité en mars 2023

Dépôt légal mars 2023

ISSN 1956-9289 – ISBN 979-10-94126-10-3

Coordination :

Rose-Marie Moins et Hassina Kadem (FFF – 01 53 75 22 25)

Conception et réalisation :

Pascale Millan et Entre lignes 05 59 04 06 54

Couverture et traitement des illustrations :

Pascale Millan 06 16 48 39 27

Photo de couverture :

© shutterstock.com / Monkey Business Images

Impression :

Avenue de la Com 01 60 10 20 30

© Fédération Française de la Franchise

Association régie par la loi de 1901

Délégation générale :

29, boulevard de Courcelles

75008 PARIS

Tél. 01 53 75 22 25

Site web : www.franchise-fff.com

Mail : info@franchise-fff.com

Tous droits de traduction, de reproduction et d'adaptation réservés pour tous pays (même pour une adaptation partielle) sous quelque forme que ce soit, y compris le stockage des données et leur transmission par voie de l'informatique sans autorisation écrite de l'éditeur.

CE GUIDE A ÉTÉ RÉALISÉ AVEC LE CONCOURS DE :



La Macif,
c'est vous.



SOMMAIRE

ÉDITORIAL ■ le mot de la déléguée générale	9
---	----------

LA FRANCHISE EN PRATIQUE ■ définitions	10
---	-----------

Qu'est-ce que la franchise ?	10
---	-----------

Les avantages et les exigences de la franchise	12
---	-----------

Le parcours du futur franchisé	14
---	-----------

L'art et la manière de s'engager en connaissance de cause, Sylvain Bartolomeu, Franchise Management	16
---	-----------

Comment construire son business plan, Stéphanie Di Fusco, In Extenso	19
--	-----------

Les investissements à prévoir pour devenir franchisé, Banque Populaire	21
--	-----------

Convaincre son banquier sur son projet de financement, Société Générale	23
---	-----------

Ne pas confondre vitesse et précipitation, Olga Zakharova-Renaud, BMGB et associés	25
--	-----------

Le parcours du futur franchiseur	28
---	-----------

Comment devenir franchiseur, Laurent Delafontaine, Axe Réseaux	31
--	-----------

Cinq « meilleures pratiques » pour développer votre réseau franchisé, Julien Siouffi, Franchise Board	33
---	-----------

L'assistance, ciment de la relation franchiseur-franchisé, François-Xavier Awatar, CMS Francis Lefebvre	34
---	-----------

Comment améliorer le management de votre réseau, Sylvain Bartolomeu, Franchise Management	36
---	-----------

Créer une culture de la performance en trois étapes, Laurent Dubernais, Synergie	38
--	-----------

De l'intérêt de maîtriser le coût des sites commerciaux, Stéphane Ingold, Gouache Avocats	40
---	-----------

LA FRANCHISE EN PRATIQUE ■ les textes utiles	44
---	-----------

La franchise et la loi	44
-------------------------------------	-----------

Le code de déontologie européen de la franchise	50
--	-----------

Le document d'information précontractuel (DIP), modèle proposé par la FFF	58
--	-----------

Quelques clauses phares du contrat de franchise, Hubert Bensoussan, Hubert Bensoussan & Associés	64
---	-----------

LA FRANCHISE EN PRATIQUE ■ la franchise en chiffres 68

La franchise en chiffres	68
18 ^e enquête annuelle de la franchise	72
L'impact économique de la franchise en France	74

LA FRANCHISE EN PRATIQUE ■ la FFF et ses services 77

La Fédération Française de la Franchise	77
L'Académie de la Franchise®	85
Les organes de médiation de la FFF	88
La franchise et la RSE	89
La franchise à l'étranger	90
La Fédération Européenne de la Franchise	92
Le World Franchise Council	96
Rejoindre la FFF – devenir adhérent	100
La FFF, un engagement et des services	102
Témoignages de franchiseurs	106

ANNUAIRE DES ADHÉRENTS ■ enseignes et experts 108

Les enseignes	108
Les enseignes par activités	108
Les enseignes par apport personnel	111
Les enseignes (fiches descriptives).....	114
Les experts	302
Présentation du Collège des experts de la FFF par le coordinateur	302
Index des experts par spécialité.....	303
Les experts (fiches descriptives).....	304

— La franchise, véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs



**Un modèle d'entrepreneuriat
fondé sur le transfert du
savoir-faire, et partage de la
valeur entre franchiseurs et
franchisés**



**Un modèle vertueux pour
l'économie, créateur de
richesse et d'emplois**



**Un modèle efficace, moins
risqué, avec un retour sur
investissement plus rapide**

www.franchise-fff.com

La Fédération Française de la Franchise représente un modèle vertueux et efficace.

Acteur majeur du dynamisme de l'économie française, la Fédération française de la franchise est la fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés depuis 1971. Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise. Elle a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris qui est devenu le rendez-vous annuel international de la franchise.. Elle forme aux métiers de la franchise, depuis 2009, avec son Académie de la franchise, le premier organisme de formation aux différents métiers de la franchise destinés aux futurs franchisés, aux futurs ou actuels franchiseurs.



Véronique DISCOURS-BUHOT
Déléguée générale
de la Fédération Française
de la Franchise

LE MOT... DE LA DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE

LA FRANCHISE, UN MODÈLE RÉSOLUMENT MODERNE ET DYNAMIQUE

Après les deux années Covid, les crises se sont succédé : problèmes d'énergie, hausse des matières premières, guerre en Ukraine, inflation, ... 2022 aura été semée d'embûches.

Toutefois, grâce à son concept associant liberté d'entreprendre et accompagnement d'un réseau, la franchise a montré à nouveau toute sa force et son adaptabilité. Par sa souplesse, le système de franchise est sans nul doute l'une des meilleures réponses aux temps que nous vivons. Dans un monde de plus en plus complexe et incertain, elle apparaît indéniablement comme un modèle d'avenir qui s'inscrit dans une vraie dynamique de création de valeur (entreprises, emplois, ...) et de revitalisation des territoires.

Les chiffres de la franchise 2022 attestent de sa croissance et témoignent de sa force.

Présents dans les principaux secteurs de l'économie, les près de **2 000 réseaux de franchise en France représentent plus de 825 000 salariés et 76,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires***, en croissance de 12 % par rapport à 2021 et ce malgré la crise énergétique et le contexte géopolitique.

La franchise : un modèle d'entrepreneuriat adapté à tous types de profils !

Outil privilégié de reconversion professionnelle, la franchise permet de se former à un nouveau métier et de choisir sa région. Elle offre la possibilité de devenir entrepreneur à toutes les périodes de sa vie – que l'on soit jeune actif, en reconversion ou senior.

Créer son entreprise en franchise c'est devenir un entrepreneur indépendant, tout en maîtrisant les risques et en optimisant ses chances de réussite grâce à l'accompagnement et la puissance du réseau !

Par ses nombreux atouts, la franchise confirme sa résilience et la modernité de son modèle.

La Fédération Française de la Franchise en est l'ambassadrice. Elle en fait la promotion, la défend et représente les intérêts de ses acteurs auprès de futurs franchiseurs et franchisés, des pouvoirs publics et des différents décideurs économiques, tant en France qu'à l'étranger !

*Chiffres FFF de la franchise 2022

“ Par ses nombreux atouts, la franchise confirme sa résilience et la modernité de son modèle. ”

QU'EST-CE QUE... LA FRANCHISE ?

LES ÉLÉMENTS DU CONCEPT

LA FRANCHISE se définit comme une méthode de collaboration entre des entreprises juridiquement et financièrement indépendantes : le franchiseur et le franchisé. Son objet est d'exploiter un concept de franchise mis au point par le franchiseur et réitéré par le franchisé.

1. LES SIGNES DE RALLIEMENT DE LA CLIENTÈLE

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance de signes de ralliement de la clientèle mis à sa disposition. Il doit notamment lui garantir la validité de ses droits sur la ou les marques et/ou enseignes dont l'usage est conféré à quelque titre que ce soit, au franchisé.

Le franchiseur entretient et développe l'image de marque. Il veille au respect par le franchisé des prescriptions d'utilisation de la marque ou enseigne et des autres signes de ralliement mis contractuellement à sa disposition.

À l'issue du contrat, le franchiseur s'assurera de la non-utilisation des signes de ralliement de la clientèle par l'ancien franchisé. En cas d'exclusivité d'utilisation de la marque sur un territoire donné, le franchiseur en précise les modalités : objet, portée.

2. LE SAVOIR-FAIRE

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance d'un savoir-faire qu'il développe et fait évoluer.

Le franchiseur par une information et une formation adaptées le transmet au franchisé ou le met à sa disposition, et en contrôle l'application et le respect. Le franchiseur encourage et organise la remontée d'informations provenant des franchisés afin d'améliorer le savoir-faire.

Dans la période précontractuelle, contractuelle et postcontractuelle, le franchiseur empêche toute utilisation et toute transmission du savoir-faire, en particulier à des réseaux concurrents, pouvant porter préjudice au réseau de franchise.

3. L'ASSISTANCE TECHNIQUE ET COMMERCIALE

Le franchiseur assure au franchisé un accompagnement technique et commercial au montage du projet, à l'ouverture du point de vente et durant la durée du contrat.

Cet accompagnement assure au franchisé un transfert quasi permanent du savoir-faire et de ses évolutions. Il permet également au franchiseur de vérifier l'application du concept.

4. LA COLLECTION DE PRODUITS, SERVICES ET/OU TECHNOLOGIES

Le franchiseur met à la disposition du franchisé une gamme de produits, services et/ou technologies qu'il a conçue, mise au point, agréée ou acquise.

L'exclusivité réservée au franchisé, si elle existe, est clairement précisée en termes d'objet et de portée. Le franchiseur s'assure par tout moyen que la collection de produits et/ou de services offerts au consommateur est bien conforme à l'image de marque et ce au moyen d'une clause d'achats exclusifs pour les systèmes qui le justifieraient, en particulier lorsque les produits portent la marque du franchiseur.

LES QUATRE ACTEURS DE LA FRANCHISE

LE FRANCHISEUR
est un entrepreneur indépendant, personne physique ou morale

1. LE FRANCHISEUR

- Titulaire des droits sur les signes de ralliement de la clientèle au nombre desquels se trouve nécessairement une enseigne et/ou marque protégée, les droits devant être d'une durée au moins égale à la durée du contrat,
- offrant un ensemble de produits, services et/ou technologies,
- ayant mis au point et exploité avec succès un concept original dans une ou plusieurs unités pilotes,
- apportant à ses franchisés une formation initiale et permanente pour leur permettre d'appliquer son concept,
- consacrant à la promotion de sa marque, à la recherche et à l'innovation, les moyens humains et financiers permettant d'assurer le développement et la pérennité de son concept,
- lié à ses franchisés par un contrat auquel sera annexé le Code de déontologie européen de la franchise.

LE FRANCHISÉ
est un entrepreneur indépendant, personne physique ou morale, sélectionné par le franchiseur

2. LE FRANCHISÉ

- Animé d'un esprit d'entreprise, responsable des moyens humains et financiers qu'il engage et responsable à l'égard des tiers des actes accomplis dans le cadre de l'exploitation de la franchise,
- ayant la volonté de collaborer loyalement à la réussite du réseau de franchise en adhérant au principe d'homogénéité de ce réseau tel que défini par le franchiseur,
- engageant des moyens financiers afin de rétribuer le franchiseur pour ses apports,
- adhérant à l'esprit de la franchise.

LE RÉSEAU DE FRANCHISE est constitué du franchiseur et de ses franchisés, tous porteurs de la même enseigne, symbole de l'identité et de la réputation du réseau

3. LE RÉSEAU

- La force d'une enseigne et/ou marque est un élément qui influence de façon considérable l'acte d'achat du consommateur.
- Cette enseigne ou marque constitue la garantie de la qualité du service rendu au consommateur. Cette garantie est assurée par la transmission et par le contrôle du respect du savoir-faire et par la mise à disposition d'une gamme homogène de produits, services et/ou technologies.
- Le franchiseur se doit de contrôler le respect de tous les éléments constitutifs de l'image de marque par les franchisés, ceci afin de protéger le consommateur et les franchisés eux-mêmes.

LE CONSOMMATEUR
(ou plutôt, LE CLIENT)
est une personne qui achète pour son usage des produits et des services. C'est l'acteur le plus important de la franchise, mais aussi le plus difficile à cerner.

4. LE CONSOMMATEUR

- Ses habitudes de consommation sont différentes selon sa situation géographique. Il n'existe pas un consommateur type. L'entreprise a donc besoin de s'adapter pour répondre à ses attentes. Le consommateur évolue rapidement et l'entreprise est obligée de suivre ses mutations.
- Il achète moins, et surtout, il achète mieux et cherche « autre chose » dans la consommation. Mieux informé, plus exigeant dans ses achats, il privilégie les produits basiques pour mieux profiter de ses coups de coeur. Il est plus sélectif, plus réfléchi et détermine ses achats de façon plus raisonnée. Le consommateur d'aujourd'hui achète juste, au juste prix, la juste quantité, avec un souci croissant de l'environnement : il est devenu client.

LES AVANTAGES ET LES EXIGENCES DE LA FRANCHISE

POUR LE FRANCHISEUR

LES AVANTAGES

La franchise apporte à l'entreprise du franchiseur une combinaison de moyens commerciaux et financiers :

- moyens de financement privilégié d'un réseau commercial ;
- limitation de la capacité de réaction de la concurrence grâce :
 - à la conquête rapide d'un marché et au dynamisme des entrepreneurs franchisés,
 - aux effets financiers de la coalition économique du réseau (puissance d'achat),
 - à l'occupation du territoire sur des emplacements de premier ordre ;
- valorisation de la marque et fidélisation de la clientèle grâce à la conjonction des actions publicitaires nationales et régionales et à la présence de la marque sur le terrain ;
- contrôle de la distribution ;
- planification de la production pour les franchises de production-distribution.

LES EXIGENCES

• *Exigences financières*

L'importance des moyens à mettre en œuvre n'est pas proportionnelle aux besoins et aux moyens immédiats de la seule entreprise du franchiseur. Dès le départ, le franchiseur doit intégrer les exigences du réseau avant son lancement, en phase de lancement et en phase de maturité, et notamment les coûts :

- de mise au point du concept,
- d'expérimentation du concept,
- de développement,
- d'assistance,
- de recherche et d'innovation.

• *Exigences stratégiques*

- le franchiseur se doit de développer une stratégie de différenciation par rapport à la concurrence.
- le franchiseur renonce à exploiter directement tout ou partie d'un territoire.
- le franchiseur est condamné à réussir ou à risquer la désintégration de son réseau en dépréciant un actif essentiel : sa marque.

POUR LE FRANCHISÉ

LES AVANTAGES

- Le franchisé est propriétaire de son entreprise, il est juridiquement indépendant.
- Le franchisé bénéficie de l'image de marque et de la réputation de l'enseigne par rapport au consommateur.
- Le franchisé bénéficie d'un système de gestion commerciale conçu et expérimenté par le franchiseur, d'où économie de temps liée à l'utilisation d'un savoir-faire existant et réduction du risque financier.
- Le franchisé bénéficie de l'avantage compétitif dû à la synergie économique du réseau d'une part et à la capacité d'innovation du franchiseur d'autre part.
- Le franchisé accède à une maîtrise professionnelle supérieure à celle de l'homme de métier isolé grâce à la formation, aux conseils et à l'assistance permanents, aux outils pédagogiques.
- Le franchisé bénéficie d'une meilleure rentabilité des capitaux investis par rapport au commerçant isolé grâce à l'optimisation des capitaux investis et aux économies d'échelle permises par la standardisation des opérations.

LES EXIGENCES

- Le franchisé est tenu d'appliquer la stratégie commerciale du franchiseur.
- Le franchisé est tenu de respecter les normes du concept, les standards de qualité en tant qu'ambassadeur de l'enseigne.
- Le franchisé est obligé de suivre l'évolution du concept et du savoir-faire.
- Le franchisé est souvent obligé de s'approvisionner auprès du franchiseur ou des fournisseurs référencés.
- Le franchisé est tenu de rétribuer le franchiseur pour ses apports, généralement sous forme :
 - d'une redevance forfaitaire initiale ou droit d'entrée,
 - de royalties en contrepartie de :
 - la licence de marque,
 - l'assistance permanente,
 - la formation permanente,
 - la recherche et l'innovation.

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

Devenir franchisé(e) est une démarche qui engage une partie de votre vie et une partie de vos capitaux. Il s'agit d'une décision qui ne se prend pas à la légère. Il convient donc de prendre certaines précautions avant de se lancer, notamment en matière de recherche d'informations indispensables à une prise de décision saine. La FFF est en permanence à la disposition et à l'écoute des porteurs d'un projet de création d'entreprise en franchise...

Le « parcours du futur franchisé(e) » ci-dessous, certes non exhaustif, permettra aux candidat(e)s de se poser un certain nombre de bonnes questions (et de tenter d'obtenir les réponses !) avant de franchir le pas.

FAIRE SON AUTO-DIAGNOSTIC ET PRÉPARER SON PROJET DE FRANCHISE

- Avez-vous évalué vos aptitudes personnelles et professionnelles ?
- Quel intérêt portez-vous au(x) secteur(s) d'activité(s) sélectionné(s) ? Sont-ils compatibles avec votre personnalité et vos valeurs personnelles ?
- Votre environnement familial adhère-t-il au projet ?
- Vos moyens financiers sont-ils suffisants ?
- Sur le plan professionnel, quels sont vos objectifs et vos ambitions ?
- Êtes-vous mobile géographiquement ?

MIEUX CONNAÎTRE LA FRANCHISE

Vous pouvez notamment :

- Assister au stage de formation « Devenir franchisé (e) » de l'Académie de la franchise® (<https://www.formation-franchise.com/franchises>),
- Visiter les salons de la franchise : Franchise Expo Paris (www.franchiseparis.com) et les salons étrangers,
- Consulter le site de la FFF, www.franchise-fff.com,
- Lire et connaître le Code de déontologie européen de la franchise (voir p. 50-57),
- Consulter la presse (franchise, création d'entreprise, secteurs d'activité),
- Rencontrer des personnes compétentes engagées activement dans le monde de la franchise (franchisés, franchiseurs, juristes, banquiers, experts-comptables...).

CHOISIR SON RÉSEAU DE FRANCHISE

Vous devez évaluer les réseaux qui vous intéressent en fonction de :

- L'existence de la maîtrise du concept,
- La différenciation et l'originalité du savoir-faire,
- La qualité de la formation dispensée (initiale et continue),
- L'existence et la qualité du manuel opératoire,
- La qualité des produits et/ou des services vendus,
- La rentabilité des unités pilotes,
- La sélection rigoureuse des franchisés opérée au sein du réseau,
- L'innovation régulière du franchiseur,
- La communication interne / externe dans le réseau,
- L'assistance apportée au réseau (nombre et qualité des animateurs),
- Le leadership du franchiseur, sa maîtrise du métier de franchiseur,
- L'engagement du franchiseur à respecter le code de déontologie européen de la franchise. Les adhérents de la FFF s'y sont engagés.

Sur tous ces sujets, le franchiseur lui-même peut vous fournir un certain nombre d'informations. Vous avez également tout intérêt à rencontrer les franchisés du réseau. Programmez de cinq à dix visites, en qualité de simple client et en qualité de candidat à la franchise.

ÉTUDIER LE DOCUMENT D'INFORMATIONS PRÉCONTRACTUEL (DIP)

Il vous est transmis par le franchiseur lorsque vous vous sentez prêt à avancer sur le projet avec lui. Le franchiseur est dans l'obligation de vous accorder un minimum de vingt jours pour analyser les informations qu'il contient.

- Interrogez-vous sur l'expérience dans le métier du ou des dirigeant(s) du réseau,
- Analysez les étapes d'évolution du réseau (preuve de dynamisme),
- Faites-vous aider par des spécialistes pour l'étude du contrat de franchise et des comptes du franchiseur (vérifiez notamment que les deux derniers exercices vous ont été transmis, ou que l'on vous a donné des raisons valables pour expliquer leur absence),
- N'hésitez pas à comparer le DIP qui vous est remis avec le modèle proposé par la FFF (voir p. 58-62).

ANALYSEZ LE POTENTIEL DU MARCHÉ

Il s'agit d'un point important qu'il ne faut pas négliger.

Il vous appartient de réaliser une étude de marché. C'est un « métier ». Il est préférable de se faire aider par des spécialistes qui maîtrisent les méthodes d'évaluation.

ÉLABORER UNE ÉTUDE FINANCIÈRE

- Budgéter vos besoins et vos ressources de façon réaliste, en tenant compte de la conjoncture.
- N'omettez pas de vous interroger sur le retour sur investissement.
- Réalisez vous-même l'étude ou faites vous aider par un expert comptable.

Lorsque tous ces points sont validés, et si votre candidature est retenue par le franchiseur, il vous restera à définir avec votre franchiseur la date d'ouverture de votre point de vente et mettre en place un rétroplanning (recherche de local, travaux, formation, etc.)



N'oubliez pas

La formation de la FFF

«Devenir franchisé»

<https://www.formation-franchise.com/franchises>

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

L'ART ET LA MANIÈRE DE S'ENGAGER EN CONNAISSANCE DE CAUSE

L'ART ET LA MANIÈRE... D'UN POINT DE VUE JURIDIQUE

La franchise repose sur un pilier, l'information précontractuelle. Elle sacralise, en ce sens, et depuis de nombreuses années l'importance de l'**engagement en connaissance de cause**. Cet exercice de transparence encadré par le législateur, a très certainement été une des raisons majeures du **développement vertueux de la franchise en France depuis plus de 30 ans**.

Au-delà des obligations issues du code de commerce (le droit spécial des articles L 330-3 et R 330-1), il n'est pas inutile de se fonder dans l'esprit du nouvel article 1112-1 du code civil qui nous rappelle un principe de « bon sens » :



La franchise repose sur un pilier, l'information pré-contractuelle.



« Celle des parties qui connaît une information dont l'importance est déterminante pour le consentement de l'autre doit l'en informer dès lors que, légitimement, cette dernière ignore cette information ou fait confiance à son cocontractant.

Néanmoins, ce devoir d'information ne porte pas sur l'estimation de la valeur de la prestation. Ont une importance déterminante les informations qui ont un lien direct et nécessaire avec le contenu du contrat ou la qualité des parties. Il incombe à celui qui prétend qu'une information lui était due de prouver que l'autre partie la lui devait, à charge pour cette autre partie de prouver qu'elle l'a fournie.

Les parties ne peuvent ni limiter, ni exclure ce devoir.

Outre la responsabilité de celui qui en était tenu, le manquement à ce devoir d'information peut entraîner l'annulation du contrat dans les conditions prévues aux articles 1130 et suivants. »

Il est important de souligner que cet article qui s'applique aux deux parties, **nous rappelle le principe de responsabilité, pour ne pas dire d'honnêteté**, suivant lequel, chacune des parties doit s'interroger sur le devoir d'informer de la manière la plus complète possible, celui qui va investir sur la foi des informations qui lui sont données par son partenaire contractuel. **Dire... Et ne rien omettre de fâcheux !**

Occultons le débat entre le droit général et le droit spécial, et faisons nôtre de suivre ce principe qui au fond, vise à établir dès le démarrage des pourparlers, un lien contractuel honnête, équilibré et respectueux.

Le corollaire de ce principe de responsabilité illustré par le devoir d'informer, ne doit pas occulter un autre devoir, également responsabilisant, celui de se renseigner.

La jurisprudence nous dit ce qui devrait aller sans le dire, qu'un commerçant indépendant, un chef d'entreprise responsable est certes protégé par un cadre légal qui impose de révéler à minima diverses informations, mais sans pour autant absoudre le récipiendaire de ces informations, de l'obligation naturelle de se renseigner. (CA Versailles, 3 décembre 2020, n° 19/01184 sur l'absence d'une étude socio-économique réalisée par les franchisés)

Obtenir des informations sincères et véritables : oui !

Mais les prendre pour argent comptant sans effectuer de recherches, sans vérifier, sans recompter, sans questionner, sans se faire conseiller... constitue une carence dont les juges tiennent compte pour rééquilibrer la relation.

In fine, que celui qui donne une information erronée ou incomplète, ou retient de délivrer un élément important sans lequel son partenaire aurait pu légitimement hésiter, souffre d'une action en vice du consentement, semble un juste retour des choses.

In fine, que celui qui reçoit une information convenable mais se plaint ultérieurement de ne pas en avoir eu plus, ou de ne pas avoir disposé d'informations disponibles avec un minimum de diligence, et voit ses demandes rejetées par les magistrats, semble un juste retour des choses.

L'art et la manière, d'un point de vue juridique, semblent ainsi empreints d'un bon sens que les magistrats nous rappellent, à l'aune d'un principe de responsabilité qu'il reste avisé de ne pas oublier.

L'ART ET LA MANIÈRE... D'UN POINT DE VUE OPÉRATIONNEL

Si l'on se place d'un point de vue opérationnel, l'objectif d'un franchiseur, s'il veut développer durablement son réseau, sera d'attirer des talents potentiels à l'entrepreneuriat et d'en faire de véritables chefs d'entreprise indépendants. Ces ambassadeurs, par leurs performances et leur posture de chef d'entreprise, attireront les candidats qui voudront devenir comme eux.

Atteindre cet objectif ne peut se faire sans discours de vérité, sans un exercice de transparence, sans un accompagnement des équipes développement pour responsabiliser le candidat dans sa prise de décision, lui expliquer le sens de la relation franchiseur-franchisés, ce qui va bien au-delà de ce qu'exigent la loi Doubin et son décret d'application.

Cela suppose également que le candidat à l'entrepreneuriat fasse sa propre introspection : *Quelles sont mes forces, mes points de vigilances, mon risque gagnant et mon risque perdant ? En quoi serais-je un bon chef d'entreprise et comment y arriver ? Quelles sont les informations que je n'ai pas comprises dans le DIP qui m'a été remis ?*

L'information précontractuelle, en ce sens et dans l'intérêt de la réussite des parties, dépasse le cadre de la loi Doubin. Elle doit être théâtralisée, elle doit être un acte fort et un exercice pédagogique.

Le document lui-même doit responsabiliser le candidat sur sa prise de décision, l'aider à la réflexion, expliquer le sens et l'intérêt des informations transmises. Devrait-on signer un contrat avec un candidat qui n'a pas lu son DIP ? Évidemment non ! Pourtant une analyse de l'utilisation réelle des DIP faite par



L'objectif d'un franchiseur, sera d'attirer des talents potentiels à l'entrepreneuriat et d'en faire de véritables chefs d'entreprise indépendants.



les candidats, et réalisée au travers de la plateforme juridique Lexika, montre que c'est parfois le cas. Cette analyse montre également que le temps de lecture des DIP est extrêmement faible !

La remise des DIP dans les réseaux, leur tenue à jour, les informations qui y sont intégrées, l'importance qui est accordée à l'acte même de remettre un document d'information précontractuelle, sont trop souvent insuffisantes.

Pour confirmer ces propos, sur **76 DIP audités par Franchise Management ces 3 dernières années, l'indice moyen de performance des documents analysés est de 58 %.**

SYLVAIN BARTOLOMEU

Dirigeant associé – Franchise Management
Membre du collège des experts
de la Fédération Française de la Franchise
www.franchise-management.com

DIAGNOSTIC PERFORMANCE RÉSEAU®



- 📌 Concept
- 📌 Savoir-faire
- 📌 Financier
- 📌 Organisation
- ⚖️ Juridique
- 🎤 Animation
- 🎬 Développement
- 🌐 360° réseau



LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

COMMENT CONSTRUIRE SON BUSINESS PLAN

Le business plan est un document essentiel qui vous permet de structurer la stratégie de votre projet de franchise. Obtenir des financements, convaincre de potentiels futurs partenaires ou encore mettre en valeur votre projet sont autant de raisons qui expliquent la nécessité de rédiger un tel document. Le succès de votre demande de financement dépendra bien souvent de la qualité de votre business plan. Grâce à ce document, vos partenaires auront une vision complète de l'écosystème de votre projet.

Document indispensable lors d'une création en franchise et véritable outil de pilotage, le business plan n'est pas à prendre à la légère : plan de financement, coûts, étude de faisabilité, rentabilité, objectifs, risques et opportunités, étude de la concurrence... sont la liste non exhaustive des éléments qui peuvent être nécessaires.

Lors de la création en franchise, il peut être difficile de se lancer dans la rédaction d'un business plan, il s'agit néanmoins d'une étape incontournable afin de garantir votre succès entrepreneurial, car le business plan démontre par écrit la valeur ajoutée de votre projet.

Il est généralement composé de deux parties :

- La première retrace l'histoire du projet, la stratégie et la vision à moyen terme intégrant tous les aspects juridiques et marketing du projet. Cette première partie parle de vous en tant que porteur de projet, de l'enseigne que vous avez choisi de rejoindre, de la structure du projet, du marché, de votre vision et de votre stratégie.
- La deuxième partie est une traduction chiffrée de la première qui comprend principalement votre plan de financement, les résultats financiers attendus, le seuil de rentabilité, le tableau de trésorerie. Il s'agit des prévisions financières de votre projet.

QUELLES SONT LES BONNES TECHNIQUES POUR FAIRE UN BON BUSINESS PLAN ?

Vous pouvez commencer par répondre aux questions suivantes :

- Qui suis-je ?
- Pourquoi avoir choisi ce secteur d'activité ?
- Les avantages de l'enseigne sélectionnée ?
- Pourquoi avoir sélectionné cet emplacement ?
- Quand vais-je le faire ?
- Comment vais-je le faire ?
- Combien cela va-t-il me rapporter ?
- Pourquoi est-ce que je fais tout cela ?

En effet, le business plan doit démontrer que vous connaissez aussi bien votre marché que vos concurrents et que le choix de l'enseigne est une réelle valeur ajoutée. Vous devez également être capable de mettre votre projet en perspective sous tous ses aspects. Soyez particulièrement attentif à la rédaction de votre business plan et notamment à celle de la première partie puisqu'elle servira de base à la seconde. **Il est essentiel de bien la développer avant d'en effectuer la traduction chiffrée.** Une fois la seconde partie réalisée, vérifiez bien que les deux parties se répondent et qu'elles sont concordantes.

QUELS SONT LES CONSEILS DE L'EXPERT ?

PREMIER CONSEIL :

La forme compte autant que le fond voire plus car l'objectif est d'attirer l'attention du lecteur ce qui suppose une présentation attractive. Le banquier va évidemment accorder une grande importance aux chiffres notamment en terme de sérieux et de viabilité du projet mais il est essentiel de le convaincre du potentiel du projet en premier lieu. Ce n'est que s'il est séduit par la présentation qu'il étudiera ensuite les éléments financiers. La présentation doit donc être aérée et claire autant que faire se peut. **Mettez en avant vos compétences et expériences. L'idée est de montrer que vous comprenez les enjeux de votre projet et que vous êtes à même de les gérer. La présentation de l'enseigne doit être détaillée.** Les couleurs et photos apportent une plus-value visuelle non négligeable et permettront au lecteur de se souvenir de vous. La lecture de votre Business Plan doit être agréable et percutante.

DEUXIÈME CONSEIL :

L'étude de marché effectuée par des spécialistes reste un incontournable. Il est important de **bien documenter** la seconde partie : **citez vos sources et vos références**, pensez à insérer des graphiques et de tableaux pour faciliter la lecture des chiffres et montrer au lecteur que vous avez saisi tous les enjeux de votre projet.

TROISIÈME CONSEIL :

Un bon business plan **optimisera les chances de réussite** de votre projet à coup sûr. Ce document servira de structure à vos actions et permet une communication facile de votre projet. Il est évidemment amené à évoluer dans le temps. Il est important de se faire accompagner par des experts-comptables spécialistes en commerces organisés dont l'expérience vous fera gagner un temps précieux.

STEPHANIE DI FUSCO

Directeur National
Marché Franchise & Commerce Organisé
stephanie.di-fusco@inextenso.fr

In Extenso
Experts-Comptables

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

LES INVESTISSEMENTS À PRÉVOIR

POUR DEVENIR FRANCHISÉ

Si près d'un tiers des Français aimerait créer son entreprise, 4 sur 10 envisagent de le faire en franchise. La création d'une entreprise en franchise nécessite comme toute création d'entreprise des investissements dont le montant global est souvent supérieur en franchise qu'en tant qu'entrepreneur isolé.

Si près d'un tiers des Français aimerait créer son entreprise, 4 sur 10 envisagent de le faire en Franchise*. La création d'une entreprise en franchise nécessite comme toute création d'entreprise des investissements. Le coût global des investissements apparaît souvent supérieur pour la création de son entreprise en franchise que l'équivalent en tant qu'entrepreneur isolé. En effet, les franchisés bénéficient en plus d'une marque, d'un modèle éprouvé, de la transmission du savoir-faire et de l'accompagnement du franchiseur. Ces atouts ont un coût à l'installation et permettent un retour sur investissement plus rapide.

Il est nécessaire de recueillir auprès de votre franchiseur les investissements type à réaliser en fonction de la surface de vente et du type d'implantation ainsi que les ratios d'exploitation constatés dans son réseau. Vous trouverez également dans le DIP (document d'informations précontractuel) le détail des dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne.

Les niveaux d'investissements requis sont très variables selon les secteurs d'activité, les concepts et le lieu d'implantation : le fonds de commerce (ou le droit au bail) notamment est plus coûteux dans les grandes villes et en centre-ville plutôt qu'en zone rurale ou en périphérie. Il y a des possibilités de création d'entreprise en franchise pour toutes les bourses : plus de 50 % des franchisés déclarent que la création de leur entreprise en franchise leur a coûté moins de 200 K€*.

Coût total de la création d'entreprise

33 %	Moins de 100 000 euros
20 %	Entre 100 000 et 200 000 euros
47 %	Plus de 200 000 euros

Outre le droit d'entrée à l'enseigne, l'un des premiers investissements sera à réaliser l'étude du marché local, elle est incontournable pour bien mesurer le potentiel commercial de la zone (à ne pas confondre avec l'état local du marché fourni par le franchiseur dans le DIP). Elle doit être réalisée avant de se rapprocher de son expert-comptable, afin de travailler au prévisionnel d'activité et au plan de financement. Elle peut être réalisée par le franchisé ou par une entreprise spécialisée (ou les deux).

Les investissements seront composés du droit d'entrée à l'enseigne (et de la formation si non incluse), les frais de création de la société, l'acquisition du fonds de commerce ou droit au bail, le dépôt de garantie, les frais d'agence immobilière, les travaux, les aménagements (matériel et mobilier, conformes

*Source : 18^e enquête de la franchise Banque Populaire/fff

au concept architectural de l'enseigne), l'informatique, les stocks éventuels, le BFR (Besoin en fonds de roulement), la communication de lancement... rien ne doit être oublié !

Face aux dépenses nécessaires à la création de l'entreprise, les sources de financement sont généralement composées des apports personnels de l'entrepreneur qui peuvent être complétés par des aides à la création d'entreprise et/ou par un prêt d'honneur et du financement bancaire. 80 % des franchisés ont eu recours au financement bancaire (et/ou au crédit-bail) pour financer la création de leur entreprise en franchise*.

**BANQUE
POPULAIRE** 

la réussite est en vous

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

CONVAINCRE SON BANQUIER

SUR SON PROJET DE FINANCEMENT

L'accompagnement du franchisé par le franchiseur tout au long de la vie du contrat de franchise, sont de véritables éléments de différenciation par rapport à un entrepreneur indépendant. Le modèle de la franchise est un facilitateur de confiance pour la banque.

Dans le cadre d'un projet de financement en franchise, quels sont les éléments incontournables à aborder :

LE CHOIX DE L'ENSEIGNE

La Banque est particulièrement regardante sur la qualité des enseignes (santé financière) pour pouvoir assurer la pérennité du réseau et son développement. Habituellement, elle apprécie celles qui jouent pleinement leur rôle de franchiseur (process de recrutement, équipe d'animateurs dédiée au réseau, période de formation, assistance et accompagnement pendant toute la durée du contrat de franchise).

LE PROFIL IDÉAL DU CANDIDAT

Il n'y a pas de profil idéal, mais le candidat doit avoir une posture de chef d'entreprise doté d'une bonne fibre commerciale, de notions financières qui seront particulièrement appréciées, par nos conseillers et directeurs d'agences. La franchise reste un outil de reconversion idéale.

LES ÉLÉMENTS CLÉS D'UNE BONNE ENSEIGNE

- Une période de formation initiale de quatre à six semaines présentant le concept, le réseau, les pratiques commerciales, le mode opératoire et les fiches produits,
- Accompagnement par un animateur réseau pendant la durée du contrat de franchise,
- Présence d'une centrale d'achat ou de référencement,
- Mise en place d'outils digitaux performants à disposition des franchisés.

LA PERTINENCE DE L'EMPLACEMENT DU LOCAL

La réalisation d'une étude de marché locale avec l'appui d'un professionnel qualifié est à privilégier. Savoir anticiper le taux d'emprise de son futur point de vente en prenant en compte la concurrence locale et la clientèle potentielle, renforcera la pertinence de votre projet.

LE NIVEAU D'APPORT

Un niveau d'apport de 20 à 25% sur la demande de financement maximise les probabilités d'accord de votre conseiller sur la demande de financement.

LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS DU DOSSIER DE FINANCEMENT

- Un compte de résultat prévisionnel sur trois ans,
- Le plan de financement
- Le plan de trésorerie sur la première année,

L'ENTRETIEN

Les éléments clés :

- Démontrer votre motivation et l'implication dans votre projet,
- Expliquer le choix de l'enseigne et votre nouveau choix de vie,
- Démontrer votre aptitude à gérer votre future entreprise, en maîtrisant les éléments de votre dossier de financement,
- Être transparent vis-à-vis de votre conseiller, identifier vos forces et vos faiblesses ainsi que les moyens pour les gérer. Il est essentiel d'instaurer un climat de confiance entre vous et votre conseiller.

NB : Une expérience liée au domaine d'activité de l'enseigne n'est pas nécessaire.

APPROCHE DU BANQUIER

Les demandes de financement en franchise sont accueillies avec bienveillance par les conseillers. En effet, ce mode d'entrepreneuriat comporte de nombreux avantages comme évoqué précédemment et permet d'optimiser ses chances de succès.

L'accompagnement du franchisé par le franchiseur tout au long de la vie du contrat de franchise, sont de véritables éléments de différenciation par rapport à un entrepreneur indépendant.

Le modèle de la franchise est un facilitateur de confiance pour la banque.

NB : les garanties les plus courantes utilisées en franchise : nantissement du fonds de commerce, caution du dirigeant, contre garantie BPI ou SIAGI, à détailler avec votre conseiller.

Les dossiers de Franchise sont régis par le code de déontologie européen de la franchise.



Direction Franchises et Prescriptions

Présentation de la nouvelle banque

La nouvelle banque SG issue de la fusion Société Générale et Crédit du Nord, a vu le jour le 1^{er} janvier 2023. Elle s'est forgée grâce à l'unification de milliers de collaboratrices et de collaborateurs impliqués dans sa création et dans ses choix d'organisation. Nous allons déployer cette nouvelle marque pour atteindre l'ensemble de nos objectifs commerciaux, de satisfaction clients, d'innovation et d'efficacité opérationnelle.

SG sera, pour nos clients :

- Une banque davantage présente en régions, avec un pouvoir de décision redistribué aux régions et aux agences, offrant une meilleure réactivité.
- Une banque accessible et réactive, avec des circuits de décision raccourcis (agences ou régions) pour accélérer les prises de décision et le temps de réponse aux demandes des clients,
- Une banque responsable, qui place les enjeux RSE au cœur de son nouveau modèle en vue de renforcer l'impact positif pour les clients et les territoires, via la mise en place d'équipes de conseil RSE dans chaque région,
- Une banque d'expertise, avec des dispositifs adaptés aux besoins spécifiques de nos différentes catégories de clients, avec notamment la mise en place d'une direction dédiée à la franchise.

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISÉ

NE PAS CONFONDRE VITESSE ET PRÉCIPITATION

QUELQUES CONSEILS AUX FUTURS FRANCHISÉS

Le choix d'une franchise n'est pas seulement un projet d'entreprise, c'est souvent **un choix de vie**. Il est donc important de bien réfléchir, se renseigner et se faire accompagner avant de signer son contrat. **Car la précipitation pourrait vous coûter cher plus tard.**

SE RENSEIGNER

L'article L330-3 du code de commerce impose au franchiseur de fournir au futur franchisé un document d'information précontractuelle (DIP) pour lui permettre de s'engager en connaissance de cause.

Si ce document donne les premières informations sur le réseau, **il faut aller plus loin** : rencontrer des franchisés de votre choix, demander s'il existe une association des franchisés et prendre contact avec elle, consulter sur [infogreffe](#) les comptes des franchisés installés dans les villes similaires, élargir votre recherche aux entreprises radiées.

Renseignez-vous sur votre franchiseur : sa personnalité, ses compétences, son parcours. Attachez une attention particulière à **l'étude de marché** : l'emplacement commercial est primordial pour la réussite de l'entreprise du franchisé.

Ne signez pas le contrat de franchise avant de valider votre emplacement par le franchiseur car le temps jouera contre vous : alors qu'il a payé le droit d'entrée et suivi la formation initiale, le franchisé qui n'a toujours pas d'emplacement se trouvera en tenailles entre le contrat qui court, les frais déjà engagés et la nécessité de commencer l'exploitation. Il risque alors se rabattre sur un emplacement moins bon.

Lorsque l'emplacement est validé avant la signature du contrat, **prévoyez dans le bail une clause suspensive de signature du contrat de franchise** qui vous permettra de vous désengager sans payer une indemnité au bailleur si votre projet n'aboutit pas.

LIRE ET COMPRENDRE SON CONTRAT AVANT DE LE SIGNER

Les contrats de franchise sont complexes, il y a autant de contrats que de réseaux. Cependant, voici quelques conseils simples pour une première lecture.

Qui signe le contrat ? Constituez une société commerciale, ne le signez jamais à titre personnel ce qui fera peser sur vous la charge du contrat et pourra affecter votre patrimoine personnel aux dettes de la société. Méfiez-vous également des obligations de « porte-fort ».

Quels sont les droits et les obligations des parties ? Si les obligations du franchiseur tiennent en trois lignes et les obligations du franchisé constituent le reste du contrat, cela devrait vous interpeller.

Vérifiez quelles sont **les conditions de sortie**. Votre contrat prendra fin un jour mais certaines de ses clauses ont néanmoins un effet post-contractuel. Elles vous obligeront de modifier votre local commercial pour le différencier du concept franchisé (un budget à affecter pourra alors être plus ou moins conséquent), elles peuvent vous empêcher de poursuivre librement l'activité dans votre point de vente (clauses de non-concurrence et de non-affiliation post-contractuelles) ou de le céder (clause de préemption post-contractuelle, offre préalable de vente, promesse unilatérale de vente etc), alors même qu'en tant que franchisé, vous êtes propriétaire de votre clientèle et de votre entreprise.

Il n'est pas toujours aisé de négocier les termes du contrat de franchise. À défaut de pouvoir négocier, il est important de comprendre à quoi ce contrat vous engage. Surtout, n'hésitez pas à poser des questions à votre futur franchiseur sur tous les points qui ne vous paraissent pas clairs. Ne vous fiez pas à l'argument : *« c'est une clause de style, on ne l'applique jamais. »* N'oubliez pas, le contrat signé fait la loi des parties, chacune de ses dispositions devrait être appliquée et chaque partie pourrait exiger son accomplissement.

OLGA ZAKHAROVA-RENAUD

Avocat Associé SCP BMGB et associés

BMGB

BOURGEON MERESSE GUILLIN BELLET & ASSOCIÉS

— Envie d'entreprendre, devenez franchisé !



Découvrez la franchise en
suivant notre formation
« Devenir franchisé » sur [www.
formation-franchise.com](http://www.formation-franchise.com)

La franchise est un véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs.
Un modèle d'entrepreneuriat fondé sur le transfert du savoir-faire
et le partage de la valeur.



**Vous êtes un entrepreneur
indépendant** tout en étant
accompagné.



**Vous bénéficiez de la
transmission d'un savoir-faire,**
de formations d'assistance, et
de la force d'un réseau.



**Vous optez pour un modèle
efficace** qui augmente
vos chances de réussite
et accélère le retour sur
investissement.

[in](#) [t](#) [f](#) [v](#) www.franchise-fff.com

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

La franchise est-elle une stratégie de développement adaptée à votre projet ?

Si vous vous posez cette question, sachez que la franchise est une affaire de professionnels qui ne laisse pas de place à l'amateurisme. C'est pourquoi nous vous proposons de prendre connaissance des étapes à suivre (non exhaustives) que nous avons élaborées dans le but de lancer votre réseau.

DÉFINIR SON CONCEPT

Le concept est la mise en place opérationnelle du marketing mix :

- La marque,
- Les produits et/ou services.

Et définit :

- Le positionnement prix,
- La communication,
- L'emplacement...

L'ÉTUDE PRÉALABLE DE FAISABILITÉ

Effectuer une étude de faisabilité du projet en tenant compte :

- De son attractivité sur le marché,
- De la concurrence dans le secteur,
- De vos capacités structurelles et financières,
- De vos objectifs commerciaux.

LA RENTABILITÉ DU CONCEPT

L'élaboration d'un certain nombre d'outils sera nécessaire afin de mesurer la rentabilité de votre concept en fonction de votre situation.

1. Si vous n'avez pas encore d'unité pilote

Le business plan de l'unité pilote permettra de confirmer ou d'infirmer la faisabilité du projet (rentabilité du concept et donc du franchisé).

2. Si vous avez déjà une ou plusieurs unité(s) pilote(s)

Le business plan de la société « tête de réseau » du franchiseur vous détaillera un plan de développement qui reprendra les éléments suivants :

- Objectifs d'ouverture,
- Évaluation des coûts liés aux ouvertures des points de vente franchisés,
- Évaluation des besoins liés au développement (ces deux premiers points vous permettront notamment de déterminer le montant de votre droit d'entrée),
- Évaluation des besoins en animation de votre futur réseau (fréquence à laquelle vous suivrez votre réseau),
- Évaluation des services apportés aux franchisés
- Évaluation des montants à investir en recherche et développement (ces trois derniers points vous aideront à déterminer le montant des redevances à demander à vos franchisés)



N'oubliez pas

La FFF vous propose le **stage « Créer et développer son réseau de franchise »** (3 jours),

vous permettant de maîtriser au mieux ces étapes.

(<https://www.formation-franchise.com/franchiseurs/creer-developper-reseau-franchise>).

TEST DU CONCEPT : LE SITE PILOTE

Le concept que vous souhaitez développer en réseau sous forme de franchise devra être testé au préalable, d'où la nécessité de mettre en place une ou plusieurs unités pilotes servant à expérimenter le concept dans sa globalité. Le but de l'opération étant de parvenir à modéliser le concept, notamment sous les angles suivants :

- La possibilité de réitérer le concept,
- La politique d'implantation,
- Les signes de ralliement de la clientèle (agencements, couleurs, enseigne, etc.),
- La politique de communication,
- La politique commerciale, etc.

LE MONTAGE JURIDIQUE

En fonction du concept que vous souhaitez développer, il faudra choisir la forme juridique adéquate.

Prenez les conseils d'un avocat spécialisé en franchise (cf. Liste du Collège des experts, p. 302-332) qui vous orientera vers la forme juridique la plus adaptée (franchise, concession, licence, etc.)

NORMALISATION DU SAVOIR-FAIRE

Vous devrez élaborer votre manuel opératoire dans lequel devront être recensés tous les éléments du savoir-faire.

Lorsqu'un manuel opératoire est bien réalisé, un franchisé doit y trouver toutes les réponses à ses questions. N'oubliez pas de réfléchir aux méthodes de réactualisation du manuel opératoire.

Le manuel opératoire pourra être remis (ou rendu accessible, sur intranet par exemple) en fin de formation initiale, ce qui apporte un support de qualité post-formation aux franchisés.

ÉLABORATION D'UN PLAN DE FORMATION

La formation est considérée comme un des éléments clefs de la franchise. Elle doit permettre aux franchisés d'avoir accès à une maîtrise professionnelle supérieure à celle du commerçant indépendant isolé.

Elle peut comprendre aussi bien des éléments théoriques (culture d'entreprise, politique commerciale) que pratiques (argumentaires de vente, gestion des stocks, etc.)

Elle est dite initiale pour celle qui se déroule avant l'ouverture du point de vente et continue en cours de contrat pour suivre et appliquer les évolutions du savoir-faire.

LE RECRUTEMENT DE VOS FUTURS FRANCHISÉS

La sélection des franchisés lors du recrutement est un des principes directeurs du Code de déontologie européen de la franchise (article 4 : Le franchiseur sélectionne et n'accepte que les franchisés qui, d'après une enquête raisonnable, auraient les compétences requises – formation, qualités personnelles, capacités financières – pour l'exploitation de l'entreprise franchisée).

La sélection des candidats est considérée comme l'un des facteurs clefs de succès dans le développement du réseau de franchise, il faudra alors définir et modéliser les points suivants :

- Un profil de franchisé
- Une politique et des méthodes de recrutement.

MANAGEMENT DE RÉSEAU

Gérer un réseau de franchisés est un véritable métier qui ne s'improvise pas. Pour manager votre réseau, il vous faudra :

- Un contrat de franchise bien construit, parfaitement adapté à votre concept.
- Une animation de réseau pour dynamiser et suivre les franchisés. Prévoir l'intégration d'un ou plusieurs animateurs.
- Des instances de dialogue avec les franchisés qui permettront de maintenir en permanence l'échange et la transmission d'informations. Elles peuvent prendre plusieurs formes : commissions, groupes de travail, conventions, etc.

LE LANCEMENT DU RÉSEAU

Le lancement du réseau, c'est-à-dire le début du recrutement des candidats, peut maintenant débiter. Les outils du lancement, en tant qu'adhérent :

- une visibilité sur le site de la FFF : www.franchise-fff.com
- la participation au salon Franchise Expo Paris : www.franchiseparis.com
- une présence sur le portail : www.observatoiredefracnchise.fr
- la presse spécialisée et sectorielle.

Retrouvez notre offre de formation complète sur :

www.formation-franchise.com

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

COMMENT DEVENIR FRANCHISEUR ?

APPRÉHENDER LES CONDITIONS PRÉALABLES À LA CRÉATION D'UN RÉSEAU EN FRANCHISE



Combien cela coûte ?

Souvent le montant des apports équivalents au financement d'un nouveau point de vente en succursale, dont : ¼ de prestations intellectuelles, ¼ d'embellissement du concept, ¼ d'outils franchiseur, ¼ pour sourcer les candidats



Les facteurs clés de succès

- Un dirigeant impliqué et communicatif
- Un concept innovant et simple d'exploitation
- Une identification rapide des premiers franchisés pionniers

LES CONDITIONS LIÉES AU DIRIGEANT

Le savoir être – Alain Afflelou (ex.) possède un leadership naturel, c'est un « meneur » qui entraîne dans son succès des individus en quête de réussite entrepreneuriale. Il présente des qualités de pédagogue, soucieux de transmettre sa réussite personnelle et il accepte l'exigence réciproque qui existe dans tout acte commercial.

Le savoir-faire – Franck Provost (ex.) a débuté comme coiffeur puis est devenu franchiseur, sa maîtrise de la coiffure a crédibilisé son discours auprès des premiers candidats. Le franchiseur est le fondateur du concept, le créateur du savoir-faire distinctif. Il est parti de rien, il a essayé les plâtres et assuré le succès commercial de son enseigne.

LES CONDITIONS LIÉES À L'ENTREPRISE

Les ressources internes – La franchise implique une phase de création d'outils spécifiques : la « bible franchisé » (ex.) qui sera réalisée avec des référents métiers, et les fonctions supports seront sollicitées à court terme. Il est donc illusoire de vouloir devenir franchiseur sans pouvoir dégager du temps pour le projet.

Les budgets – Parfois, le dirigeant choisit la franchise, afin de se développer à moindres frais, en faisant porter l'investissement par le franchisé. Les faits indiquent le contraire, il faut d'abord investir dans la structuration, avant de pouvoir bénéficier du revenu d'un franchisé. Cela permet de partir sur le bon pied, avec les bonnes chaussures et dans la bonne direction.

Les partenaires – Actionnaire, ou un banquier, il est préférable d'obtenir le consentement pour lancer un tel projet. Le futur franchiseur doit aussi préalablement s'assurer du soutien de ses fournisseurs, par exemple pour les tarifs préférentiels aux franchisés. Cela peut aussi être le cas d'un architecte, assureur, loueur ou éditeur de logiciel.

LES CONDITIONS LIÉES AU CONCEPT

La marque – Le premier point d'accroche d'un concept est sa distinctivité, ce pourquoi l'enseigne, l'agencement, l'offre... frappe l'esprit du consommateur final. Ces « marqueurs » de l'enseigne doivent pour certains être protégés à l'INPI : la marque et le logo, qui seront intégrés au contrat de franchise pour permettre leur utilisation.

Le savoir-faire – Il est propre à la franchise, c'est un ensemble immatériel et matériel d'éléments constituant une originalité duplicable. Il doit être modélisé dans un support transmissible et accompagné d'une formation pour permettre son utilisation par le franchisé.

Le pilote probant – Le savoir-faire a démontré son succès durant une période raisonnable, au travers des résultats financiers d'une succursale. Cette performance est liée à la qualité du concept, qui doit être aisément duplicable sur un emplacement équivalent et par un tiers franchisé.

STRUCTURER LES FONDAMENTAUX DU MÉTIER DE FRANCHISEUR

CONSTRUIRE VOS FUTURS OUTILS & PROCESS

Voici les documents nécessaires *a minima* pour respecter la loi Doubin qui intervient en franchise, pour assurer le métier de franchiseur et enfin pour crédibiliser votre statut auprès de futurs partenaires.

- La charte architecturale et graphique pour sécuriser l'utilisation du concept,
- L'infographie commerciale et marketing du site pilote,
- Une zonification définissant le nombre et le potentiel des zones,
- Le budget prévisionnel d'un franchisé et celui du franchiseur, qui permettront de fixer le droit d'entrée, les redevances et les autres sources de revenus,
- Le Document d'information précontractuel et le contrat de franchise,
- L'organisation humaine de la société franchiseur avec les fiches de poste,
- Les outils de formation, d'animation permettant la transmission du savoir-faire,
- Le profil du candidat, le plan media pour l'atteindre, et les documents liés,
- Les procédures de recrutement des candidats et les éléments de validation interne.

MODÉLISER LES OUTILS DU FRANCHISÉ DANS UN MANUEL OPÉRATOIRE

C'est-à-dire l'ensemble des outils, procédures, systèmes et organisations nécessaires à la parfaite exploitation de votre concept par un tiers franchisé. Ex. pour la restauration, les fiches techniques des recettes, la mercuriale des fournisseurs, les fiches de poste des salariés, les normes d'hygiène, etc.

Ne négligez surtout pas ce document, c'est le mode d'emploi de votre concept, son référentiel d'exploitation, le premier outil de formation continue et bien souvent le moyen de communication avec vos franchisés. Juridiquement, c'est aussi la preuve factuelle d'existence d'un savoir-faire.

Sachez que si la franchise est un excellent moyen de développement, cela mérite une préparation, des ressources humaines et des budgets adéquats. Le professionnalisme consacré à l'apprentissage du métier de franchiseur fera la différence dans votre développement et notre objectif chez AXE RÉSEAUX, est de vous faire gagner en efficacité et rapidité sur toutes ces phases.

LAURENT DELAFONTAINE

Fondateur Associé

Les erreurs fréquentes

- Une mauvaise préparation juridique
- Une méthodologie de recrutement inadéquate
- Un modèle économique de franchise difficilement finançable



AXE RESEAUX

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

CINQ « MEILLEURES PRATIQUES »

POUR DÉVELOPPER VOTRE RÉSEAU FRANCHISÉ

Sourcer des candidats qualifiés pour les convertir en franchisés qui exploitent votre concept est une fonction clé de votre réseau, formalisée dans le manuel opératoire du développement de l'enseigne. Voici cinq «best practices» issues des réseaux les plus performants, simples à intégrer dans vos process de développement.

1. ÉTABLIR SES PROFILS TYPES DE CANDIDATS À LA FRANCHISE

Le ciblage des profils s'appuie sur des critères socioprofessionnels tels que l'âge, l'environnement familial, la situation professionnelle et les aspirations personnelles. Ces critères permettent de qualifier un candidat motivé souhaitant s'établir sur une zone disponible avec un apport suffisant.

2. DÉTERMINER L'ATTRACTIVITÉ DE SON RÉSEAU

Le franchiseur répond à trois besoins du candidat : la sécurité, la performance et l'épanouissement. Il est nécessaire de positionner l'intensité de la proposition de l'enseigne sur chacun des trois critères afin de capitaliser sur ses points forts.

3. DÉFINIR LES CRITÈRES DE QUALIFICATION DE SES CANDIDATS

Chaque réseau est unique, et sa proposition s'adresse à un profil précis d'entrepreneur franchisé. Le franchiseur détermine ses critères de sélection en fonction de l'appétence sectorielle de son candidat, de ses compétences professionnelles, et de sa communauté de valeurs avec l'enseigne.

4. SÉDUIRE, CONVAINCRE, RASSURER

La franchise est une vente sélective dans un environnement réglementé. Si la sécurité juridique du franchiseur est fondamentale, le développeur doit séduire le candidat, avant de le convaincre : il faut d'abord donner envie au candidat pour se mettre en position de sélectionner les meilleurs !

5. PILOTER SON DÉVELOPPEMENT

Comme toute activité commerciale, le développement de réseau se pilote avec des indicateurs de performance : quel est le coût d'une demande d'information ? d'un candidat qualifié ? d'un franchisé ? Chaque étape du rétroplanning de signature est mesurée dans le tableau de bord du développement.

Le développement d'un réseau est avant tout basé sur un « coup de foudre » du candidat avec un concept, que le développeur entretient avec rigueur, honnêteté et empathie. C'est ainsi qu'il contribue à construire des aventures entrepreneuriales réussies.



JULIEN SIOUFFI
Franchise Board

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

L'ASSISTANCE, CIMENT DE LA RELATION FRANCHISEUR- FRANCHISÉ

L'assistance est l'un des trois piliers de la franchise, avec la transmission du savoir-faire et le droit d'utiliser la marque et les signes distinctifs du réseau

L'assistance est l'un des trois piliers de la franchise, avec la transmission du savoir-faire et le droit d'utiliser la marque et les signes distinctifs du réseau. Il s'agit avant tout d'une assistance technique et commerciale, qui se matérialise sous des formes très variées. Il est de plus en plus fréquent de voir des réseaux innover et diversifier leur palette d'outils et de services à disposition des franchisés.

LE SOCLE DE L'ASSISTANCE TECHNIQUE ET COMMERCIALE

L'assistance technique et commerciale délivrée par le franchiseur repose sur l'accompagnement du franchisé dans la mise en œuvre et l'application du concept et du savoir-faire. Cela se matérialise généralement par des rendez-vous individuels avec le franchisé via des animateurs de réseau, par la mise à disposition d'un intranet ou encore par la réalisation de campagnes de publicité.

La formation du franchisé est un autre élément essentiel de l'assistance fournie par le franchiseur, car elle permet de lui délivrer les clés de l'exploitation de son activité au sein du réseau. Cette formation intervient dans un premier temps avant le lancement de son activité de manière renforcée, puis régulièrement tout au long de sa relation avec le franchiseur.

L'assistance se traduit également par l'échange au sein du réseau, à travers des conventions régionales ou nationales, par le partage d'expérience, et par la communication d'éléments clés sur le réseau, tels que les statistiques annuelles et les perspectives de développement.

UNE ASSISTANCE VARIÉE ET INNOVANTE, VECTEUR DE RÉUSSITE COMMERCIALE

Les réseaux de franchise ont par ailleurs développé une multitude d'outils pouvant faciliter grandement l'activité du franchisé et assurer sa réussite commerciale.

C'est notamment le cas des outils informatiques et de gestion proposés par les franchiseurs, mais cela peut aller plus loin avec la mise à disposition d'un service juridique ou fiscal. Ainsi, un franchisé avisé sur le plan juridique grâce aux moyens mis à sa disposition par le franchiseur sera mieux protégé et plus averti dans la gestion de ses éventuels contentieux. Pour le franchiseur, la réduction des contentieux des franchisés aura nécessairement un impact positif sur l'image du réseau.

L'assistance proposée par les franchiseurs est de plus en plus innovante et il n'est pas rare que ceux-ci conseillent leurs franchisés sur les dernières

“

Les réseaux de franchise ont par ailleurs développé une multitude d'outils pouvant faciliter grandement l'activité du franchisé et assurer sa réussite commerciale.

”

technologies pouvant être utilisées dans le cadre du concept ou encore sur les axes de communication sur les réseaux sociaux.

DES PARTENARIATS ESSENTIELS DANS LA BOÎTE À OUTILS DU FRANCHISÉ

Le franchiseur s'associe souvent à de nombreux partenaires pour proposer des services additionnels à ses franchisés à prix concurrentiel. Au-delà des fournisseurs du réseau, il peut ainsi s'agir d'une hotline d'assistance pour les difficultés rencontrées avec l'intranet ou le logiciel du réseau, d'un service de maintenance, d'un service de messagerie vocale ou même d'un organisme de recouvrement.

Ce sont autant de services dont le franchisé aurait tort de se priver et qui permettent au franchiseur d'assurer un fonctionnement efficient des membres de son réseau.

UNE ASSISTANCE CONTINUE DU FRANCHISÉ

Le franchisé bénéficie d'une assistance de son franchiseur tout au long de leur relation contractuelle. Le franchiseur accompagne son franchisé dès la signature du contrat de franchise, avant même l'ouverture de l'établissement franchisé. Ce dernier sera donc conseillé pendant la période précédant cette ouverture, mais également au lancement de son activité, avec bien souvent la présence physique du franchiseur ou de son représentant pendant plusieurs jours.

Mais l'assistance ne s'arrête pas là, car le franchisé continue à en bénéficier tout au long de sa relation avec le franchiseur, qui doit lui apporter conseils et avis régulièrement. Le franchisé pourra donc se perfectionner dans sa mise en œuvre du concept et du savoir-faire, et le franchiseur s'assurera ainsi de l'homogénéité de son réseau.

UNE ASSISTANCE INDIVIDUALISÉE, GAGE DE QUALITÉ DU RÉSEAU

Au-delà des outils et processus communs mis en place par le franchiseur pour le franchisé, ce dernier doit être accompagné à titre individuel. Cette assistance personnalisée est centrale car elle permet d'appréhender les spécificités du franchisé afin de le conseiller au mieux sur son activité et sur les éventuelles difficultés rencontrées par celui-ci. Mieux, cette individualisation du suivi du franchisé permettra au franchiseur de l'accompagner dans le développement de son activité, toujours dans l'objectif de la réussite commerciale.

Dans le cadre de cette assistance individuelle, un conseiller du réseau fera souvent le lien avec le franchisé, et assurera une relation de confiance entre le franchiseur et le franchisé.

L'assistance permet ainsi au franchisé de se placer sur le chemin de la réussite commerciale et au franchiseur d'assurer l'homogénéité de son réseau et le parfait respect de l'application de son savoir-faire. **Cet accompagnement du franchisé par le franchiseur constitue donc une réelle relation gagnant-gagnant, gage de confiance entre le franchiseur et le franchisé.**

FRANÇOIS XAVIER AWATAR

Avocat Associé

CMS Francis Lefebvre

Membre du Collège des experts FFF

CMS Francis Lefebvre

“

Le franchisé bénéficie d'une assistance de son franchiseur tout au long de leur relation contractuelle.

”

LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

COMMENT AMÉLIORER LE MANAGEMENT DE VOTRE RÉSEAU

FRANCHISER, C'EST FAIRE NAÎTRE ET GRANDIR DES CHEFS D'ENTREPRISE

S'il veut réussir durablement, un franchiseur ne doit pas considérer qu'il transmet uniquement un savoir-faire (son concept).

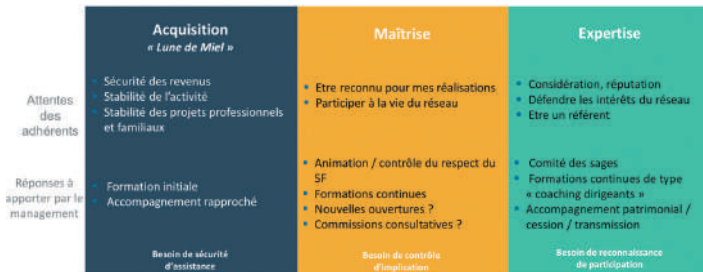
Il doit partir du principe que son rôle sera également de travailler les savoir-être (la posture, la fibre entrepreneuriale, le vivre en réseau) de ses franchisés, et de coacher au quotidien des patrons en devenir.

Quand on prend conscience de cela, et de la responsabilité que cela suppose, à savoir embarquer des femmes et des hommes dans l'entrepreneuriat, on comprend combien le management d'un réseau ne se limite pas à une assistance technique, à la mise en œuvre d'un savoir-faire, mais plutôt à un véritable **coaching** qui évoluera au fil des attentes des franchisés.

Un peu plus tard dans la vie d'un réseau, les franchiseurs découvrent généralement qu'ils ont su former de véritables chefs d'entreprise franchisés, mais qu'ils doivent aller encore plus loin et **travailler l'émulation au sein du réseau** : la somme des matières grises de l'ensemble du réseau permet d'être plus agile, plus réactif, d'aller beaucoup plus loin que le simple recours à l'intelligence des membres de sa tête de réseau.

Le rôle managérial du Franchiseur se trouve ainsi encore élargi. Il consistera à motiver la **coconstruction**, à **mobiliser l'intelligence collective**, à **accepter que le réseau puisse avoir une influence sur la trajectoire de l'enseigne**. Ces passages de paliers entre (1) une animation technique, (2) un coaching d'entrepreneurs, et (3) un émulateur d'intelligence collective, correspondent à l'évolution du cycle de vie d'un franchisé, modélisé dans le schéma suivant par Franchise Management.

Un franchisé passe généralement par trois stades : l'acquisition (0 à 2 ans d'ancienneté), la maîtrise (2 à 5 ans) et l'expertise (+ de 5 ans d'ancienneté).



Le cycle de vie des franchisés® – Franchise Management

Lorsqu'on manage un réseau, tout l'enjeu est d'adapter l'organisation de son animation et les process animation à la taille du réseau mais aussi et surtout aux attentes intrinsèques de chaque franchisé, qui dépendent souvent de l'ancienneté de la relation.

Pour délivrer le juste niveau d'animation au bon moment et aux bonnes personnes, il s'agira d'accompagner les équipes d'animation elles-mêmes. De les inscrire dans une démarche d'amélioration continue.

COMMENT FAIRE ÉVOLUER ET AMÉLIORER LE MANAGEMENT DE SON RÉSEAU ?

Les franchiseurs savent mieux que quiconque que leur propre réussite dépend de celle de leurs franchisés.

Ils sentent également combien les attentes des consommateurs, mais aussi et surtout des candidats à la franchise, évoluent.

Ils savent également que l'environnement est plus incertain que jamais, et que les équilibres d'un réseau ne sont plus intangibles : **les marketplace, la digitalisation, les évolutions de consommations impactent la répartition des rôles entre franchiseur et franchisés, les droits et devoirs réciproques, et donc les équilibres de la relation.**

L'agilité des franchisés et des services animation n'est plus un choix mais une nécessité !

Pour ce faire, les équipes d'animation doivent régulièrement prendre du recul sur leurs pratiques : (1) benchmarker leurs pratiques, (2) définir des plans d'amélioration, (3) être accompagnés à adapter leurs postures aux attentes des franchisés, (4) apprendre à conduire le changement.

C'est tout l'objet de Diagnostics Performance Réseau® que réalise régulièrement Franchise Management auprès des services animation d'enseignes existantes : réaligner le niveau d'assistance délivré aux franchisés, avec les besoins et les attentes.

QUELS SONT LES FREINS À L'OPTIMISATION DU MANAGEMENT D'UN RÉSEAU ?

Quand le juridique cadre, prémunit des risques, le management lui, lève les foules et met en mouvement la force collective.

Dans de nombreux réseaux, le passage d'une animation technique (centrée sur les produits et le concept) à un coaching d'entrepreneurs franchisés suppose de lever plusieurs freins :

- 1. Bien comprendre la frontière entre ingérence et assistance**, la peur de l'ingérence freinant parfois les velléités d'animation
- 2. Prendre conscience que la recherche de sens, le besoin d'implication, prennent de plus en plus d'importance dans la satisfaction des franchisés, et dans les critères de décision des nouveaux candidats à la franchise.**
- 3. Anticiper que le leadership du franchiseur**, qui repose au lancement d'un réseau sur sa vision et son concept, migre progressivement vers la capacité à mettre en mouvement l'intelligence collective, gérer les équilibres et défendre l'équité.

La crise de la COVID-19 a été un accélérateur de tendances sur ces sujets. On constate en effet que les réseaux qui ont su jouer la carte de l'intelligence collective, jouer la carte de la coconstruction, partager les problèmes pour trouver ensemble les solutions, « aller au-delà du contrat », sont ressortis plus forts et plus soudés que jamais.

SYLVAIN BARTOLOMEU

Dirigeant Associé – Franchise Management

Membre du Collège des experts de la Fédération Française de la Franchise

www.franchise-management.com



LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

CRÉER UNE CULTURE DE LA PERFORMANCE EN TROIS ÉTAPES

Être un bon commerçant n'est plus suffisant pour qu'un franchisé réussisse. La compétitivité requiert aujourd'hui qu'il soit également un bon gestionnaire. Transformer la culture d'un réseau et créer une culture de la performance est un véritable challenge qu'il est possible de relever en TROIS étapes.

ÉTAPE 1. MESURER, QUANTIFIER

Un réseau évolue quotidiennement. C'est pourquoi la toute première étape est de mettre en place un **référentiel** qui permettra de mieux en connaître ses composantes :

- concernant le site (adresse, surfaces, concept, localisation, mode d'exploitation, concurrent, zone de chalandise...),
- concernant le franchisé (SIRET, structure juridique, année de naissance exploitant...).

Ce sera la colonne vertébrale pour piloter son réseau et ainsi permettre de benchmarker efficacement ses données. Ces informations évoluent quotidiennement, il est indispensable d'enregistrer les évolutions afin de pouvoir retracer la chronologie et pouvoir réaliser une analyse comparable.

La grande majorité des contrats de franchise intègrent une clause obligeant le franchisé à faire parvenir annuellement sa **liasse fiscale**. Pour bon nombre de franchiseurs, cela représente un coût humain important pour collecter l'information et le traitement qui en est fait reste très sommaire. Ils sont stockés dans un répertoire partagé et ne ressortent qu'en cas de difficultés rencontrées par le franchisé. Ceci est bien dommage, car les comptes annuels représentent une véritable opportunité de disposer d'une vue globale sur la santé de son réseau.

Ces informations vous permettent de :

- Déterminer des ratios référents nécessaires dans la documentation précontractuelle
- Mesurer la santé financière du réseau, grâce à un score de risque (AFDCC) calculé pour chaque franchisé.
- Identifier des meilleurs élèves
- Avoir une vue consolidée du réseau et comparatif par critère et leur évolution (zone, concept, surface, type...).

Pour finaliser cette première étape, il faut maintenant mesurer le pouls du réseau. Pour ceci, il faut s'appuyer sur des **indicateurs d'activité**. Leurs nombres doivent être limités, pas plus d'une dizaine de KPI (Key performance Indicator) et qui touchent les différentes facettes du business (trafic, chiffre d'affaires, taux de transformation, ticket moyen, mix produit, mais aussi satisfaction client, taux de carte de fidélité...).

Cette première étape ne nécessite pas plus de trois mois pour être menée à bien et permet d'appréhender la santé du réseau, de disposer d'un pilotage efficace du réseau. Il permet de créer une culture du chiffre et d'objectiver la performance des franchisés.

ÉTAPE 2. MISE EN PLACE DE LA CULTURE DU PALMARÈS ET DU BENCHMARK

Un franchisé est par nature seul dans son commerce. Il fait de son mieux pour offrir les produits et services attendus par ses clients. Mais il lui est bien difficile de savoir ce qu'il pourrait faire de mieux et qui lui permettrait d'améliorer sa performance.

Afin de pouvoir comparer ce qui est comparable, c'est-à-dire un magasin de surface similaire dans un environnement similaire (centre-ville), il est indispensable de disposer d'un référentiel complet et à jour. Pour toutes les analyses comparables, il est nécessaire de s'appuyer sur des panels qui regroupent des points de vente ayant les mêmes caractéristiques. La première pratique à adopter est celle du palmarès car elle vise l'émulation des franchisés entre eux. De façon périodique, des classements sont diffusés au sein du réseau s'appuyant sur différents indicateurs clés. Ce classement a deux vertus :

- La première est de se positionner par rapport à ses pairs. Cette compétition interne tire le réseau vers la performance, chaque franchisé essayant de devancer son prédécesseur. Les conventions annuelles sont généralement le lieu pour remettre des trophées aux vainqueurs des différents classements.
- La seconde pratique dérivée du palmarès est celle du benchmarking. Elle consiste cette fois-ci à comparer son point de vente à des panels comparables. Imaginons que l'on compare la marge brute par rapport à un panel de magasins de centre-ville dont la surface est comprise entre 200 et 300 m².

Cette démarche a pour vertu de faire ressortir rapidement les forces ainsi que les points de vigilance, ou d'amélioration du point de vente.

ÉTAPE 3. ANTICIPER, SE PROJETER

L'exercice de réaliser un business plan ou un budget prévisionnel est particulièrement difficile lorsqu'il s'agit de la première fois. C'est d'autant plus difficile pour un franchisé qui est souvent un commerçant et n'est pas accoutumé à cette démarche.

Le fait d'être passé par les deux premières étapes au préalable permet au franchisé de maîtriser ses indicateurs clés.

L'exercice budgétaire est un moment clé dans l'activité du franchisé, il oblige à se poser, réfléchir, analyser et se projeter.

Le budget n'est pas une finalité en soi, mais un outil. Il permet de monter un dossier en vue de l'obtention d'un prêt (Investissement, PGE) mais également de mesurer mois après mois les écarts avec le réalisé afin d'avoir une meilleure appréhension de son activité.

Combien de Business Plans restent dans un tiroir après avoir été élaborés ? Ils méritent d'être revisités périodiquement, d'être challengés face à la réalité. Il s'agit de la meilleure façon de bien maîtriser son activité, ce qui est devenu critique dans un environnement complexe qui évolue de plus en plus rapidement.

Vous l'avez compris, ces trois étapes permettent de rentrer dans le cercle vertueux de la performance.

LAURENT DUBERNAIS

C.E.O. de Synergiee | Membre du Collège des Experts
de la Fédération Française de la Franchise



LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISEUR

DE L'INTÉRÊT DE MAITRISER LE COÛT DES SITES COMMERCIAUX

Les loyers et les charges d'un lieu de commerce, exploité par une société filiale (succursales) ou un commerçant indépendant (franchisés, affiliés, licenciés...), sont un poste significatif du bilan comptable (états financiers).

Les loyers et les charges d'un lieu de commerce, exploité par une société filiale (succursales) ou un commerçant indépendant (franchisés, affiliés, licenciés...), sont un poste significatif du bilan comptable (états financiers).

Afin de les réduire, la tête de réseau a tout intérêt à « sonder » la valeur locative des locaux (I) et à « checker » les charges refacturées (II).

I. SONDER RÉGULIÈREMENT LA VALEUR LOCATIVE CODE DE COMMERCE :

Le loyer d'un bail commercial doit correspondre à la valeur locative, au sens de l'article L 145-33 du code de commerce. Relative à des locaux occupés, cette valeur code de commerce est toujours inférieure à la valeur locative du marché qui est celle des locaux libres. Si la valeur locative code de commerce baisse, le preneur bénéficie d'une opportunité pour diminuer le loyer au cours du bail (A) ou lors de son renouvellement (B).

A. RÉDUCTION DU LOYER AU COURS DU BAIL

La demande doit intervenir trois ans au moins après la dernière fixation du loyer et démontrer une modification matérielle des facteurs locaux de commercialité, entraînant une variation d'au moins 10% de la valeur locative (article L 145-38 du code de commerce). Constituent une telle modification, selon la jurisprudence, la vacance des locaux voisins et les travaux réalisés dans l'environnement.

Cette action est une alternative à celle offerte au preneur en cas d'évolution de plus de 25% du loyer par rapport à sa dernière fixation à raison du jeu de la clause d'indexation (article L 145-39 du code de commerce).

B. RÉDUCTION DU LOYER LORS DU RENOUELEMENT

Un bail commercial ne prend pas fin naturellement à son terme. Un acte positif doit être notifié à la demande du bailleur (congé) ou du preneur (demande de renouvellement).

Si la valeur locative code de commerce baisse, il est dans l'intérêt du preneur de provoquer le renouvellement du bail dès son terme. Si elle augmente, il convient de laisser le bail se prolonger tacitement, sans prendre le risque qu'il atteigne une durée de 12 ans, laquelle offrirait au bailleur un motif de déplaçonnement.

Il s'agit donc de prendre la température de la valeur locative code de commerce pour déterminer le « bon timing » et ne pas laisser passer une opportunité de baisse du loyer.

II. CONTRÔLER ANNUELLEMENT LES CHARGES REFACTURÉES

La régularisation annuelle des charges, impôts, et taxes appelés par provision est l'occasion pour le preneur d'identifier les éventuelles erreurs du bailleur (A) et de solliciter le remboursement des charges indûment versées (B).

A. VÉRIFIER LE MONTANT ET LA LICÉITÉ

Une tête de réseau bien organisée contrôle le quantum des charges refacturées ainsi que leur licéité au regard du bail et de la réglementation :

- Les justificatifs des charges ont-ils été communiqués par bailleur ?
- Le décompte des charges est-il affecté d'une erreur de calcul ?
- Les charges appelées sont-elles prévues dans le bail ou, en cas de conclusion ou renouvellement après le 5 novembre 2014, dans un inventaire précis et limitatif des catégories de charges ?
- Le bailleur a-t-il communiqué l'état récapitulatif annuel dans les trois mois à compter de la reddition des charges, si l'immeuble est en copropriété, ou le 30 septembre au plus tard ?
- Le bailleur a-t-il informé le preneur des nouvelles charges et taxes ?

B. EXIGER LE REMBOURSEMENT DES TROP VERSÉS

Cette action est soumise à un délai de prescription de cinq années. Le point de départ de ce délai n'est pas le paiement des provisions, mais la dernière régularisation des charges. Si aucune régularisation n'est effectuée par le bailleur, ce dernier est tenu de rembourser les provisions pour charges (Cassation, 5 novembre 2014, n° 13-24451).

STÉPHANE INGOLD

Gouache Avocats
Avocat Associé
Pôle immobilier commercial



Vous apportez des solutions adaptées à vos réseaux

Notre cabinet d'avocats dispose d'une grande expertise dans de nombreux secteurs d'activité dans plus de 40 pays dans le monde pour vous apporter des conseils sur mesure répondant à vos besoins sur votre marché. Notre objectif est de vous aider à réduire les risques et à tirer profit de l'innovation, afin de permettre à votre réseau de franchise de se développer.

Un accompagnement juridique de la création au développement de votre enseigne. Une équipe de 12 personnes entièrement dédiée à vos problématiques du conseil au contentieux.

François-Xavier Awatar, avocat associé au sein du département droit de la distribution / droit de la franchise



François-Xavier Awatar, expert à la FFF, intervient en droit de la distribution / franchise : création, installation et développement de réseaux sur le territoire français, assistance aux franchiseurs souhaitant exporter leur activité à l'international ou l'importer en France, contentieux arbitraux et judiciaires ainsi que prévention des difficultés des réseaux.

M +33 6 29 11 29 03

E francois-xavier.awatar@lyon.cms-fl.com



PROFESSIONNELS ET INDÉPENDANTS

Vous êtes un professionnel, vous êtes protégé.

Exercez votre métier en toute sérénité, nos équipes viennent à votre rencontre pour vous conseiller sur l'assurance :

- de votre activité ;
- de vos biens professionnels ;
- de vos véhicules professionnels ;

et vous proposent des solutions pour votre protection et celle de vos salariés.

Pour plus d'informations sur nos offres, contactez nos conseillers spécialisés

📞 N°Cristal 09 69 39 49 45 ou rendez-vous sur [macif.fr](https://www.macif.fr)

APPEL NON SURTAXE



La Macif,
c'est vous.

Les garanties sont accordées dans les conditions et limites du contrat souscrit.

Crédit photo : Johnér / GraphicObsession.

MACIF - MUTUELLE ASSURANCE DES COMMERÇANTS ET INDUSTRIELS DE FRANCE ET DES CADRES ET SALARIÉS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE. Société d'assurance mutuelle à cotisations variables. Entreprise régie par le Code des assurances. Siège social: 1 rue Jacques Vandier 79000 Niort.

LA FRANCHISE ET LA LOI

LE CADRE JURIDIQUE DE LA FRANCHISE

Le « droit de la franchise » n'existe pas à proprement parler.

Il s'agit en réalité de respecter l'application combinée du droit civil, du droit commercial, du droit de la concurrence, du droit de la propriété intellectuelle... mais certaines dispositions plus spécifiques méritent d'être ici développées.

AU NIVEAU NATIONAL

1. LES ARTICLES L. 330-3 ET R. 330-1 DU CODE DE COMMERCE :


Afin de permettre au candidat à la franchise de s'engager en toute connaissance de cause, l'article L. 330-3 du Code de commerce (dit « Loi Doubin ») oblige le franchiseur à lui fournir un **Document d'information précontractuel (DIP)** lequel comprend un certain nombre d'informations listées à l'article R. 330-1 du Code de commerce, à savoir :

1. Informations relatives au franchiseur, ses dirigeants et son historique ;
2. Informations relatives à la marque, objet du concept (numéro d'enregistrement à l'INPI de la marque ou de la licence de marque – dans ce cas : durée de la licence consentie au franchiseur) ;
3. Domiciliations bancaires du franchiseur ;
4. Informations relatives au réseau d'exploitants : liste des entreprises, adresse, date de conclusion ou de renouvellement des contrats de franchise, entreprises avec lesquelles les relations ont cessé au cours de l'année précédant celle de la délivrance du document ;
5. Etat général et local du marché des produits ou services devant faire l'objet du contrat et des perspectives de développement de ce marché. Doivent être annexés à cette partie du document les comptes annuels des deux derniers exercices du franchiseur.
6. Informations relatives au contrat de franchise : indication de la durée du contrat proposé, des conditions de renouvellement, de résiliation et de cession, ainsi que le champ des exclusivités.

Le document précise, en outre, la nature et le montant des dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne ou à la marque que la personne destinataire du projet de contrat engage avant de commencer l'exploitation. Un projet de contrat de franchise doit également être annexé au DIP.

NB : La loi exige que ce DIP soit remis au candidat à la franchise au moins vingt jours avant la signature du contrat ou avant le versement de toute somme d'argent (article L. 330-3, alinéa 4 du Code de commerce).

Cette législation ne concerne pas que les franchiseurs mais est applicable à toute personne qui met à disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité (article L. 330-3, alinéa 1^{er} du Code de commerce).



Voir le modèle
proposé par la FFF
p. **58-62**

LES ARTICLES L. 341-1 ET L. 341-2 DU CODE DE COMMERCE

Depuis le 6 août 2016, date de l'entrée en vigueur de la loi Macron, deux nouveaux articles (L. 341-1 et L. 341-2) figurent dans le Code de commerce sous le titre IV « Des réseaux de distribution commerciale ».

L'article L. 341-1 du Code de commerce fixe le champ d'application de ces nouvelles dispositions qui s'appliquent aux contrats conclus entre :

- D'une part « *une personne physique ou une personne morale de droit privé regroupant des commerçants, autre que celles mentionnées aux chapitres V et VI du titre II du livre I^{er} du présent Code, ou mettant à disposition les services mentionnés au premier alinéa de l'article L. 330-3* ».
- D'autre part « *toute personne exploitant, pour son compte ou pour le compte d'un tiers, un magasin de commerce de détail* ».

... dès lors que de tels contrats ont « pour but commun l'exploitation de ce magasin » et comportent « des clauses susceptibles de limiter la liberté d'exercice par cet exploitant de son activité commerciale ».

Lorsqu'ils relèvent du champ d'application de la loi, tous les contrats signés entre un réseau de distribution et un magasin affilié sont soumis à un régime juridique particulier ; en effet, **l'ensemble de ces contrats ont nécessairement une « échéance commune »**, leur terme comme leur résiliation doit nécessairement survenir au même moment.

Ces contrats ne peuvent en outre comporter de clauses ayant pour effet, après l'échéance ou la résiliation d'un de ces contrats, de restreindre la liberté d'exercice de l'activité commerciale de l'exploitant qui a précédemment souscrit ce contrat. **Désormais, de telles clauses sont par principe réputées non écrites, sauf à ce que celui qui s'en prévaut démontre que quatre conditions sont réunies ; ces clauses doivent en effet :**

- concerner des biens et services en concurrence avec ceux qui font l'objet du contrat ;
- être limitées aux terrains et locaux à partir desquels l'exploitant exerce son activité pendant la durée du contrat ;
- être indispensables à la protection du savoir-faire substantiel, spécifique et secret transmis dans le cadre du contrat ;
- s'appliquer dans la limite d'un an après l'échéance ou la résiliation du contrat.

L'ARTICLE A. 441-1 DU CODE DE COMMERCE

(ANCIENNEMENT ARRÊTÉ DU 21 FÉVRIER 1991, DIT NEIERTZ)

Relatif à l'information du consommateur dans le secteur de la franchise, il précise que le franchisé doit informer le consommateur de sa qualité d'entreprise indépendante, sur l'ensemble des documents d'information, notamment de nature publicitaire, ainsi qu'à l'intérieur et à l'extérieur du lieu de vente.

Extrait de l'article A. 441-1 C. Com :

« Toute personne vendant des produits ou fournissant des services, liée par un accord de franchise à un franchiseur, doit informer le consommateur de sa qualité d'entreprise indépendante, de manière lisible et visible, sur l'ensemble des documents d'information, notamment de nature publicitaire, ainsi qu'à l'intérieur et à l'extérieur du lieu de vente. »

AU NIVEAU EUROPÉEN

LE RÈGLEMENT EUROPÉEN D'EXEMPTION N° 2022/720 DU 10 MAI 2022

L'article 101 Paragraphe 1 du Traité sur le Fonctionnement de l'Union Européenne (TFUE) (ex-article 81 TCE) proscrit les ententes entre entreprises qui « a) sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres » et qui « ont pour objet ou pour effet » de restreindre la concurrence sur le marché. Cette restriction de concurrence peut notamment consister à « b) limiter ou contrôler la production, les débouchés, le développement technique ou les investissements, c) répartir les marchés ou les sources d'approvisionnement [...] ».

Or le contrat de franchise, en ce qu'il restreint tant la liberté de fourniture du franchiseur que celle d'approvisionnement du franchisé, relève du droit des ententes au sens de l'article précité.

L'article 101 paragraphe 3 offre toutefois à la Commission européenne la possibilité d'exempter certaines pratiques sanctionnées par l'article 101 paragraphe 1 dans la mesure où celles-ci contribuent à « améliorer la production ou la distribution des produits ou à promouvoir le progrès technique ou économique, tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit » qui en résulte.

C'est donc dans ce cadre que la Commission européenne a adopté, le 10 mai 2022, le règlement d'exemption n° 2022/720 « relatif aux accords verticaux et pratiques concertées » lequel est entré en vigueur le 1^{er} juin 2022 et qui expirera le 31 mai 2034.

Le règlement n° 2022/720 qui succède à trois précédents règlements des 30 novembre 1988 (n° 4087/88), 22 décembre 1999 (n° 2790/1999) et 20 avril 2010 (n° 330/2010), maintient le principe de l'exemption par catégorie: **toute entreprise a ainsi le droit de recourir au mode de distribution de son choix, à condition que les accords qu'elle conclue avec ses distributeurs n'incluent pas de restrictions caractérisées insusceptibles d'être justifiées et qu'aucune des parties ne détienne une part de marché supérieure à 30 %.**

Les accords de distribution non exemptés resteront, quant à eux, soumis aux dispositions de l'article 101 précité.

Le règlement de 2022 est en outre assorti de lignes directrices qui permettent d'interpréter certaines de ses dispositions et de préciser son application à la franchise.

La jurisprudence permet en outre d'appliquer le règlement à la franchise. Ainsi, en ce qu'il a posé les principes fondateurs en la matière, et bien que datant de 1986, l'arrêt PRONUPTIA conserve toute sa portée.

L'ARRÊT DE LA COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES (CJCE) DU 28 JANVIER 1986 (DIT ARRÊT PRONUPTIA)

Les faits à l'origine de cet arrêt fondamental sont les suivants : la société PRONUPTIA, franchiseur français dans le secteur des robes de mariées, assigne son franchisé allemand en paiement d'un arriéré de redevances. Condamné en première instance, le franchisé interjette appel de la décision soulevant alors la nullité du contrat de franchise au motif que celui-ci contiendrait des clauses d'exclusivité réciproques contraires à l'article 85-1 du Traité de Rome (devenu article 101 du TFUE).

Le Cour d'appel donne gain de cause au franchisé dans un arrêt que le franchiseur frappe de pourvoi en révision devant le Bundesgerichtshof.



Voir le texte complet sur le site de la FFF

<https://www.franchise-fff.com/base-documentaire>
puis cadre réglementaire

La Haute juridiction allemande décide alors de saisir la CJCE de plusieurs questions préjudicielles dont celle de savoir si les contrats de franchise constituent des restrictions de concurrence au sens de l'ancien article 85-1 du Traité de Rome relatif au droit des ententes.

Dans son arrêt du 28 janvier 1986, la CJCE débute son analyse en distinguant trois types de contrats de franchise :

- Les contrats de franchise de services « *en vertu desquels le franchisé offre un service sous l'enseigne, le nom commercial voire la marque du franchiseur, et en se conformant aux directives de ce dernier* »,
- Les contrats de franchise de production « *en vertu desquels le franchisé fabrique, lui-même, selon les indications du franchiseur, des produits qu'il vend sous la marque de celui-ci* »,
- Les contrats de franchise de distribution, « *en vertu desquels le franchisé se borne à vendre certains produits dans un magasin qui porte l'enseigne du franchiseur* ».

Elle décide de circonscrire son analyse aux contrats de franchise de distribution (compte tenu des faits de l'espèce), contrats dont elle conclut le caractère non intrinsèquement anticoncurrentiel.

La Cour européenne établit en effet que les accords de franchise doivent permettre aux franchiseurs de prévenir le risque de voir leur savoir-faire transmis à la concurrence, mais également de protéger l'image de marque, l'identité, et la réputation de leur réseau.

La Cour s'attache ainsi à défendre la cohérence de ce système de distribution faisant des deux conditions ci-dessus la base de toute appréciation de la licéité des clauses du contrat de franchise.

La Cour relève en outre le caractère illicite de certaines restrictions de concurrence telles que la pratique des prix imposés.

Ainsi, la Cour a dit pour droit que :

- « *la compatibilité des contrats de franchise de distribution avec l'article 85, paragraphe 1^{er}, est fonction des clauses que contiennent ces contrats et du contexte économique dans lequel ils s'insèrent;*
- *les clauses qui sont indispensables pour empêcher que le savoir-faire transmis et l'assistance apportée par le franchiseur profitent à des concurrents, ne constituent pas des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1^{er};*
- *les clauses qui organisent le contrôle indispensable à la préservation de l'identité et de la réputation du réseau qui est symbolisé par l'enseigne, ne constituent pas non plus des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1^{er};*
- *les clauses qui réalisent un partage des marchés entre franchiseur et franchisés ou entre franchisés, constituent des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1^{er};*
- *le fait pour le franchiseur de communiquer au franchisé des prix indicatifs n'est pas constitutif d'une restriction de la concurrence, à la condition qu'il n'y ait pas entre le franchiseur et les franchisés ou entre les franchisés une pratique concertée en vue de l'application effective de ces prix;*
- *les contrats de franchise de distribution qui contiennent des clauses réalisant un partage des marchés entre franchiseur et franchisés ou entre franchisés, sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres.* »



Voir texte p. [50-57](#)

À travers cet arrêt Pronuptia, les juges européens ont donc posé en 1986 les grands principes du droit de la franchise, qui ont d'ailleurs grandement inspiré le premier règlement franchise de 1988 et qui constitue encore aujourd'hui l'un des éléments central du droit positif européen de la franchise.

LE CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE

Le contrat de franchise doit par conséquent :

RESPECTER LE CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN

- Le franchiseur et les franchisés savent qu'ils collaborent dans un système où leurs intérêts sont liés, tant à court qu'à plus long terme.
- La souplesse du système et le sens des responsabilités de chacun ont fait le succès de la franchise. Les relations entre les partenaires doivent donc permettre de suivre les évolutions nécessaires pour améliorer le fonctionnement du réseau de franchise. Le contrat doit traduire la stratégie du réseau de franchise. Il comporte l'indication des moyens nécessaires pour atteindre la réalisation du concept de franchise.
- Le contrat n'impose pas aux parties intéressées des restrictions qui ne soient pas nécessaires et indispensables pour atteindre les objectifs. L'équilibre du contrat est apprécié d'une façon globale en fonction de l'intérêt du réseau de franchise. Le cadre contractuel permet l'expression d'un dialogue permanent et favorise les solutions de conciliation.

RESPECTER LES PRINCIPES DÉONTOLOGIQUES SUIVANTS :

- La durée est fixée de façon à permettre au franchisé un amortissement raisonnable des investissements spécifiques à la franchise. Le cas échéant, le franchiseur informe le franchisé avec un préavis suffisant de son intention de ne pas renouveler l'ancien contrat arrivé à son terme ou de ne pas signer un nouveau contrat. Dans le cadre des clauses de résiliation, le contrat donne au franchisé la possibilité de se mettre en conformité dans un délai raisonnable, et liste de façon claire les circonstances graves pouvant entraîner une résiliation sans préavis.
- Les conditions dans lesquelles pourront s'opérer la cession ou le transfert des droits découlant du contrat sont clairement précisées, notamment les conditions d'agrément d'un successeur. L'intérêt du réseau de franchise peut légitimer l'existence d'un droit de préemption dont les modalités d'application sont précisées.
- Les clauses de non-concurrence en cours de contrat se justifient par la protection du savoir-faire et, s'il y a lieu, par le souci du franchiseur de voir le franchisé se consacrer essentiellement au succès d'un projet commun.
- Les obligations financières des franchisés sont clairement précisées et sont déterminées de façon à favoriser l'atteinte des objectifs communs.

LA FRANCHISE ET LA COMMISSION-AFFILIATION

DE LA FRANCHISE VERS LA COMMISSION-AFFILIATION DANS CERTAINS SECTEURS D'ACTIVITÉ

Les nécessités économiques et notamment une concurrence accrue dans certains secteurs d'activité ont amené les entreprises, notamment du secteur textile, à centraliser la gestion des stocks de leur réseau de commercialisation

tout en développant, dans le cadre d'un concept fort à l'égard de la clientèle, la transmission d'un savoir-faire et d'une assistance.

Afin de pouvoir gérer de près le stock de leurs distributeurs et de l'adapter ainsi aux besoins et tendances de la clientèle, a été mis en place par certaines têtes de réseau le système de la commission-affiliation.

Se pose toutefois la question de savoir si ce nouveau mode de commerce associé est assimilable à la franchise et s'il peut être englobé sous le même vocable.

La franchise s'entend avant tout comme la transmission par le franchiseur au franchiseur d'une enseigne, d'un savoir-faire et d'une assistance. À ce titre, il est donc possible d'assimiler franchise et commission-affiliation pour autant que l'on retrouve bien ces trois éléments.

Pourtant, le simple fait d'associer un mandat de vente (la commission), à la transmission d'un concept de franchise (l'affiliation), fait naître des risques juridiques.

LES RISQUES JURIDIQUES

En effet, un pas important est franchi vers l'intégration du franchiseur, et l'on sait à quel point la frontière est fragile entre intégration et subordination.

Des précautions doivent donc être prises si l'on veut éviter une requalification en contrat de travail ou assimilé salarié, ou encore une infraction au droit de la concurrence.

Ainsi, le lien de collaboration réciproque qui sous-tend le contrat de franchise doit être retranscrit avec d'autant plus de rigueur. Sera prohibée toute clause créant un lien de subordination entre le franchiseur et le commissionnaire-affilié notamment dans la gestion de son personnel, ou de son financement étant précisé que les magistrats s'attachent à la pratique autant qu'à la lettre du contrat.

De même, les clauses d'approvisionnement exclusif doivent être pratiquées avec vigilance. En effet, peut être invoqué le fait que le franchiseur finance le stock, pour les raisons indiquées ci-dessus mais également parce qu'il est prouvé qu'économiquement toutes les parties sont gagnantes. Cet argument nouveau est spécifique à la commission-affiliation et dépasse le critère classique de réputation et d'identité du réseau qui justifie les clauses d'approvisionnement exclusif de la franchise au regard du Traité de fonctionnement de l'Union Européenne.

S'agissant en outre des clauses de prix conseillés, celles-ci sont valides sous réserve que le franchiseur ait la possibilité effective de modifier ces prix, et qu'il puisse bénéficier d'une marge suffisante pour amortir ses investissements, et rémunérer son travail. La commission sera calculée après communication du relevé des ventes sur la base du prix conseillé pour chaque produit vendu. Le franchiseur fera alors son affaire de toute remise qu'il effectue.

EN CONCLUSION

La commission-affiliation peut être une modalité d'application du concept de franchise si les trois éléments caractéristiques de la franchise (enseigne – savoir-faire – assistance) sont présents et surtout si le franchiseur n'abuse pas de sa position pour imposer des clauses qui ne seraient pas indispensables au respect de l'identité, de la réputation et de l'homogénéité du réseau.

Dans cette configuration, le franchiseur bien que non propriétaire de son stock peut être considéré comme un entrepreneur indépendant.

LE CODE

DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE

PRÉAMBULE

- 1.** Ce préambule énonce l'objectif du Code de déontologie européen de la franchise et les principes en vertu desquels les associations membres de la Fédération Européenne de la Franchise appliqueront le Code dans leurs pays.
- 2.** Le CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE est un ensemble pratique de dispositions essentielles régissant les relations entre un franchiseur et chacun de ses franchisés qui constituent ensemble un réseau de franchise. Les principes déontologiques fondamentaux gouvernant la relation franchiseur-franchisé sont la bonne foi, l'équité, la transparence et la loyauté qui sont la base d'une relation de confiance mutuelle entre les parties.
- 3.** Les principes du CODE sont applicables à tous les stades de la relation de franchise que ce soit au niveau précontractuel, contractuel et post-contractuel.
- 4.** Le CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE constitue le Code de l'autorégulation du système de la franchise applicable à tous les acteurs de ce système en Europe qui recherchent des lignes de bonnes conduites de la franchise.
- 5.** Les principes énoncés dans le CODE sont clairs et précis et n'entrent pas en contradiction avec les lois nationales et les droits fondamentaux protégés dans l'UE. Ces principes ont pour objectif de rendre encore plus efficace le système de la franchise.
- 6.** En outre, le CODE constitue la pierre angulaire de l'action des Associations nationales de la Franchise, membres de la FÉDÉRATION EUROPÉENNE DE LA FRANCHISE (FEF). Les règles d'adhésion et d'agrément déterminées par chaque Association Nationale de la Franchise à l'égard de leurs futurs adhérents ainsi que les procédures disciplinaires mises en place à l'égard de leurs adhérents doivent être conformes aux principes établis dans le CODE. Par conséquent, ce CODE est obligatoire dans tous ses éléments pour tous les membres de la FEF ainsi que pour leurs propres adhérents. Le CODE est approuvé par toutes les Associations nationales de la franchise, membres de la FEF, qui doivent en faire la promotion, en assurer l'interprétation et s'engager à sa mise en œuvre dans leur pays respectif. Chaque association doit veiller à ce que le Code soit accessible au public, et en particulier à tous ceux qui souhaitent utiliser le système de la franchise.
- 7.** Les associations nationales de la franchise membres de la FEF ont la possibilité d'annexer au code européen une extension ou interprétation nationale du code à condition que ces clauses ne contreviennent pas au code.
- 8.** La FEF représente le système de la franchise dans son ensemble qui, dans une approche multipartite, comprend les intérêts des réseaux de franchise

incluant les franchiseurs et les franchisés qu'elle représente et défend auprès des autorités publiques, de la société civile, et des consommateurs.

9. Le CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE a été rédigé en 1972 par les principaux acteurs de la franchise en Europe, membres des associations fondatrices de la FEF. Il reflète directement les expériences de bonnes conduites de franchiseurs et de franchisés en Europe. Il a été révisé en 1992 pour prendre en compte les évolutions de la franchise et de ses acteurs ainsi que pour répondre à l'évolution du cadre réglementaire de l'UE.

10. Ce CODE a été actualisé en 2016, pour intégrer l'évolution des pratiques des franchiseurs et des franchisés dans les pays des Associations membres et répond aux recommandations de la Commission Européenne en matière d'autorégulation. Le Code est un document évolutif. Des mises à jour interviennent de manière récurrente afin qu'il reste pertinent par rapport aux évolutions constantes du système de la franchise et de ses pratiques.

11. Après 40 ans d'expérience en tant qu'unique voix de la franchise en Europe, la FEF considère qu'une autorégulation forte constitue l'outil le mieux adapté au système de la franchise en Europe. C'est sur cette base que le système de la franchise a contribué, de manière significative, à la promotion de l'entrepreneuriat, et en particulier au développement des PME et du commerce moderne, ainsi qu'à la création d'emplois en Europe.

12. LA FÉDÉRATION EUROPÉENNE DE LA FRANCHISE (FEF) est une association internationale sans but lucratif constituée en 1972. Elle est enregistrée à Bruxelles, en Belgique, où se tient son Secrétariat permanent. Les membres de la Fédération sont des Associations nationales qui répondent aux conditions géographiques/institutionnelles déterminées dans les Statuts de la FEF.

13. L'un des rôles fondamentaux de la FEF est de promouvoir le respect du CODE DE DÉONTOLOGIE afin d'assurer le développement des bonnes pratiques par les acteurs du système de la franchise au sein de l'UE.

1. DÉFINITION DE LA FRANCHISE

La franchise est un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologies, basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes, le franchiseur et ses franchisés, dans lequel le franchiseur accorde à ses franchisés le droit, et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec le concept⁽¹⁾ du franchiseur. Le droit ainsi concédé autorise et oblige le franchisé, en échange d'une contribution financière directe ou indirecte, à utiliser l'enseigne et/ou la marque de produits et/ou de services, le savoir-faire, et autres droits de propriété intellectuelle, soutenu par l'apport continu d'assistance commerciale et/ou technique, dans le cadre et pour la durée d'un contrat de franchise écrit, conclu entre les parties à cet effet.

Le savoir-faire est un ensemble d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience du franchiseur et testées par celui-ci. Il est secret, substantiel et identifié.

« **Secret** » signifie que le savoir-faire n'est pas généralement connu ou facilement accessible : cela n'est pas limité au sens étroit que chaque composant individuel du savoir-faire doit être totalement inconnu ou impossible à obtenir hors des relations avec le franchiseur⁽²⁾.

« **Substantiel** » signifie le savoir-faire est significatif et utile à l'acheteur pour l'utilisation, la vente ou la revente de biens ou services contractuels⁽³⁾.

* Voir les annexes numérotées de 1 à 13, à la suite du Code de déontologie.

« **Identifié** » signifie que le savoir-faire doit être décrit d'une façon suffisamment complète pour permettre de vérifier qu'il remplit les conditions de secret et de substantialité⁽⁴⁾.

2. LES PRINCIPES DIRECTEURS

2.1. Le franchiseur est l'initiateur d'un «Réseau de franchise» constitué du franchiseur et des franchisés et dont il a vocation à assurer la pérennité⁽⁵⁾.

2.2. Les engagements du Franchiseur.

Le Franchiseur devra :

- a) avoir mis au point et exploité avec succès un concept sur le marché pertinent, pendant au moins un an et dans au moins une unité pilote, avant le lancement du réseau de franchise sur ce marché;
- b) être le titulaire ou disposer de droits légaux d'utilisation sur les signes de ralliement de la clientèle : enseigne, marques et autres signes distinctifs⁽⁶⁾;
- c) reconnaître ses franchisés en tant qu'entrepreneur indépendant et ne devra pas créer directement ou indirectement de lien de subordination;
- d) apporter à ses franchisés une formation initiale et leur apporter continuellement une assistance commerciale et/ou technique pendant toute la durée du contrat;
- e) assurer à son franchisé la jouissance du savoir-faire transféré et/ou mis à sa disposition qu'il revient au franchiseur d'entretenir et de développer;
- f) transférer et/ou mettre à disposition du franchisé le savoir-faire à travers des moyens adéquats d'information et de formation et contrôlera la bonne utilisation de ce savoir-faire par le franchisé;
- g) encourager le retour d'information des franchisés afin de maintenir et de développer le savoir-faire transféré et/ou mis à disposition des franchisés;
- h) utiliser tous les moyens raisonnables, au stade précontractuel, contractuel et post-contractuel, pour empêcher toute utilisation illicite du savoir-faire en particulier, par des réseaux concurrents qui pourraient porter préjudice aux intérêts du réseau;
- i) consacrer les moyens financiers et humains appropriés pour la promotion de sa marque et pour la recherche et l'innovation permettant d'assurer le développement et la pérennité de son concept;
- j) informer ses candidats franchisés et ses franchisés de sa politique de vente et de communication sur internet;
- k) chercher à préserver l'intérêt supérieur du réseau dans le développement de sa politique commerciale sur internet.

2.3. Les engagements du Franchisé.

Le Franchisé devra :

- a) collaborer loyalement à la réussite du réseau auquel il a adhéré, en toute indépendance et à l'exclusion de tout lien de subordination à l'égard du franchiseur;
- b) consacrer ses meilleurs efforts au développement du réseau de franchise et au maintien de son identité commune et de sa réputation;
- c) être responsable des moyens financiers et humains qu'il engage dans son entreprise en franchise et responsable en tant qu'entrepreneur indépendant, à l'égard des tiers, des actes accomplis dans le cadre de l'exploitation de la franchise;
- d) agir loyalement à l'égard de tout franchisé du réseau ainsi qu'à l'égard du réseau lui-même;

- e) fournir au franchiseur les données opérationnelles vérifiables afin de faciliter la détermination des performances et les états financiers requis pour la direction d'une gestion efficace;
- f) permettre au franchiseur de s'assurer que les produits et services fournis au consommateur par le franchisé respectent bien la notoriété et l'image de l'enseigne ainsi que le savoir-faire transmis;
- g) être seul responsable, en qualité de commerçant/entrepreneur indépendant, à l'égard du consommateur;
- h) ne devra pas divulguer à des tiers le savoir-faire ainsi que les autres informations liées à l'exploitation d'un point de vente franchisé et transmis par le franchiseur, que ce soit pendant ou après la fin du contrat de franchise⁷.

2.4. Les engagements continus des deux parties.

Les Parties devront :

- a) rechercher à préserver l'image et la réputation du réseau dans l'exploitation de leur entreprise respective;
- b) agir de façon équitable dans leurs relations mutuelles. Elles avertiront l'autre partie par écrit de toute infraction au contrat et lui accorderont, si justifié, un délai raisonnable pour la réparer;
- c) respecter le caractère confidentiel des informations relatives au concept de franchise transmises de l'une à l'autre des Parties;
- d) résoudre leurs griefs et litiges avec bonne foi et loyauté par la communication et la négociation directes;
- e) lorsque la négociation directe entre les parties a échoué, rechercher à résoudre de bonne foi leur différend par la voie de la médiation et/ou de l'arbitrage le cas échéant.

3. RECRUTEMENT, PUBLICITÉ ET DIVULGATION

3.1. La publicité pour le recrutement de franchisés doit être dépourvue de toute ambiguïté et d'informations trompeuses.

3.2. Tout document publicitaire faisant apparaître directement ou indirectement des résultats financiers prévisionnels du franchisé devra être objectif et vérifiable.

3.3. Afin que le futur franchisé puisse s'engager en toute connaissance de cause, le franchiseur lui fournira une copie du présent Code de déontologie ainsi qu'une information complète et écrite concernant les clauses du contrat de franchise – ceci dans un délai raisonnable avant la signature des documents contractuels.

3.4. Le candidat franchisé a la responsabilité d'analyser précisément les informations relatives à la relation de franchise afin d'intégrer ces éléments dans son projet d'entreprise dont il est pleinement responsable.

3.5. Le candidat franchisé doit être loyal et sincère quant aux informations qu'il fournit à son franchiseur sur son expérience, ses capacités financières, sa formation en vue d'être sélectionné.

3.6. Lorsque le franchiseur propose la signature d'un contrat de réservation, celui-ci respecte les principes suivants :

- avant la signature de tout contrat de réservation, le futur franchisé doit se voir remettre les informations écrites quant au contenu de ce contrat ainsi qu'aux dépenses qui en découleront pour le candidat. Si le contrat de franchise est signé, les débours seront remboursés par le franchiseur ou à valoir sur le droit d'entrée s'il y a lieu,
- la durée du contrat de réservation doit être précisée,
- une clause de dédit réciproque doit être prévue,
- le franchiseur peut imposer une clause de non-concurrence et/ou de confidentialité afin d'empêcher le détournement du savoir-faire transmis pendant la durée du contrat de réservation.

4. SÉLECTION DES FRANCHISÉS

Le franchiseur sélectionne et n'accepte que les franchisés qui, d'après une enquête raisonnable, auraient les compétences requises (formation, qualités personnelles, capacités financières) pour l'exploitation de l'entreprise franchisée.

5. LE CONTRAT DE FRANCHISE

5.1. Le contrat de franchise doit être en conformité avec le droit national, le droit communautaire et le Code de déontologie et ses annexes nationales.

5.2. Le contrat reflète les intérêts des membres du réseau de franchise, en protégeant les droits de propriété industrielle ou intellectuelle du franchiseur et en maintenant l'identité commune et la réputation du réseau de franchise⁽⁹⁾.

5.3. Les franchiseurs remettront, par écrit, tous contrats et toutes conventions contractuelles gérant les relations franchiseur-franchisé rédigés dans la langue officielle du pays dans lequel le franchisé est établi, ou dans une langue que le franchisé déclare formellement comprendre. Des copies du contrat signé seront immédiatement remises au franchisé.

5.4. Le contrat de franchise définit sans ambiguïté les obligations et les responsabilités respectives des parties ainsi que toutes autres clauses matérielles de la collaboration.

5.5. Le contrat de franchise comprend au moins a minima les dispositions suivantes :

- les droits du franchiseur,
- les droits du franchisé,
- les droits de propriété intellectuelle du franchiseur sur les marques, enseignes, etc. devront être protégés pour une durée au moins aussi longue que celle du contrat de franchise conclu avec le franchisé,
- les biens et/ou services fournis au franchisé,
- les obligations du franchiseur^{(9) (12) (13)},
- les obligations du franchisé,
- les conditions financières pour le franchisé,
- la durée du contrat, fixée de façon à permettre au franchisé l'amortissement des investissements spécifiques à la franchise,
- les conditions de renouvellement du contrat incluant le préavis que chaque Partie doit respecter envers l'autre afin de l'informer de son intention de renouveler le contrat arrivé à son terme⁽¹⁰⁾,

- les conditions dans lesquelles le franchisé a le droit de céder ou de transférer ses droits découlant du contrat et les conditions de préemption du franchiseur,
- les conditions d'utilisation par le franchisé des signes de ralliement de la clientèle appartenant au franchiseur : enseigne, marque, marque de service, logo et tous signes distinctifs,
- le droit du franchiseur de faire évoluer son concept de franchise,
- les clauses de résiliation du contrat,
- les clauses prévoyant la récupération par le franchiseur de tout élément corporel ou incorporel lui appartenant en cas de cessation du contrat⁽⁴⁾.

6. MASTER-FRANCHISE

Ce Code de déontologie ne s'applique pas aux relations entre le franchiseur et son master-franchisé. En revanche, il s'applique aux relations entre le master-franchisé et ses franchisés.

Dernière mise à jour : 19 février 2019

ANNEXES FRANÇAISES AU CODE DE DÉONTOLOGIE EUROPÉEN DE LA FRANCHISE

(1) Le concept est la conjonction originale de trois éléments :

- la propriété ou le droit d'usage de signes de ralliement de la clientèle : marque de fabrique de commerce ou de services, enseigne, raison sociale, nom commercial, signes et symboles, logos;
- l'usage d'une expérience, d'un savoir-faire;
- une collection de produits, de services et/ou de technologies brevetées ou non, qu'il a conçus, mis au point, agréés ou acquis.

(2) Secret, le fait que le savoir-faire, dans son ensemble ou dans la configuration et l'assemblage précis de ses composants, ne soit pas généralement connu ou facilement accessible : cela n'est pas limité au sens étroit que chaque composant individuel du savoir-faire doit être totalement inconnu ou impossible à obtenir hors des relations avec le franchiseur.

(3) Substantiel, le fait que le savoir-faire doit inclure une information indispensable pour la vente de produits ou la prestation de services aux utilisateurs finaux et notamment pour la présentation des produits pour la vente, la transformation des produits en liaison avec la prestation de services, les relations avec la clientèle, et la gestion administrative et financière; le savoir-faire doit être utile pour le franchisé en étant susceptible, à la date de conclusion de l'accord, d'améliorer la position concurrentielle du franchisé, en particulier en améliorant ses résultats ou en l'aidant à entrer sur un nouveau marché.

(4) Identifié, le fait que le savoir-faire doit être décrit d'une façon suffisamment complète pour permettre de vérifier qu'il remplit les conditions de secret et de substantialité; la description du savoir-faire peut être faite dans l'accord de franchise, dans un document séparé ou sous toute autre forme appropriée.

(5) Le réseau de franchise est constitué du franchiseur et des franchisés :

Le réseau de franchise, par son organisation et son développement, contribue à améliorer la production et/ou la distribution des produits et/ou services ou à promouvoir le progrès technique et économique tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte. Le franchiseur doit favoriser un dialogue

permanent et structuré entre son organisation et les franchisés en favorisant des instances de concertation. Le franchisé doit s'impliquer dans la vie du réseau et contribuer à l'intérêt général du réseau. La marque du franchiseur, symbole de l'identité et de la réputation du réseau, constitue la garantie de la qualité du service rendu au consommateur.

Cette garantie est assurée par la transmission et le contrôle du respect d'un savoir-faire et la mise à disposition d'une gamme homogène de produits et/ou de services et/ou de technologies. Le franchiseur s'assure que le franchisé, par une signalisation adéquate, fait connaître sa nature d'entrepreneur juridiquement indépendant.

(6) L'image de marque :

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance de signes de ralliement de la clientèle mis à sa disposition. Il doit notamment lui garantir la validité de ses droits sur la ou les marques dont l'usage est conféré à quelque titre que ce soit, au franchisé. Le franchiseur entretient et développe l'image de marque. Le franchiseur veille au respect par le franchisé des prescriptions d'utilisation de la marque et des autres signes de ralliement mis contractuellement à sa disposition. À l'issue du contrat, le franchiseur s'assurera de la non-utilisation des signes de ralliement de la clientèle par l'ancien franchisé. En cas d'exclusivité de l'utilisation de la marque sur un territoire donné, le franchiseur en précise les modalités : objet, portée.

Le franchiseur s'assure par tout moyen que la collection de produits et/ou de services et/ou de technologies offerts au consommateur est bien conforme à l'image de marque et ce au moyen d'une clause d'achats exclusifs pour les systèmes qui le justifieraient et en particulier lorsque les produits portent la marque du franchiseur.

(7) À cet égard, le contrat pourra prévoir une clause de non-concurrence en cours ou en fin de contrat dont la durée, la portée et l'objet sont déterminés pour tenir compte de l'intérêt du réseau.

(8) Les relations contractuelles :

Le franchiseur et les franchisés savent qu'ils collaborent dans un système où leurs intérêts sont liés, tant à court qu'à terme plus long.

La souplesse du système et le sens des responsabilités de chacun ont fait le succès de la franchise.

Les relations entre les partenaires doivent donc permettre de suivre les évolutions nécessaires à améliorer le fonctionnement du réseau de franchise et la satisfaction du consommateur.

Le franchiseur établit le contrat écrit qui énonce de façon complète et précise les droits, obligations et responsabilités des parties.

Le contrat doit traduire la stratégie du réseau de franchise. Il comporte l'indication des moyens nécessaires pour atteindre la réalisation du concept de franchise. Le contrat n'impose pas aux parties intéressées de restrictions qui ne soient pas nécessaires pour atteindre les objectifs.

L'équilibre du contrat est apprécié d'une façon globale en fonction de l'intérêt du réseau de franchise. Le cadre contractuel permet l'expression d'un dialogue permanent et favorise les solutions de conciliation.

(9) En qualité de responsable de l'identité et de la réputation du réseau, le franchiseur s'efforce, en proportion de ses moyens et des buts recherchés, de :

- Définir des normes de qualité et veiller ou faire veiller à leur respect par les franchisés vis-à-vis du consommateur.
- Maintenir le franchisé informé de l'existence de sa responsabilité, spécifique à la franchise, à l'égard du consommateur, en qualité de commerçant indépendant et notamment du recours possible au Comité de Médiation Franchise-Consommateurs de la Fédération Française de la Franchise.

- Dans les cas où l'activité du réseau de franchise nécessite un paiement d'avance total ou partiel par le consommateur, d'attirer l'attention du franchisé sur la nécessité de garantir le consommateur, soit par sa solvabilité propre, soit par une assurance, une garantie bancaire ou tout autre moyen.

(10) Le cas échéant, le franchiseur informe le franchisé avec un préavis suffisant de son intention de ne pas renouveler l'ancien contrat arrivé à son terme ou de ne pas signer un nouveau contrat, et réciproquement.

(11) Le franchiseur, ayant indiqué dans le contrat les conditions de reprise et/ou d'utilisation des matériels spécifiques à la franchise, ne recherche pas, par ces conditions, à pénaliser l'ancien franchisé, mais à protéger l'identité et la réputation du réseau de franchise.

(12) Le franchiseur ne doit pas développer de pratiques injustifiées privant le franchisé de sa liberté de quitter le réseau à la fin du contrat de franchise.

(13) En tant qu'entrepreneur responsable conscient des grands enjeux sociétaux, le franchiseur s'engage à mettre en place une approche RSE dans le développement de son réseau.

LE DOCUMENT D'INFORMATION PRÉCONTRACTUEL (DIP)

MODÈLE PROPOSÉ PAR LA FFF

1. PRÉSENTATION DU FRANCHISEUR

Si le franchiseur est une personne physique

Nom.....

Prénoms.....

Nom commercial.....

Expérience professionnelle (peut ne porter que sur les cinq dernières années).....

.....

.....

Adresse du domicile ou du siège de l'entreprise.....

.....

Si le franchiseur est une personne morale

Dénomination sociale.....

Forme juridique.....

Adresse du siège social.....

Montant du capital social.....

Nom de l'exploitant, du ou des dirigeants.....

Expérience professionnelle pour chacun d'eux pour les cinq dernières années.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE DU FRANCHISEUR

2.1. Date de création

2.2. Évolution (sur les cinq dernières années)

Étapes de son évolution

.....
.....
.....
.....

Étapes de l'évolution de son réseau d'exploitation

.....
.....
.....
.....

2.3. N° d'immatriculation au registre du commerce ou au répertoire des métiers (annexe 1)

.....

2.4. Marque (annexe 2)

N° d'enregistrement

Date

Nom du déposant

En cas de licence ou d'acquisition à la suite d'une cession :

N° d'inscription au registre national des marques

Date d'inscription

Durée pour laquelle la licence a été consentie

2.5. Domiciliations bancaires (limitées aux cinq principales). À joindre en annexe 3. Indiquer les noms et adresses de l'établissement bancaire et de l'agence, ainsi que le numéro du compte

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.6. Activités de l'entreprise (en particulier faisant l'objet de la franchise)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. PRÉSENTATION DU RÉSEAU D'EXPLOITATION

3.1. Liste des succursales et filiales majoritaires. À joindre en annexe 4.

3.2. Liste des franchisés (y compris filiales minoritaires) comportant pour chacun d'eux l'adresse et la date de conclusion ou de renouvellement du contrat (limitée s'il y a lieu aux cinquante franchisés les plus proches du lieu d'exploitation envisagé). À joindre en annexe 5.

3.3. Liste des autres entreprises faisant partie du réseau en précisant le mode d'exploitation. À joindre en annexe 6.

3.4. Nombre de franchisés avec lesquels les relations contractuelles de même nature ont cessé dans l'année précédant la délivrance du présent document :

Préciser le nombre par motif :

- expiration.....
- résiliation
- annulation.....

3.5. Y a-t-il dans la zone de chalandise ou d'exclusivité territoriale de l'implantation prévue, avec l'accord express du franchiseur, d'autres établissements diffusant les mêmes produits ou services sous la marque, le nom commercial ou l'enseigne faisant l'objet du contrat ?

Oui Non

4. LES RÉSULTATS DU FRANCHISEUR

4.1. Pour les deux derniers exercices disponibles

Entreprise faisant appel public à l'épargne : fourniture des rapports prévus par l'article 34 de la loi du 24 juillet 1966.

Autres entreprises : fourniture des comptes annuels tels que remis au Greffe du tribunal de commerce. À joindre en annexe 7.

5. LE MARCHÉ

5.1. Présentation de l'état général du marché des produits ou services faisant l'objet du contrat

Fournie en annexe 8 (préciser les sources et dater les informations).

5.2. Présentation de l'état local du marché des produits ou services faisant l'objet du contrat

Fournie en annexe 9 (préciser les sources et dater les informations).

5.3. Perspectives de développement du marché

Fournies en annexe 10 (préciser les sources et dater les informations).

6. LE CONTRAT (ANNEXE 11)

6.1. Durée du contrat

6.2. Conditions de renouvellement

6.3. Conditions de résiliation

6.4. Conditions de cession

6.5. Le contrat prévoit-il des exclusivités ?

• territoriale Oui Non

Champ de l'exclusivité

• d'approvisionnement Oui Non

Champ de l'exclusivité

• d'activité professionnelle Oui Non

Champ de l'exclusivité

6.6. Le contrat prévoit-il

• une clause de non-concurrence ? Oui Non

• une clause de non-affiliation à un réseau concurrent ? Oui Non

6.7. Autres exclusivités (à préciser)

.....

.....

.....

6.8. Obligations financières du franchisé

.....

.....

.....

6.8.1. Dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne ou à la marque avant le démarrage de l'exploitation :

- Droit d'entrée Oui Non
- Si oui, montant
- Aménagement du point de vente
- Nature des aménagements
- Montant estimé
- Stock initial Oui Non
- Montant estimé
- Autres (à préciser)

6.8.2. Dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne ou à la marque après le démarrage de l'exploitation :

- Redevances directes : Oui Non
- Si oui
- Taux
- Assiette ou montant
- Autres obligations financières
- Pour chacune, nature et assiette

ANNEXES

ANNEXE 1 : Extrait du K-Bis.

ANNEXE 2 : Justificatif de la date d'enregistrement ou du dernier renouvellement de la marque et du nom du propriétaire.

ANNEXE 3 : RIB.

ANNEXE 4 : Liste des succursales et filiales majoritaires.

ANNEXE 5 : Liste des franchisés comportant pour chacun adresse et date de conclusion ou de renouvellement du contrat.

ANNEXE 6 : Liste des autres entreprises faisant partie du réseau en précisant le mode d'exploitation.

ANNEXE 7 : Plaquette d'assemblée générale ou de comptes annuels.

ANNEXE 8 : Présentation de l'état général du marché des produits ou services faisant l'objet du contrat.

ANNEXE 9 : Présentation de l'état local du marché.

ANNEXE 10 : Perspective de développement du marché.

ANNEXE 11 : Contrat de franchise.

ANNEXE 12 : Code de déontologie européen de la franchise.



Story Building - crédits photos: shutterstock



**Un modèle d'entrepreneuriat
fondé sur le transfert du
savoir-faire, et partage de la
valeur entre franchiseurs et
franchisés**



**Un modèle vertueux pour
l'économie, créateur de
richesse et d'emplois**



**Un modèle efficace, moins
risqué, avec un retour sur
investissement plus rapide**

www.franchise-fff.com

La Fédération Française de la Franchise représente un modèle vertueux et efficace. Acteur majeur du dynamisme de l'économie française, la Fédération française de la franchise est la fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés depuis 1971. Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise. Elle a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris qui est devenu le rendez-vous annuel international de la franchise.. Elle forme aux métiers de la franchise, depuis 2009, avec son Académie de la franchise, le premier organisme de formation aux différents métiers de la franchise destinés aux futurs franchisés, aux futurs ou actuels franchiseurs.

QUELQUES CLAUSES PHARES

DU CONTRAT DE FRANCHISE

Désormais, même entre professionnels, toute relation commerciale suivie doit être équilibrée.

Le contrat de franchise qui doit régir une relation gagnant-gagnant n'échappe pas à la règle. S'il prévoit une indemnité à charge du franchisé en cas de faute de sa part, il doit prévoir le même type d'indemnité si le franchiseur commet une faute. L'équilibre passe aussi par la transparence. Certains contrats sont touffus, voire confus et les candidats à la franchise ont du mal à s'y retrouver. Les juges n'aiment pas la confusion notamment s'il s'agit des clauses importantes comme les suivantes :

LE SAVOIR-FAIRE

Le contrat n'est pas un document publicitaire où le franchiseur conte ses mérites. Il doit énumérer précisément les éléments de l'activité couverts par le savoir-faire de l'enseigne. Ceux-ci peuvent être divers : agencements, produits, communication, digital, informatique, accueil, etc. Mais rien n'interdit aussi au Franchiseur de limiter l'assise du savoir-faire. Un chef de réseau dans la restauration peut ainsi limiter son savoir-faire à des recettes de cuisine comme un parfumeur pourrait le limiter à la qualité de ses parfums. Le franchiseur a le devoir d'être performant là où il cible son savoir-faire.

LE PRIX DE LA FRANCHISE

L'accès au réseau engendre différentes dépenses. Droit d'entrée, de formation, redevance de franchise, redevance informatique, redevance de communication, participation à l'internet... À chaque type de prestations doit correspondre une rémunération identifiée. Des redevances élevées ne doivent pas dissuader d'emblée d'adhérer au réseau ; il faut étudier à la fois leur contrepartie qui doit être mentionnée sur le contrat et la rentabilité du concept.

Pendant le cours du contrat, les exigences du franchiseur en vue de l'adaptation du franchisé aux évolutions du concept sont nécessaires afin de préserver l'homogénéité du réseau. Toutefois, elles doivent faire l'objet de limites financières et ne pas être mises en œuvre avant un certain délai après l'adhésion au réseau de chaque franchisé, si elles impliquent des dépenses importantes. Le franchisé doit en effet pouvoir construire un budget prévisionnel sérieux.

L'INTERNET

Les franchiseurs ont en général un cahier des charges d'utilisation de l'internet avec les normes du concept. On ne peut interdire à un franchisé le recours à internet pour la commercialisation de ses produits mais le franchiseur peut encadrer cette vente pour faire respecter l'image du concept.

L'EXCLUSIVITÉ TERRITORIALE

L'exclusivité territoriale n'est pas obligatoire. Lorsqu'elle est consentie au franchisé, elle peut être limitée à l'exploitation du concept de franchise. Le cas échéant, le franchiseur peut commercialiser sur le territoire les mêmes produits et services mais hors concept.

L'exclusivité peut aussi concerner les produits et services du concept ; mais dans ce cas, elle n'est pas totalement protectrice, car la vente sur internet n'a pas de limite territoriale. La portée de l'exclusivité doit faire l'objet d'une information claire.

L'OBLIGATION D'APPROVISIONNEMENT

La vente de produits constitue un revenu complémentaire utile pour le franchiseur et un facteur d'homogénéité du réseau. Pour qu'elle soit valable, il convient de la justifier. Par exemple, par les conditions d'achat profitables consenties au franchisé.

LA DURÉE

L'entrée dans le réseau implique souvent des frais importants pour le franchisé (droit au bail, agencement, etc). Il faut pouvoir exploiter le concept un certain temps pour amortir l'investissement. Évitez le contrat à durée indéterminée, car il peut être résilié à tout moment avec un préavis dépendant de la durée déjà écoulée, qui peut être très court au début de la relation.

Privilégions le contrat à durée déterminée. Le droit européen limite les clauses d'exclusivité et de non-concurrence à cinq ans, durée de contrat retenue par la majorité des réseaux aujourd'hui. Précisons qu'en cas de renouvellement, le nouveau contrat peut restreindre la taille du territoire en tenant compte de son occupation par le franchisé sur la période écoulée.

LES OBLIGATIONS RESTRICTIVES DE CONCURRENCE

Pendant la durée du contrat, la plupart des réseaux exigent du franchisé une interdiction totale d'exercer une activité similaire à celle du concept. Il faut protéger le réseau contre l'évasion du savoir-faire, et, ne serait-ce qu'instinctivement, le franchisé aura tendance à utiliser le savoir-faire du concept s'il exerce le même type d'activité dans un autre cadre. La jurisprudence valide cette restriction de concurrence sans limite.

Après la fin du contrat, la clause de non-concurrence est théoriquement valable si elle est limitée aux locaux exploités, à une durée d'un an et si elle est proportionnée aux intérêts qu'elle protège (un véritable savoir-faire). Pour permettre aux ex-franchisés de continuer une activité similaire, de nombreux réseaux limitent la restriction de concurrence à une interdiction d'affiliation à un réseau concurrent. Celle-ci est soumise aux mêmes règles de validité que la première. La jurisprudence apprécie toutefois restrictivement la validité des deux clauses en étant particulièrement exigeante sur le savoir-faire à protéger.



DES
IDEES POUR
DÉVELOPPER
VOTRE
BUSINESS

 franchise
expo PARIS

fff Fédération
Française
Franchise

DU 19 AU 22 MARS 2023
PARIS - PORTE DE VERSAILLES

création : @franchiseexpo

Votre badge gratuit sur www.franchiseparis.com avec le code PAR3SW

organisé par  infoprodigital

En partenariat avec  Toute la Franchise

CADREMPLOI

 CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

LE FIGARO

 RTL

— Franchiseur, un métier qui s'apprend



**Donnez-vous
les moyens de
construire et de
développer votre
réseau.**

**Faites monter vos
collaborateurs en
compétence et
formez vous aux
nouvelles pratiques.**

L'Académie de la Franchise® vous propose une offre de formations dédiée aux réseaux de franchise. Une offre adaptée à tous les stades de la création au développement, au management et l'animation des réseaux.

CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT

- L'encadrement légal de la franchise
- Le métier de développeur de réseau
- La sélection des candidats à la franchise
- Le recrutement des candidats grâce au digital
- La transmission du savoir-faire

ANIMATION ET MANAGEMENT

- Les stratégies de développement à l'international
- La cession d'entreprise franchisée
- La maîtrise des notions comptables et de gestion
- La gestion des conflits entre franchiseur et franchisé
- Le métier d'animateur de réseau



Consultez nos offres de formation :
www.formation-franchise.com

LA FRANCHISE EN CHIFFRES

Comme tous les ans depuis 2000, la Fédération Française de la Franchise procède au comptage annuel des réseaux commerciaux utilisant la franchise pour tout ou partie de leur développement.

Ce comptage permet d'observer les grandes tendances de la « démographie » française en matière de franchise : quel est le rythme de croissance de la franchise en France ? Quels secteurs créent le plus de réseaux et de magasins ? Comment évolue la mixité des réseaux ?

LA FRANCHISE EN FRANCE

Après les deux années Covid, les crises se sont succédées : problèmes d'énergie, hausse des matières premières, guerre en Ukraine, inflation... 2022 aura été semée d'embûches.

Toutefois, grâce à son concept associant liberté d'entreprendre et accompagnement d'un réseau, la franchise a montré à nouveau toute sa force et son adaptabilité.

Dans un monde de plus en plus complexe et incertain, elle apparaît indéniablement comme un modèle d'avenir qui s'inscrit dans une vraie dynamique de création de valeur (entreprises, emplois...) et de revitalisation des territoires.

LES PRINCIPALES TENDANCES À RETENIR EN 2022

Au regard du contexte économique, la franchise confirme sa solidité avec quatre enseignements à retenir :

- le modèle montre cette année encore son dynamisme et sa capacité à rebondir dans un climat tendu et perturbé.
- La franchise affiche une nette évolution de son chiffre d'affaires (+11,4% par rapport à 2021, +13 % par rapport à 2019, année de référence).
- Le nombre de points de vente franchisés augmente en 2022 avec 84 497 magasins comptabilisés.
- Les réseaux se développant en mixte (franchise/succursales) ont accentué leur développement en franchise.

Depuis plus de 50 ans, la franchise joue un rôle crucial dans le paysage économique français en étant créatrice d'emplois et de valeur ajoutée sur les territoires où elle s'implante. Cette année encore les chiffres montrent une vraie dynamique de croissance avec 828 178 emplois directs et indirects qui existent grâce à la franchise.

Force est de constater que la franchise reste un modèle dynamique et pertinent. Mieux, la franchise prouve chaque jour qu'elle est un vrai moteur économique, social et sociétal. Elle demeure agile et attractive avec un nombre de points de vente franchisés comme un chiffre d'affaires global en augmentation constante.

TABLEAU 1 – Franchiseurs et franchisés, évolution depuis 1971

	1971	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Nb de franchiseurs	34	1 658	1 719	1 796	1 834	1 900	1 976	2 004	2 049	1 927	1 965	1 972
Nb de franchisés*	–	65 059	65 133	68 171	69 483	71 508	74 102	75 193	78 218	78 032	79 134	84 497
CA en milliards d'€	–	50,68	47,40	51,45	53,38	55,10	59,55	62,01	67,80	63,88	68,79	76,61

* Ces chiffres se rapportent au nombre de magasins ou de points de vente en franchise, et non au nombre réel de franchisés.
Sources : ACFCI – Service Commerce & Distribution, 1971. À partir de 2000, données FFF. À partir de 2007, données FFF et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems.

TABLEAU 2 – Répartition par secteurs des réseaux de franchise en France en 2022

Secteurs	Réseaux	Franchisés*	CA franchisés en milliards d'€	Réseaux en %	Franchisés en %	CA franchisés en %
Équipement de la maison	113	4 247	9 334 560	5,73 %	5,03 %	12,18 %
Équipement de la personne	346	9 374	5 875 436	17,55 %	11,09 %	7,67 %
Alimentaire	216	16 483	28 184 879	10,95 %	19,51 %	36,79 %
Commerce divers	221	8 491	7 332 094	11,21 %	10,05 %	9,57 %
Services auto	77	9 623	3 458 451	3,90 %	11,39 %	4,51 %
Bâtiment	62	1 970	1 632 434	3,14 %	2,33 %	2,13 %
Nettoyage	25	404	113 147	1,27 %	0,48 %	0,15 %
Coiffure et esthétique	144	6 655	2 211 946	7,30 %	7,88 %	2,89 %
Autres services aux personnes	206	7 149	2 617 089	10,45 %	8,46 %	3,42 %
Services aux entreprises	122	3 483	1 851 752	6,19 %	4,12 %	2,42 %
Formation	27	328	74 007	1,37 %	0,39 %	0,10 %
Hôtels	32	2 411	2 521 737	1,62 %	2,85 %	3,29 %
Restauration rapide	208	7 305	7 168 755	10,55 %	8,65 %	9,36 %
Restauration à thème	106	1 694	2 003 224	5,38 %	2,00 %	2,61 %
Immobilier	61	4 520	2 095 559	3,09 %	5,35 %	2,74 %
Voyages	6	360	142 509	0,30 %	0,43 %	0,19 %
TOTAL	1 972	84 497	76 617 579	100 %	100 %	100 %

* Ces chiffres se rapportent au nombre de magasins ou de points de vente en franchise, et non au nombre réel de franchisés.

Sources : FFF, données 2022 et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems, 2023.

Note : Les réseaux commerciaux utilisant la franchise en France en 2022, 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.

Le top 5 des secteurs les plus importants en franchise en termes de CA est l'**alimentaire** avec 28,18 milliards (+16,8 % p/r 2021 et +17,2 % p/r 2019), l'**équipement de la maison** avec 9,33 milliards d'euros (+3,9 % p/r 2021 et +18,6 % p/r 2019), les **commerces divers** avec 7,33 milliards d'euros (+8,6 % p/r 2021 et +14 % p/r 2019), la **restauration rapide** avec 7,17 milliards d'euros (+12,1 % p/r 2021 et +10,5 % p/r 2019) et l'**équipement de la personne** avec 5,87 milliards d'euros (+6,8 % p/r 2021 et -1,7 % p/r 2019).

Les tendances observées depuis la crise sanitaire se confirment de façon durable. L'alimentaire et l'équipement de la maison restent des secteurs très dynamiques, en forte hausse par rapport à l'année passée et même avant-Covid. Si l'alimentaire reste très performant, l'équipement de la maison continue également sa progression et confirme la tendance des Français pour leur habitat comme valeur refuge.

TABEAU 3 – Évolution du nombre de réseaux, de franchisés et du CA, en nombres absolus

Secteurs	Réseaux 2022	Réseaux 2021	Franchisés* 2022	Franchisés* 2021	CA franchisés en milliards d'€ 2022	CA franchisés en milliards d'€ 2021
Équipement de la maison	113	111	4247	3 908	9,33	8,99
Équipement de la personne	346	360	9374	9 197	5,88	5,50
Alimentaire	216	219	16 483	15 162	28,18	24,13
Commerce divers	221	206	8 491	7 939	7,33	6,75
Services auto	77	80	9 623	8 607	3,46	3,02
Bâtiment	62	55	1 970	1 564	1,63	1,33
Nettoyage	25	25	404	401	0,11	0,11
Coiffure et esthétique	144	145	6 655	6 418	2,21	2,17
Autres services aux personnes	206	202	7 149	6 785	2,62	2,46
Services aux entreprises	122	124	3 483	3 159	1,85	1,75
Formation	27	28	328	328	0,07	0,07
Hôtels	32	32	2 411	2 405	2,52	2,24
Restauration rapide	208	210	7 305	6 916	7,17	6,39
Restauration à thème	106	100	1 694	1 579	2,00	1,69
Immobilier	61	61	4 520	4 419	2,10	2,09
Voyages	6	7	360	347	0,14	0,10
Total	1 972	1 965	84 497	79 134	76,60	68,79

* Ces chiffres se rapportent au nombre de magasins ou de points de vente en franchise, et non au nombre réel de franchisés.
Sources : FFF, données 2022 et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems, 2023.

TABEAU 4 – Évolution 2022/2021 du nombre de réseaux, de succursales, de franchisés et du CA

Secteurs	Nombre de réseaux en %	Nombre de succursales en %	Nombre de franchisés en %	CA succursales en %	CA franchisés en %
Équipement de la maison	1,8 %	0,6 %	8,7 %	-0,1 %	3,9 %
Équipement de la personne	-3,9 %	-4,4 %	1,9 %	2,2 %	6,8 %
Alimentaire	-1,4 %	-11,3 %	8,7 %	-10,6 %	16,8 %
Commerce divers	7,3 %	-7,2 %	7,0 %	3,7 %	8,6 %
Services auto	-3,8 %	-1,2 %	11,8 %	9,7 %	14,7 %
Bâtiment	12,7 %	83,6 %	26,0 %	22,7 %	22,5 %
Nettoyage	0,0 %	-3,0 %	0,7 %	-1,2 %	1,9 %
Coiffure et esthétique	-0,7 %	0,4 %	3,7 %	-1,0 %	2,0 %
Autres services aux personnes	2,0 %	4,2 %	5,4 %	2,7 %	6,5 %
Services aux entreprises	-1,6 %	0,2 %	10,3 %	0,4 %	6,0 %
Formation	-3,6 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	1,5 %
Hôtels	0,0 %	-0,1 %	0,2 %	12,4 %	12,4 %
Restauration rapide	-1,0 %	4,8 %	5,6 %	13,2 %	12,1 %
Restauration à thème	6,0 %	1,3 %	7,3 %	13,9 %	18,7 %
Immobilier	0,0 %	-2,6 %	2,3 %	-2,2 %	0,1 %
Voyages	-14,3 %	-3,2 %	3,7 %	33,3 %	41,7 %
Total	0,4 %	-3,4 %	6,8 %	-5,3 %	11,4 %

Note : Évolution en % du nombre de réseaux, de succursales, de points de vente franchisés et du CA en 2022 par rapport à 2021.
Sources : FFF, données 2022 et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems, 2023.

TABLEAU 5 – Les réseaux à l'international

Secteurs	Nombre total de réseaux en France	Nombre de réseaux qui exportent	Part des réseaux d'origine française qui exportent *	Nombre de réseaux étrangers en France	Part des réseaux étrangers en France
Équipement de la maison	113	21	24,42 %	27	23,89 %
Équipement de la personne	346	118	52,44 %	121	34,97 %
Alimentaire	216	32	17,49 %	33	15,28 %
Commerce divers	221	33	17,74 %	35	15,84 %
Services auto	77	7	10,00 %	7	9,09 %
Bâtiment	62	1	1,69 %	3	4,84 %
Nettoyage	25	3	16,67 %	7	28,00 %
Coiffure et esthétique	144	38	35,85 %	38	26,39 %
Autres services aux personnes	206	9	4,64 %	12	5,83 %
Services aux entreprises	122	11	9,91 %	11	9,02 %
Formation	27	4	17,39 %	4	14,81 %
Hôtels	32	12	63,16 %	13	40,63 %
Restauration rapide	208	27	15,34 %	32	15,38 %
Restauration à thème	106	11	11,83 %	13	12,26 %
Immobilier	61	4	7,02 %	4	6,56 %
Voyages	6	0	0,00 %	0	0,00 %
Total	1972	331	20,53 %	360	18,26 %

* Les pourcentages sont calculés sur le nombre de réseaux d'origine française (soit le montant de la colonne 1 moins celui de la colonne 4).
Source : FFF, données 2022. © FFF, 2023.

DES RÉSEAUX QUI POURSUIVENT LEUR DÉVELOPPEMENT À L'EXPORT

Près d'un réseau sur six exporte : en 2022, 331 réseaux ont au moins une implantation à l'étranger... Les secteurs les plus développés à l'étranger sont l'équipement à la personne et la coiffure et l'esthétique, suivis de près des commerces divers et de l'alimentaire. Un peu plus en recul, nous retrouvons la restauration rapide. Le nombre d'enseignes étrangères implantées en France progresse sensiblement par rapport à 2021 avec 360 réseaux vs 301, ce qui représente 18,26 % de l'ensemble des réseaux. C'est le secteur de l'équipement de la personne qui attire fortement les enseignes étrangères, suivi de la coiffure et de l'esthétique, de l'alimentaire et des commerces divers.



28%
des Français
aimeraient **créer**
leur entreprise

1 sur 2
chez les moins de 35 ans

> 43%
envisagent
de le **faire**
en franchise

Franchisés

30
jours

Durée moyenne
de la formation initiale

76%
étaient salariés
avant de se lancer
en franchise



1 franchisé sur 2
a changé de secteur
par rapport à son
activité précédente

36
ans
Âge moyen
à l'ouverture du
premier point
de vente



9 franchisés sur 10
recommandent le modèle
de la franchise

Taille de la ville d'implantation
(hors Ile-de-France)



9% Moins de 2 000 hab.

28% Entre 2 000 et 20 000 hab.

30% Entre 20 000 et 100 000 hab.

33% Plus de 100 000 hab.



7 franchiseurs sur 10

pensent que le **renforcement**
du réseau et du collectif
représente un **défi majeur**

84%
des franchiseurs
proposent une
formation au
personnel des
franchisés



Près de 2 franchiseurs sur 3

favorisent le **coaching** ou
le **parrainage** des nouveaux
franchisés par des franchisés
déjà installés



93%
des franchiseurs ont
ouvert au moins un
point de vente au cours
des 12 derniers mois

12
points de vente
ouverts en moyenne

Franchiseurs

+10 pts
en 1 an

54%

des franchisés ont l'intention de **réaliser des investissements** dans les 2 ans



Les investissements envisagés

- 79% travaux de rénovation/ agrandissement des locaux +12 pts en 1 an
- 69% achat de matériel, machine, véhicule, système d'information
- 35% nouvelles technologies, innovations
- 32% outils de communication

80%

d'entre eux **auront recours à l'emprunt bancaire** et/ou au crédit-bail pour financer ces investissements



30%

ont l'intention d'**ouvrir un autre point de vente**



25%

ont déjà **plusieurs points de vente** au sein du même réseau

1^{re} banque des franchisés



Investissements envisagés dans les 12 prochains mois

90%

renforcer la **digitalisation**

88%

renforcer la **communication de l'enseigne**

57%

ouvrir de **nouvelles succursales**

+X



Banque Populaire : 1^{re} banque des franchisés

79%

des franchisés estiment que Banque Populaire est la banque qui **répond le mieux aux attentes des franchisés**

18^e ENQUÊTE ANNUELLE DE LA FRANCHISE

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA FRANCHISE EN FRANCE

La FFF s'est dotée depuis 2006 d'une étude d'impact récurrente sur le poids économique de la franchise, qui en mesure les impacts direct, indirect et induit sur l'économie française.

L'étude actuellement disponible porte sur les chiffres de l'année 2022, soit 1972 réseaux commerciaux ou de service utilisant la franchise en France. Ces réseaux comptent 84497 magasins ou points de vente franchisés.

Pour les résultats des années précédentes, vous pouvez consulter le site de la FFF, www.franchise-fff.com

Du point de vue méthodologique, le calcul de l'impact économique s'effectue en considérant que les entreprises concernées par l'étude génèrent une série de flux successifs de biens et de services, avec leur traduction monétaire en termes de dépenses et de revenus. Ces flux peuvent être saisis à travers différents circuits :

- les achats et consommations intermédiaires (les entreprises effectuent des achats auprès d'autres entreprises situées sur le territoire national, qui à leur tour se fournissent auprès d'autres entreprises),
- le circuit de l'investissement,
- les salaires versés aux employés des entreprises étudiées ; ces salaires sont dépensés et/ou investis et impliquent un nouveau flux économique de production de biens et de dépenses,
- les administrations publiques...

Les dimensions étudiées s'expriment en termes de chiffre d'affaires, de valeur ajoutée, d'emplois, d'investissement et de paiement d'impôts, taxes et contributions sociales.

Trois étapes dans la présente recherche

1. identification de l'ensemble des activités effectuées sur le territoire national et spécifiquement liées à la franchise.
2. définition des indicateurs pertinents de mesure des impacts macro-économiques, recueil des données pertinentes (principales sources utilisées : enquêtes FFF, Euridile, Alisse).
3. calcul des impacts
 - Les effets directs qui mesurent le poids économique direct de l'activité prise de façon isolée, c'est-à-dire sans intégrer les interactions avec le reste de l'économie.
 - Les effets indirects sur les branches qui résultent des achats et charges externes (consommations intermédiaires) nécessaires à produire et commercialiser les biens et services proposés.

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES ENTREPRISES FRANCHISÉES

LES EFFETS DIRECTS

- Les 84 497 magasins franchisés des 1 972 réseaux génèrent à eux seuls un chiffre d'affaires de 76,61 milliards d'euros, sans tenir compte de la tête de réseau. Ils emploient 463 280 salariés.
- Ces franchisés créent une valeur ajoutée de près de 20,90 milliards d'euros, consacrée pour plus de la moitié à la masse salariale, soit 11,38 milliards d'euros.

LES EFFETS INDIRECTS

Ces entreprises franchisées consomment des biens et des services. Elles génèrent :

- 63,06 milliards d'euros de CA.
- 341 835 emplois.
- une valeur ajoutée de 26 milliards d'euros.
- une masse salariale de 10,68 milliards d'euros.

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA FRANCHISE EN 2022

Points de vente franchisés

	CA HT en milliards d'€	Effectifs salariés	Valeur ajoutée en milliards d'€	Masse salariale en milliards d'€
Directs	76,61	463 280	20,90	11,38
Indirects	63,06	341 835	26,00	10,68
Total	139,67	805 114	46,90	22,06

Têtes de réseaux

	CA HT en milliards d'€	Effectifs salariés	Valeur ajoutée en milliards d'€	Masse salariale en milliards d'€
Directs	3,06	18 005	1,45	0,83
Indirects	1,16	5 058	0,45	0,16
Total	4,22	23 063	1,90	0,99

Total franchise (avec têtes de réseaux)

	CA HT en milliards d'€	Effectifs salariés	Valeur ajoutée en milliards d'€	Masse salariale en milliards d'€
Directs	79,68	481 285	22,35	12,21
Indirects	64,22	346 893	26,45	10,84
Total	143,90	828 178	48,80	23,05

L'étude est menée tous les ans par François Saint-Cast (Diagnostic & Systems).

ENTREPRENDRE EN FRANCHISE



**Découvrez pourquoi 1 franchisé sur 4*
choisit Banque Populaire.
Rencontrez l'un de nos conseillers.**

**BANQUE
POPULAIRE**



la réussite est en vous

* Source : 17^e Enquête annuelle de la franchise Banque Populaire / If / Kantar

BPCE - Société anonyme à directoire et conseil de surveillance au capital de 180 478 270 euros - Siège social : 50, avenue Pierre Mendès France - 75201 Paris Cedex 13
RCS Paris 493 485 042 - Crédit photo : Getty Images - 07/2021

LA FÉDÉRATION FRANÇAISE

DE LA FRANCHISE

LA FFF : LA REPRÉSENTATION PERMANENTE DES RÉSEAUX DE FRANCHISE

La Fédération Française de la Franchise compte près de 190 réseaux de franchise français et étrangers, actifs en France. Ces réseaux pèsent environ 45 % des franchisés français.

LA FFF : PORTE PAROLE ACTIF DE LA FRANCHISE

C'est vraisemblablement grâce au dynamisme de la Fédération Française de la Franchise que ce système de développement a connu une telle expansion en France depuis plus de cinquante ans. En effet, représenter, promouvoir, défendre la franchise sont les fonctions essentielles de la Fédération Française de la Franchise.

Tant auprès des chefs d'entreprise que des futurs chefs d'entreprise que sont les franchiseurs et franchisés potentiels, la Fédération a eu et continue d'avoir une action d'information et de formation sur la franchise ainsi que sur ses règles de fonctionnement et ses exigences déontologiques.

Auprès des pouvoirs publics ainsi que des différents partenaires économiques, la Fédération Française de la Franchise continue d'œuvrer pour que la franchise soit prise en compte dans les grandes orientations du commerce national et que, surtout, son expansion soit encouragée et favorisée.

En relation permanente avec les différentes instances mondiales de la franchise, la Fédération permet un échange d'idées, de techniques et d'opportunités bénéfiques non seulement à la dynamique nationale de la franchise, mais également à l'exportation des enseignes françaises.

LA FFF : LA DÉONTOLOGIE DE LA FRANCHISE

Par l'élaboration du Code de déontologie de la franchise en 1972, la FFF a organisé la franchise en France. Sous son impulsion, ce Code est devenu le Code de déontologie européen de la franchise, entré en vigueur le 1^{er} janvier 1991. Ses annexes, spécifiques à la France, ont été remises à jour en février 2019.

Cadre de référence pour les différents acteurs de la franchise, il permet un développement harmonieux des réseaux. À cet égard, la FFF a le souci de faire respecter cette déontologie, mais également de la faire évoluer.



LA FFF : L'AVENIR DE LA FRANCHISE

La FFF, en liaison permanente avec les universités, les divers centres de recherche et de réflexion, veille à faire évoluer le système de la franchise sous ses aspects communication, multimédia, marketing, juridique, financier, économique, management, dans le but d'assurer la pérennité des réseaux.

DES ACTIONS DE FORMATION

Pragmatique et concrète, la Fédération Française de la Franchise a mis au point un certain nombre d'outils de promotion de la franchise.

Afin que tous les acteurs de la franchise exploitent au maximum leurs potentiels et maîtrisent au mieux les exigences de leur stratégie et de leur activité, la FFF a mis au point un programme complet de formation dans le cadre de son Académie de la Franchise® (www.formation-franchise.com). Pour aider les futurs franchiseurs à réussir leur projet, à développer leur enseigne, pour que les franchiseurs se perfectionnent à développer, manager et animer leur réseau, la FFF leur propose son expérience et son expertise afin que chacun élabore, construise sa stratégie de développement et progresse sur des bases solides.

Les formations de la FFF posent les questions vitales, et proposent des solutions concrètes concernant l'animation et le développement du réseau, la communication à l'intérieur du réseau, l'évolution et la transmission du savoir-faire.

À tous les futurs franchisés en période précontractuelle, à tous les nouveaux franchisés, la FFF propose également des journées de formation afin de leur assurer le « bon démarrage », de les aider à mesurer les potentiels du système, à prendre conscience des droits et devoirs réciproques et à intégrer l'esprit du réseau. L'Académie de la Franchise® propose un programme complet de formations destinées à tous les acteurs de la franchise (voir les pages formation, p. [85-86](#)).

DES ACTIONS D'INFORMATION

• ACTU FFF

Pour informer régulièrement nos membres des actions concrètes de la FFF, de l'actualité de nos membres, des événements à venir (colloques webinars, salons...), de l'actualité juridique, des stages de formation, la FFF publie tous les quinze jours une newsletter électronique envoyée à tous nos membres, réseaux et experts. Une information quasi en temps réel de ce qui s'est passé et des actions à venir.

• La franchise sur Internet (www.franchise-fff.com)

Le site internet de la FFF est la vitrine de la franchise avec ses rubriques phares : l'annuaire des adhérents (enseignes et experts) avec des fiches de renseignement complètes, des liens vers leurs sites web, les formations (l'Académie de la franchise), le Code de déontologie, les fondamentaux de la franchise, les actualités, un agenda des événements, les partenaires, etc. En vue de coller au mieux aux évolutions techniques et d'améliorer son référencement, ce site internet sera complètement revu en 2023.

Afin de favoriser et de simplifier les échanges entre la FFF et ses membres

et les membres entre eux, la FFF s'est dotée d'une plateforme collaborative Franchise On Cloud sur laquelle nos membres pourront en quelques clics, retrouver les informations sur leur réseau (publiées sur le site public), toute la documentation et comptes rendus de réunion, les recherches scientifiques, les textes réglementaires etc., les participants aux groupes de travail dont ils font partie, rentrer en contact avec d'autres franchiseurs...

- **La franchise sur les réseaux sociaux**

La FFF est désormais très présente sur les réseaux sociaux. Elle affiche une communauté de plus de 9000 personnes qui suivent quotidiennement la page FFF sur LinkedIn. La FFF est également active sur Twitter et Facebook.

DES ACTIONS DE PROMOTION DE LA FRANCHISE

Ambassadrice de la franchise en France et dans le monde, la Fédération Française de la Franchise prépare un terrain favorable au développement des enseignes, anticipe l'avenir de la franchise, en assure la meilleure promotion, afin d'intervenir partout, à l'échelon régional, national et même international. En 2001-2002, elle a assuré la présidence et le secrétariat du World Franchise Council. Elle est membre de l'EFF (European Franchise Federation), en assure la coprésidence depuis 2022, et du WFC (World Franchise Council).

- **Franchise Expo Paris**

(www.franchiseparis.com, www.observatoiredefracnchise.fr)

Créé à l'initiative de la Fédération Française de la Franchise, organisé sous son contrôle par la société InfoPro Digital, mandatée à cet effet par la FFF depuis 2023, Franchise Expo Paris, le salon international de la franchise, première manifestation européenne dans le domaine de la franchise, a très certainement favorisé l'éclosion de la franchise en France. Véritable plateforme de la franchise, il accueille chaque année plus de 35 000 visiteurs et 500 exposants, tous offreurs ou demandeurs de contacts, d'informations, de formations, et d'opportunités d'investissements.

Franchise Expo Paris est aussi une plateforme pédagogique pour les futurs franchiseés et franchiseurs. Près de 100 conférences y sont organisées sur les quatre jours.

Franchise Expo Paris affirme sa dimension internationale :

- le pavillon international accueille des enseignes du monde entier, cherchant à exporter leur savoir-faire.
- quelques milliers de visiteurs-investisseurs étrangers à la recherche d'un concept sont présents chaque année.

- **Les actions de promotion internationales**

La franchise se développe de plus en plus sur le plan européen offrant à certaines enseignes une voie privilégiée de leur stratégie internationale, cette tendance se vérifie également au-delà de l'Europe, en particulier vers l'Amérique, l'Asie, le Moyen-Orient et l'Afrique. Plus d'un tiers des enseignes exportent déjà et la Fédération Française de la Franchise rassemble les principales enseignes exportatrices.

Parce que la Fédération Française de la Franchise est en relation permanente avec les instances économiques internationales, avec les pouvoirs publics français à l'étranger, avec les fédérations étrangères, elle peut répondre à

la demande des franchiseurs qui souhaitent aller de l'avant sur les marchés étrangers.

Des données internationales sont disponibles pour permettre aux franchiseurs et investisseurs d'accéder à des informations pratiques et à des contacts utiles.

DES ACTIONS DE RÉFLEXION, DE CONCERTATION ET DE COLLABORATION

Vivre le présent de la franchise ne suffit pas, il faut également assurer l'avenir. Anticiper les grandes orientations du commerce européen et mondial, élaborer une déontologie et veiller à son respect, constituer une banque de données juridiques sont aussi des missions que la FFF s'est fixées pour affirmer son rôle « moteur » vis-à-vis de la franchise.

LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE PARTENAIRE DES POUVOIRS PUBLICS NATIONAUX ET DES INSTANCES EUROPÉENNES

La FFF assure l'information permanente des pouvoirs publics nationaux et européens ainsi que des institutions européennes sur l'évolution de la franchise et ses besoins. Un travail constant en collaboration avec la Commission économique à Bruxelles, qui a notamment pris en compte les réflexions de la FFF, a donné naissance au premier règlement d'exemption par catégorie de la franchise (entré en vigueur le 1^{er} février 1989), puis au deuxième règlement sur les restrictions verticales (publié le 22 décembre 1999), au troisième règlement (n° 330 / 2010) du 20 avril 2010. Elle a également apporté sa contribution par le biais de l'European Franchise Federation aux travaux de la Commission dans le cadre du renouvellement du règlement d'exemption (n° 2022/720) entré en vigueur le 1^{er} juin 2022 pour faire valoir les spécificités du modèle et sa pérennité.

Le Code de déontologie français de la franchise, réactualisé en 2011, 2016 et 2019 pris en compte par la jurisprudence nationale, a été repris au niveau communautaire pour la refonte du Code de déontologie européen de la franchise, entré en vigueur le 1^{er} janvier 1991.

LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE ET L'ENSEIGNEMENT

La FFF est en relation permanente avec les grandes universités françaises et les écoles de commerce pour le compte desquelles elle assure une activité d'enseignement. De plus, elle est partenaire de recherche de certaines écoles et universités, et à ce titre propose des thèmes de recherche aux laboratoires universitaires, qui participent ainsi à l'évolution de la franchise en France et en Europe.

LE COMITÉ SCIENTIFIQUE DE LA FFF

Créé en 1996 afin d'apporter aux adhérents de la FFF les outils pouvant contribuer à l'amélioration de leurs performances, ce comité a pour finalité de proposer et d'encadrer des travaux de recherche sur les divers aspects et les diverses composantes de la franchise. Trois objectifs principaux sous-tendent cette démarche : faciliter une meilleure compréhension de la franchise ; améliorer la technique de la franchise, la professionnaliser et la pérenniser ; enfin, apporter une dimension prospective indispensable aux décisions stratégiques de chaque réseau.

Depuis 1998, la FFF a pu ainsi présenter à ses adhérents des recherches portant

sur les réseaux mixtes succursales-franchisés, la notion de savoir-faire, le processus de décision d'achat d'une franchise, la nature de la relation franchiseur-franchisé, franchise et culture managériale, les relations conflictuelles caractéristiques des réseaux de franchise. Les thèmes des dernières recherches portaient sur « L'indépendance du franchisé : facteur de réussite de la franchise ? » (2016), « Les Réseaux de franchise doivent-ils craindre l'essor de la consommation collaborative ? » (2017), « Adaptation vs uniformité des savoir-faire dans les réseaux de franchise » (2018), « Comment faire de la gestion des données clients un outil stratégique de compétitivité dans les réseaux de franchise ? » (2019). En 2020, la recherche a porté sur le thème « Les évolutions récentes de la franchise et leurs implications managériales », en 2021 sur « Franchise et RSE, impact social et environnemental de la franchise » et en 2022, sur « Stratégies omnicanales, marque et gestion des savoir-faire en franchise ». Afin de rendre les résultats de cette dernière recherche accessibles au grand public, une communication innovante sous forme de newsletter et d'infographie est publiée chaque mois de l'année.

LA FFF : UNE STRUCTURE DYNAMIQUE ET EFFICACE

La FFF s'est dotée, depuis sa création, de moyens de travail performants pour organiser l'expansion de la franchise en France.

LE BUREAU DIRECTEUR

Il est chargé de préparer les décisions du Conseil d'administration et de les mettre en œuvre.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Il définit les orientations à suivre pour défendre et développer la franchise française en fonction des grandes options économiques.

Il est composé de 21 administrateurs, 16 franchiseurs et 5 franchisés, élus en Assemblée générale par les adhérents de la Fédération. Ce sont des professionnels de la franchise.

LA DÉLÉGATION GÉNÉRALE

Elle assure la direction et la coordination de la Fédération Française de la Franchise, ainsi que le suivi des actions décidées par le Conseil d'administration.

Le Délégué général est également en relation constante avec les pouvoirs publics, ainsi qu'avec les instances économiques nationales et internationales. Une liaison permanente est assurée avec les fédérations professionnelles étrangères.

LES COMMISSIONS DE TRAVAIL

Elles sont spécialisées et chargées d'étudier et de suivre les questions concernant la franchise. Elles réunissent des franchiseurs et des franchisés des réseaux membres de la FFF, donc des professionnels :

- **le Cercle des responsables juridiques**

Objectif : analyser la jurisprudence, proposer au Conseil d'administration une position sur tout sujet susceptible d'affecter la franchise, préparer et construire l'avenir juridique de la franchise.

- **la Commission déontologie**

Objectif : veiller au respect du Code de déontologie et conduire son évolution, traiter les plaintes des franchisés.

- **la Commission d'admission**

Objectif : examiner les dossiers de candidature à l'adhésion.

- **le Comité scientifique**

- **le Comité salon**

- **le Cercle RSE**

- **Le Club des Dirigeants de réseaux.**

LES RÉUNIONS ET ATELIERS D'ÉCHANGES D'EXPÉRIENCES

Ils abordent des sujets concrets pour permettre aux adhérents de la FFF de se retrouver, d'approfondir un sujet et de bénéficier d'expériences diverses et pratiques. Ils sont organisés à Paris et en région.

LA CHAMBRE DE MÉDIATION FRANCHISEUR-FRANCHISÉ (M2F)

Afin d'ouvrir une nouvelle voie de résolution des conflits au sein des réseaux de franchise, la FFF a créé la Chambre de Médiation Franchiseur-Franchisé (M2F). Elle est complémentaire des deux voies déjà existantes : la justice d'État et la justice arbitrale. Ainsi, tous les membres du réseau de franchise (franchiseurs et franchisés) peuvent saisir la Chambre de Médiation, composée d'un président, d'un franchiseur et d'un franchisé, qui avertira l'autre partie de la saisine, et qui lui impartira quinze jours pour savoir si elle accepte de participer à la médiation. Le cas échéant, le médiateur est choisi par les deux parties sur une liste à disposition auprès de la Chambre de Médiation. À défaut d'accord, la Chambre de Médiation désigne elle-même le médiateur. La M2F est ouverte à tous les réseaux, adhérents ou non adhérents de la FFF. (Voir le Règlement de médiation franchiseur-franchisé, en ligne sur notre [site](#).)

LE COMITÉ D'ARBITRAGE

Il permet aux franchiseurs et aux franchisés de régler en amiable compositeur, rapidement et discrètement – grâce à la compétence d'arbitres spécialisés, dans le cadre de la Chambre arbitrale de Paris (CAP) – les litiges pouvant intervenir dans leurs relations. (Voir le Règlement d'arbitrage en ligne sur le [site](#) de la FFF.)

LA COMMISSION DE MÉDIATION FRANCHISE-CONSOUMMATEURS

Créée par la FFF, la Médiation Franchise-Consommateurs (MFC) a vu le jour en 2010. Officialisée fin 2010 par Hervé Novelli, ancien Secrétaire d'État au commerce, la MFC est un projet porté et mûri par la FFF depuis plusieurs années.

La Médiation Franchise-Consommateurs a pour vocation de traiter les différends opposant les consommateurs à des franchisés et / ou des franchiseurs dans le domaine de la distribution ou des services. Cette médiation est réservée aux adhérents de la FFF.

Composée de deux représentants des consommateurs, de deux représentants de la franchise (un franchiseur et un franchisé) et d'un Président issu du monde universitaire en la personne de Jean-Pierre Pizzio, Professeur émérite des Universités, cette instance permet de régler les litiges avec impartialité et gratuitement. (Voir les pages de la Médiation Franchise-Consommateurs sur le [site](#) de la FFF.)

LE COLLÈGE DES EXPERTS

Pour mieux informer tous ceux qui sont à la recherche de spécialistes (avocats, conseils, prestataires de service...), et dans un souci d'indépendance, la FFF a élaboré une liste de prestataires de service. Parrainés par des franchiseurs adhérents de la FFF, et sélectionnés sur la base d'une procédure d'admission identique à celle des adhérents « Réseaux de franchise », ils constituent une référence en matière de franchise et un gage de qualité.

Il a pour mission de promouvoir la franchise et sa déontologie, de défendre l'image de marque et de faire évoluer la franchise, de répondre aux interrogations techniques sur la franchise, et enfin de rendre des avis sur demande de la FFF. (Voir la liste des membres du Collège des experts de la FFF, p. [302-332](#).)

LA DÉFENSE DU MODÈLE ET DES INTÉRÊTS DES ACTEURS AUPRÈS DES POUVOIRS PUBLICS (LOBBYING)

La FFF œuvre activement auprès des pouvoirs publics, gouvernement, parlementaires, aux niveaux national et européen, pour défendre le modèle de la franchise.

Cette défense du modèle se veut tout d'abord *proactive*: faire œuvre de pédagogie auprès de nos interlocuteurs en expliquant la singularité de la franchise, la spécificité de son développement via des entrepreneurs indépendants, la force du savoir-faire développé par le franchiseur et sa capacité d'adaptation particulièrement mise en lumière en temps de crise. Rappeler donc – à l'occasion de conférences, colloques, rendez-vous – les atouts forts de ce modèle d'entrepreneuriat puissant, sa force de frappe et les perspectives qu'il offre dans une économie en mutation. Voici autant de missions que se fixe la FFF dans son travail fondamental de promotion de la franchise.

Le travail de lobbying se veut parfois également *réactif*. La FFF mène en effet une veille législative et réglementaire permanente au travers notamment des fédérations dont elle est membre (Medef, CPME, CDCF, GPS, Fédération européenne de la franchise) afin de préserver les intérêts de ses adhérents. Il s'agit alors d'analyser les impacts, réfléchir ensemble et arrêter des positions tout à la fois juridiques et économiques plaidant en faveur de la franchise et de son développement.

Être adhérent à la FFF, c'est donc renforcer le rayonnement de la franchise et la force de persuasion de votre Fédération auprès de l'ensemble de ses interlocuteurs. C'est aussi être informé de l'actualité et des textes à venir afin de participer à ces travaux de lobbying et anticiper les changements réglementaires à venir.

LE SERVICE JURIDIQUE

La FFF se veut un interlocuteur identifié des problématiques juridiques de ses adhérents.

Dès la commission d'admission, la Fédération entend en effet faire bénéficier ses membres de son expérience afin de leur partager, sans dogmatisme, les bonnes pratiques qu'elle peut identifier en son sein. Il s'agit ainsi de répondre à toutes les problématiques juridiques et d'orienter ses membres vers les experts de la Fédération le cas échéant.

Groupes de travail ad hoc, ateliers techniques, cercle des responsables juridiques de la franchise, différents formats sont à la disposition des adhérents afin de leur permettre d'échanger et partager interrogations et solutions opérationnelles au plus près de leurs préoccupations.

La FFF mène également une activité de veille tant réglementaire que jurisprudentielle et informe ses adhérents au gré de l'actualité via des e-mailings ou des réunions virtuelles ou physiques lorsque des éclairages approfondis sont nécessaires.

L'ACADÉMIE

DE LA FRANCHISE®

NOTRE ORGANISME DE
FORMATION 100% DÉDIÉ
À LA FRANCHISE



QUI SOMMES-NOUS ?

Véritable outil d'accompagnement des futurs franchisés et futurs franchiseurs, des réseaux en création, en développement et confirmés, des équipes des franchiseurs et des partenaires de la franchise, l'Académie vous accompagne vers une plus grande maîtrise des métiers de la franchise.

QUELQUES CHIFFRES SUR NOTRE ACTIVITÉ DE FORMATION ?

- Création en 2009.
- Plus de 2 800 stagiaires formés.
- Près de 750 journées de formation dispensées.
- 14 formations au catalogue.
- 10 formateurs experts.

NOS VALEURS ?

- Pédagogie: le nombre limité de participants favorise le partage d'expériences, les jeux de rôles et les mises en situations pratiques.
- Flexibilité: des formations « sur catalogue » ou construites « à la carte » en fonction de vos besoins. Nous avons également adapté plusieurs de nos formations en format en distanciel.
- Opérationnel: des outils et techniques pour une utilisation directe. Des formateurs « experts » issus des réseaux.

Nos formateurs et nos participants parlent le même langage: celui du terrain et de l'opérationnel.

Notre organisme de formation détient la certification Qualiopi et est immatriculé au service de formation continue sous le numéro 11 75 153 33 75*. Les formations peuvent donc, dans certains cas, être prises en charge par votre OPCO.

QUELS TYPES DE FORMATION PROPOSONS-NOUS ?

- À destination des futurs franchisé(e)s pour faire le point sur la franchise et savoir comment bien choisir son enseigne: fonctionnement du système, organisation, cadre réglementaire, investissement, conseils pratiques...
- À destination des futurs franchiseurs pour y voir plus clair dans leur projet: quels sont les impacts de cette stratégie pour l'entreprise? Les étapes pour se développer? Les conséquences opérationnelles? etc.
- À destination des établis avec un catalogue complet dédié à leur second métier: celui de franchiseur. Tous les thèmes liés au juridique, au financier, au développement, à l'animation et au management de réseau... sont présents.

**Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 11 75 153 33 75 auprès du préfet de la région Île-de-France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.*



Vous souhaitez en savoir plus ? Tous nos programmes, informations pratiques, dates et tarifs sont consultables sur : www.formation-franchise.com

Des exemples ?

- L'encadrement légal de la franchise,
- Le métier de développeur de réseau,
- La sélection des candidats à la franchise,
- Le recrutement des candidats grâce au digital,
- La cession d'entreprise,
- La maîtrise des notions comptables et de gestion,
- La maîtrise du DIP et de l'information précontractuelle,
- La gestion des conflits entre franchiseur et franchisé,
- Le métier d'animateur de réseau.

DES RETOURS DE NOS PARTICIPANTS ?

« Être franchiseur est un autre métier qu'il faut apprendre ! Suivre une formation permet de bénéficier directement des bons conseils, donnés par des professionnels de la franchise. »

« La formation nous apporte à la fois des conseils en matière de savoir-être et des outils très opérationnels, directement applicables au quotidien. »

« J'ai pu prendre de la hauteur par rapport à mes pratiques et m'enrichir de nouvelles pistes de réflexion. »

« Le formateur a été une grande richesse d'expérience et il a été très ouvert pour partager ses outils et bonnes pratiques. »

« Cette formation a été très structurante et m'a permis de bien cerner les enjeux d'un animateur de réseau : faire en sorte que le franchisé réussisse, tout en respectant les objectifs stratégiques de la tête de réseau. »

« Tout au long des 4 jours, nous avons eu une alternance entre des apports théoriques et des mises en situations réelles. »

« Les choses évoluent et il faut se tenir au courant des changements. C'est pour moi très important de me former régulièrement. »



Vos contacts formation :

Boris FLECHE
Responsable formation et développement
b.fleche@franchise-fff.com
T 01 53 75 22 25
P 06 18 52 63 21
Hassina KADEM
h.kadem@franchise-fff.com
T 01 53 75 22 25

ET LES FORMATIONS SUR MESURE ?

Toutes nos formations sont adaptables en « intra-entreprise » et nous pouvons construire avec vous des formations « sur-mesure », tant sur le contenu que la durée.

Nous pouvons animer ces formations directement dans vos locaux ou dans ceux de la Fédération Française de la Franchise.

Quelques exemples de programmes conçus à la demande :

- Métier de franchiseur
- Le cadre juridique de la franchise
- Stratégie et étapes d'un développement en franchise
- Profils et sélection des franchisé(e)s
- Structurer et piloter l'animation de son réseau
- Communiquer avec les franchisé(e)s dans les situations difficiles

Cette liste est non exhaustive, n'hésitez pas à nous faire part de vos besoins !

De nouveaux programmes sont à venir ! Restez informé(e)s et suivez notre actualité sur :

 www.formation-franchise.com |  Fédération française de la franchise |  @Franchise_FFF

— Découvrez la franchise



**Futurs franchisés,
formez-vous à
l'Académie
et optez pour
le modèle de la
franchise, véritable
accélérateur de
la réussite des
entrepreneurs.**

**L'Académie de la Franchise® vous
propose une offre de formations dédiée
à la franchise, destinée à vous guider
dans votre projet entrepreneurial.**

FUTURS FRANCHISÉS

L'Académie de la Franchise vous
formera aux fondamentaux de
la franchise et la méthodologie
d'approche et le choix du
franchiseur



**Consultez nos offres de formation :
www.formation-franchise.com**

LES ORGANES DE MÉDIATION

DE LA **FFF**

La Fédération Française de la Franchise dispose de deux organes de médiation :

I. LA COMMISSION MÉDIATION FRANCHISE-CONSOMMATEURS (MÉDIATION CONSOMMATEURS)

La loi du 1^{er} janvier 2016 oblige les professionnels à informer leurs consommateurs de l'existence d'un médiateur de la consommation.

Les **réseaux de franchise adhérents** peuvent désigner la Commission Médiation consommateurs comme médiateur de la consommation dans les litiges les opposant à des consommateurs en application de la loi susvisée.

Créée dès 2011 et agrémentée par la DGCCRF comme médiateur de la consommation en 2017, elle est une commission collégiale dans la mesure où elle est composée de représentants de professionnels et de consommateurs, et d'un président.

Ensemble, ils forment la Commission Médiation consommateurs.

La Commission Médiation consommateurs est **indépendante** (elle se distingue du service client du professionnel concerné), **neutre et impartiale**. Sa saisine est **gratuite** pour le consommateur.

La procédure de médiation est dématérialisée et uniquement en ligne.

Plus d'infos : <https://www.mediation-franchise.com/>

II. LA MÉDIATION DES RÉSEAUX

Créée au début des années 90, la Chambre M2F permet d'offrir aux réseaux – **adhérents ou non** de la Fédération – un moyen simple et efficace de traiter les différends qui peuvent naître à l'occasion de la relation de franchise.

Une liste de médiateurs experts en franchise est mise à disposition des parties. La **médiation est présente** : la séance dure quatre heures et est organisée prioritairement dans les locaux de la FFF ou dans tout lieu qui agréé aux parties ou à distance (en visioconférence).

La médiation est payante : les frais d'ouverture de dossiers s'élèvent à 150 euros pour la partie demanderesse, puis les parties partagent le paiement de la somme de 760 euros (soit 380 euros chacune).

Dans **plus de 87 % des cas**, les parties, avec l'aide du médiateur, réussissent à trouver un accord.

Soucieuse de proposer une médiation de qualité aux parties, la Fédération envisage de faire évoluer cet organe de médiation dans l'année 2023.

Plus d'infos : <https://www.franchise-fff.com/mediation/mediation-franchise>



La médiation est un processus amiable, volontaire et confidentiel de résolution des différends dans lequel, un tiers neutre et indépendant – le médiateur – facilite, structure et coordonne les négociations des parties en litige (et de leurs conseils respectifs) en vue d'aboutir à une solution amiable.



LA FRANCHISE ET LA RSE

COMMENT LA FRANCHISE EST-ELLE PARTIE PRENANTE DANS LA RSE ?

- La franchise est née de la lutte contre la concentration du capital, elle est fondée sur le partage de la valeur
- Elle joue un rôle de protection et de promotion de la liberté de commercer et de travailler sur l'ensemble d'un territoire
- Les franchiseurs n'ont pas pour objectif le profit à court terme et s'inscrivent nécessairement dans la temporalité
- La franchise est un modèle de répartition de la richesse et de division du risque
- La franchise garantit l'emploi car le modèle permet une pérennité économique des entreprises et plus particulièrement l'emploi local, ce qui participe à la lutte contre la désertification des centres villes
- Elle impose un développement des compétences des salariés des franchisés voulue par le transfert du savoir faire nécessaire à la réitération du modèle et de son évolution.

Pour toutes ces raisons, nous pensons que la RSE fait en quelque sorte partie des gènes de la franchise.

La FFF s'investit concrètement et accompagne les enseignes adhérentes dans cette démarche.

Elle a créé en 2021 un **cercle RSE** afin de sensibiliser, former et accompagner ses adhérents dans leur démarche RSE. En s'appuyant sur l'expérience de réseaux matures, elle se donne pour mission d'inciter et de faciliter la mise en place de la politique RSE dans les réseaux qui n'ont pas encore entamé le processus. Les apports techniques et l'animation de ces réunions sont assurés par Hyssop, société spécialisée sur le sujet et partenaire de la FFF. Notre conviction est que la RSE doit devenir partie intégrante du savoir faire du franchisé et de facto transmis à ses franchisés.

La recherche scientifique, commanditée depuis 24 ans par la FFF, portait en 2021 sur « Franchise et RSE, où en est-on ? »

Les objectifs de cette recherche étaient de proposer un socle RSE en termes académiques et managériaux, d'apporter une vision prospective des enjeux de la RSE pour les réseaux de franchise et de construire des modes d'accompagnement adaptés à la démarche globale RSE.

Le rapport complet de cette recherche est disponible sur le site de la FFF

<https://www.franchise-fff.com/base-documentaire/category/245-rapports-de-recherche>

La FFF est aussi partenaire du Collectif Génération Responsable, dont certains adhérents sont membres. Ce collectif a pour objet de promouvoir, dans une perspective de développement durable, l'amélioration de la qualité environnementale et sociale des enseignes et réseaux de distribution.



RSE : définition

La RSE consiste en l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties.

LA FRANCHISE À L'ÉTRANGER

La franchise offre principalement à un commerçant indépendant ou à un franchiseur la possibilité d'entreprendre dans son pays d'origine. La France, l'un des pays pionniers en matière de franchise, compte ainsi début 2023 quelques 1 972 réseaux franchiseurs.

La franchise peut être l'occasion également pour un entrepreneur de s'ouvrir à l'international. Plusieurs scénarios :

DEVENIR FRANCHISÉ D'UN RÉSEAU ÉTRANGER EN FRANCE

Deux possibilités :

- Le réseau existe déjà en France ; son concept a été adapté et testé. La plupart du temps, il se développe à partir d'un master-franchisé (en particulier, au début de la vie d'un réseau en pays étranger) ou d'une filiale française. Le franchiseur étranger est tenu de respecter la loi française ; et la démarche est très largement similaire à celle qu'un futur franchisé entreprend lorsqu'il souhaite s'engager avec un réseau d'origine française.
- le réseau n'existe pas en France, et le futur franchisé en est son premier représentant. Il est alors indispensable d'appréhender parfaitement le savoir faire de ce franchiseur et de pouvoir en évaluer l'adaptabilité aux habitudes de consommation françaises. On conseillera également de se renseigner auprès des associations de franchise étrangères sur l'expérience et la maturité de ce réseau dans son pays d'origine.

DEVENIR MASTER-FRANCHISÉ D'UN RÉSEAU ÉTRANGER EN FRANCE

Certains réseaux de franchise se développent hors frontière par le moyen de la master-franchise. Il s'agit d'un contrat de franchise passé entre le franchiseur du pays d'origine et un franchisé qui va, en outre, assurer le rôle de franchiseur et donc le développement de ce réseau sur un territoire donné, qui peut être un pays, un ensemble de pays ou une grande région. Le master-franchisé entretient une relation de franchisé à franchiseur vis-à-vis du réseau « père », et une relation de franchiseur à franchisé vis-à-vis des franchisés dont il va organiser le développement sur son territoire de master-franchisé. Le système est utilisé par nombre d'enseignes françaises et étrangères pour se développer hors de leur pays d'origine.

ENTREPRENDRE EN FRANCHISE À L'ÉTRANGER

La franchise se développe dans plus d'une centaine de pays dans le monde, et le terme y a, la plupart du temps, la même signification (il est du reste international : franchise, franchising, franquicia résistent à toutes les traductions), même si certains pays ont une acception plus large du terme (États-Unis et Allemagne, notamment), où certaines franchises relèvent, au sens français, de certaines formes de partenariat telle la concession, par exemple. Par conséquent, le savoir-faire, cœur de la franchise en France et dans la plupart des pays qui développent la stratégie, n'est pas toujours au rendez-vous.

EXPORTER SON RÉSEAU À L'ÉTRANGER

Près d'un quart des réseaux de franchise d'origine française se développent à l'étranger, principalement sous quatre formes : la franchise directe, la master-franchise, la filiale, et le joint-venture. Un réseau utilisant la franchise peut aussi choisir de se développer en propre à l'étranger et il existe, à l'inverse, des réseaux français qui n'utilisent la franchise que pour leur développement à l'étranger.

La démarche de l'export est particulièrement courante dans les secteurs de l'équipement de la personne et de la maison, dans la coiffure et l'esthétique, dans l'alimentaire et le commerce spécialisé, ainsi que dans la restauration rapide, tous secteurs où l'origine française peut augmenter l'avantage concurrentiel du concept de franchise.

La démarche est complexe et encore plus coûteuse que le développement d'un réseau de franchise en France : il faut adapter le concept, traduire toute la documentation de départ, organiser les flux de circulation des produits vendus (et certains pays ont des législations complexes sur l'exportation et l'importation), composer avec les lois commerciales du pays. La France dispose cependant d'un réseau de représentations commerciales et économiques à l'étranger qui peut être d'une aide précieuse : les bureaux Business France et les chambres de commerce et d'industrie françaises à l'international (CCIFI) seront, dans cette stratégie, des alliés solides, ainsi que les associations de franchise des pays étrangers, surtout celles membres de la Fédération européenne de la franchise et du World Franchise Council (voir p. 92 et 96).

Plus récemment une Team France Export a été mise en place par le gouvernement. Il s'agit du rassemblement de toutes les solutions publiques proposées par les régions, les services de l'État, Business France, les CCI, et Bpifrance pour faire gagner les entreprises françaises à l'international.

DEVENIR FRANCHISÉ À L'ÉTRANGER D'UN CONCEPT FRANÇAIS OU ÉTRANGER

Un entrepreneur indépendant tenté par l'aventure peut s'installer en franchise à l'étranger avec un concept français ou décider d'y développer un concept étranger. Il relèvera du droit civil et commercial du pays où il exercera son activité, et cela sur plusieurs plans :

- celui de commerçant indépendant / entrepreneur,
- celui de franchisé,
- celui de propriétaire ou de locataire d'un local commercial, le cas échéant,
- celui d'emprunteur, le cas échéant,
- celui d'employeur, le cas échéant,
- celui de professionnel d'un métier réglementé, le cas échéant,
- et pour finir celui d'entrepreneur étranger, le cas échéant.

Avant de songer à franchir les frontières de la franchise, il faut tenir compte de tous ces rôles, et d'en peser les conséquences sur un projet déjà lourd. Une familiarité avec le pays d'installation, sa langue, ses coutumes, ses lois est évidemment requise. On notera cependant qu'un projet de franchise bâti avec soin avec le franchiseur du pays exportateur et ses homologues du pays de destination, ainsi que l'association nationale de la franchise, peuvent sans doute faciliter les démarches d'implantation économique et sociale dans ce pays...

À connaître

Les bureaux Business France à l'étranger, joignables par le biais de Business France (www.businessfrance.fr)

Les CCIFI (Chambres de commerce et d'industrie françaises à l'international) (www.ccifrance-international.org)

Les associations et fédérations de franchise membres de la Fédération européenne et du World Franchise Council (voir p. 92-94 et 96-99).

La Team France Export (www.teamfrance-export.fr)

LA FÉDÉRATION EUROPÉENNE

DE LA FRANCHISE

La Fédération européenne de la franchise (EFF) est une association à but non lucratif créée en 1972 à l'initiative de la FFF. Ses membres sont des associations ou des fédérations de franchise nationales établies en Europe.

OBJECTIFS DE LA EFF

- Promouvoir la franchise en Europe,
- Défendre les intérêts de la franchise et faire la promotion du Code de déontologie européen de la franchise,
- Encourager le développement de la franchise en Europe,
- Représenter les intérêts de ce système de distribution auprès des organismes internationaux comme la Communauté européenne, le Parlement européen...
- Promouvoir les acteurs de la franchise européenne et les membres de sa fédération,
- Échanger des informations et des expériences entre les différentes associations de la franchise en Europe et dans le monde,
- Servir ses membres.



Secrétariat EFF

Rue Washington, 40
B-1050 Bruxelles
BELGIQUE
Tél. 00 (32) 2 520 16 07
Mail : info@eff-franchise.com
Site web : www.eff-franchise.com

**Coprésident de la Fédération
européenne de la franchise :**
Denis SÉGUIER (FFF)

Délégué général :
Alisdair GRAY,
alisdair@eff-franchise.com

LES MEMBRES DE LA FÉDÉRATION EUROPÉENNE DE LA FRANCHISE

DEUTSCHER FRANCHISE VERBAND

Luisenstraße 41
D-10117 Berlin (Allemagne)
Tél. 00 (49) 30-278 902-0
www.franchiseverband.com/
@ schmelzle@franchiseverband.com

BELGISCHE FRANCHISE FEDERATIE FÉDÉRATION BELGE DE LA FRANCHISE (FBF-BFF)

Researchdreef
12, allée de la Recherche
B-1070 Anderlecht (Belgique)
Tél. 00 (32) 2 523 97 07
www.fbf-bff.be
@ info@fbf-bff.be

HRVATSKA UDRUGA ZA FRANŠIZNO POSLOVANJE (FIP)

Bilogorska 6
10000 Zagreb (Croatie)
Tél. 00 (385) 98 169 7427
www.fip.com.hr
@ udruga@fip.com.hr

FRANCHISE DENMARK (DFF)

c/o advokat Paul Neale, Ny Oestergade 3,
DK-1101 Copenhagen (Danemark)
Tél. 00 (45) 70 25 57 700
www.franchisedanmark.org/
@ info@franchisedanmark.org

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES (AEF)

Edificio Negocenter Business Center
Paseo de la Castellana, 135
6ª planta, despacho 621
ES-28046 Madrid (Espagne)
Tél. 00 (91) 787 20 50 – (91) 461 22 26
www.franquiciadores.com
@ aef@soporte1.com – aef@icaro.net

SUOMEN FRANCHISING-YHDISTYS RY (SFY)

Bulevardi 21
FI-00180 Helsinki (Finlande)
Tél. 00 (358) 9 586 5847
www.franchising.fi
@ office@franchising.fi

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE (FFF)

29, boulevard de Courcelles
F-75008 Paris (France)
Tél. 00 (33-1) 53 75 22 25
www.franchise-fff.com
@ info@franchise-fff.com

BRITISH FRANCHISE ASSOCIATION (BFA)

85f Park Drive, Milton Park, Abingdon
Oxfordshire OX14 4RY (Grande-Bretagne)
Tél. 00 (44) 1235 820 470
www.thebfa.org
@ PipWilkins@thebfa.org

GREEK FRANCHISE ASSOCIATION (GFA)

7 Stadiou str.
GR-10562 ATHENS (Grèce)
Tél. 00 (30) 210 322 5324
www.franchise.org.gr/en/home
@ info@franchise.org.gr

MAGYAR FRANCHISE SZÖVETSÉG (MFSZ)

Margit krt. 64/B
HU-1027 BUDAPEST (Hongrie)
Tél. 00 (36-1) 391-7313
www.franchise.hu
@ titkarsag@franchise.hu – ceo@franchise.hu

ASSOCIAZIONE ITALIANA DEL FRANCHISING (AIF)

Via Melchiorre Gioia, 70
IT-20125 Milano (Italie)
Tél. 00 (39) 02 29 00 37 79
Tél. 00 (39) 02 36 56 94 61
www.assofranchising.it
@ assofranchising@assofranchising.it

NEDERLANDSE FRANCHISE VERENIGING (NFV)

Vaartweg 180
NL-1217 SZ Hilversum (Pays-Bas)
Tél. 00 (31) (0)35 624 23 00
www.nfv.nl
@ franchise@nfv.nl – info@nfv.nl

POLSKA ORGANIZACJA FRANCZYŻODAWCÓW (POF)

ul. 16 Brązownicza
PL-01-929 Warsaw (Pologne)
Tél. 00 (48) 22 560 80 35
<http://franchise.org.pl>
@ pfo@franchise.org.pl



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DA FRANCHISE (APF)

R. Marquês Pombal 347
2755-247 Alcabideche, Cascais (Portugal)
Tél. 00 (351) 969 105 891
www.associacaofranchising.pt
@ geral@apf.org.pt – cmatos@apf.org.pt

SEKCIJA SLOVENSКИH FRANŠIZNIH DRUŽB

Trgovinska zbornica Slovenije
(*Chambre de commerce slovène*)
Dunajska cesta 167, 1000 Ljubljana (Slovénie)
Tél. (01) 5898 212, (01) 5898 213
<https://www.tzslo.si/sl/o-tzs/>
@ info@tzslo.si

<https://www.franchise-slovenia.si/o-nas/>
Tél. 00 (421) 918 410 663
<https://sfa.sk/>
@ sekretariat@sfa.sk

SVENSK FRANCHISE (SF)

Kungsgatan 71, 1st floor
SE-112 27 Stockholm (Suède)
Tél. 00 (46) 766 10 4166 – (46) 70 893 66 50
<http://svenskfranchise.se>

TÜRKIYE FRANCHISING DERNEGI (UFRAD)

İnönü Caddesi No 40 Florya,
Istanbul (Turquie)
M. 00 (90) 212 599 17 84
Tél. 00 (90) 539 966 0826
www.ufrad.org.tr
@ info@ufrad.org.tr

L'ENTREPRENEUR DE DEMAIN C'EST



 franchise
expo PARIS
fff Fédération
Française
Franchise

DU 19 AU 22 MARS 2023
PARIS - PORTE DE VERSAILLES

Votre badge gratuit sur www.franchiseparis.com avec le code PAR3SW

organisé par  infoprodigital

En partenariat avec



Toute la
Franchise

CADREMPLOI



LE FIGARO



LE WORLD FRANCHISE COUNCIL

UN ORGANISME MONDIAL AU SERVICE DE LA FRANCHISE

Le WFC est né après de multiples rencontres qui ont commencé à Toronto en 1988 (rencontre de la Fédération européenne de la franchise représentée par la France, de l'Association canadienne de la franchise et de l'IFA) pour se poursuivre à Mexico et à Las Vegas. C'est finalement à Lisbonne en juin 1994 que les principales associations représentées par leurs présidents et délégués généraux ont adopté les premiers statuts du WFC et ont donc scellé sa fondation.

Encourager l'entente et la collaboration internationale pour renforcer et promouvoir la franchise.

LE BUT DU WFC

« Encourager l'entente et la collaboration internationale pour renforcer et promouvoir la franchise »

LES OBJECTIFS CONCRETS

- Offrir à toutes les associations nationales de franchise, respectant les critères éthiques définis par les statuts, un espace de parole où leurs opinions et leur souveraineté seront respectées,
- Permettre des échanges de savoir-faire nationaux quant au développement de la franchise,
- Se faire le porte-parole des associations nationales auprès des organismes internationaux,
- Encourager la constitution d'associations nationales de franchise sur la base des critères éthiques définis par les statuts dans tous les pays du monde.

LES CRITÈRES DE L'ADHÉSION AU WFC

L'association ou fédération de franchise doit répondre à trois critères :

- a) ses membres doivent être constitués en majorité de réseaux de franchise ou de leurs représentants,
- b) son conseil d'administration doit être composé en majorité de réseaux de franchise ou de leurs représentants (son président doit être un franchiseur),
- c) elle doit avoir publié un code de déontologie que ses membres s'engagent à respecter, et qui n'est pas en contradiction avec les codes de déontologie promulgués par l'IFA ou la Fédération européenne de la franchise, ou tout code équivalent.

Les fédérations ou associations nouvellement créées peuvent être acceptées comme membres associés si elles s'engagent à respecter les critères de l'adhésion ci-dessus. Ne peut adhérer qu'une seule association ou fédération par pays, à une exception près, due à son histoire, celle de Hong-Kong.

LE FONCTIONNEMENT DU WFC

La présidence et le secrétariat général sont tournants. Le secrétariat général est assuré en ce moment par le Royaume-Uni.



Pour vous tenir informés de la vie du WFC, merci de nous contacter : bx@ccfa.org.cn

ou de consulter le site du WFC (en anglais) : www.worldfranchisecouncil.net

LES MEMBRES DU WORLD FRANCHISE COUNCIL *

FRANCHISE ASSOCIATION OF SOUTH AFRICA (FASA)

Postnet #256, Private Bag X4
Bedfordview 2008 (Afrique du Sud)
Adresse du siège : Bradford House
12 Bradford Road, Bedfordview 2007
Tél. 00 (27-11) 615 0359 – (27-11) 615 03 68
www.fasa.co.za
@ freddy@fasa.co.za

ASOCIACIÓN ARGENTINA DE MARCAS Y FRANQUICIAS (AAMF)

Av. Del Libertador 184, 11°. "D"
Capital Federal 1001 Buenos Aires (Argentine)
Tél. 00 (54) 11 4311 4009 – 00 (54) 114 312 2030
www.aamf.com.ar
@ info@aamf.com.ar

ASIA PACIFIC CONFEDERATION (APFC)

Siège de la fédération des Philippines
Tél. 00 (63) 2 687 0365 (et 66, 67)
www.franchise-apfc.org
@ pfa@pfa.org.ph – @ international@pfa.org.ph

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF)

Av. das Nacoes Unidas, 10.989, 9th floor, 92
CEP 04578-000 – Sao Paulo sp Brazil (Brésil)
Tél. 00 (55) 11 3020 8800
www.abf.com.br
@ presidente@abf.com.br
@ international@abf.com.br

CANADIAN FRANCHISE ASSOCIATION (CFA)

116-5399 Eglinton Avenue West – Suite 116
TORONTO, ONTARIO M9C 5K6 (Canada)
Tél. 00 1 (416) 695 2896 ext. 222
Toll Free: 00 1 (800) 665 4232
www.cfa.ca
@ smcneil@cfa.ca – ggandhi@cfa.ca

CHINA CHAIN-STORE & FRANCHISE ASSOCIATION (CCFA)

Room 811, 8th floor, Foreign Economic & Trade Plaza
N° 22 Fuchengmenwai Str., Xicheng District
BEIJING P.R.100037 (Chine)
Tél. 00 (86) 010 687 84 930/1
www.ccfa.org.cn – www.chinaretail.org
@ lucywu@ccfa.org.cn – @ bx@ccfa.org.cn

CÁMARA COLOMBIA DE FRANQUICIAS COLFRANQUICIAS (CCF)

Avenida Carrera 7 Numero 127-48,
Casa B, Piso 2 Centro, Empresarial 128,
Bogotá (Colombie)
Tél. 00 (57-310) 4235662
www.colfranquicias.com
@ info@colfranquicias.com

KOREAN FRANCHISE ASSOCIATION (KFA)

2F, Wolheon Building, 248 Seocho-daero, Seocho-gu
06647 Seoul (Corée du Sud)
Tél. 00 (82) 2 3471 8135
www.ikfa.or.kr
@ master@ikfa.or.kr – kjb@ikfa.or.kr

*Et les membres de la Fédération européenne de la franchise, excepté la Slovaquie (voir liste p. 93-94).

EGYPTIAN FRANCHISE DEVELOPMENT ASSOCIATION (EFDA)

49 Al-batal Ahmed Abdel El Aziz St.
Mohandeseen, Giza (Égypte)
Tél. 00 (202) 3346 43 06 – 3302 11 05
www.efda.org.eg
@ info@efda.org.eg
@ hatem.m.zaki@gmail.com

EMIRATES ASSOCIATION FOR FRANCHISE DEVELOPMENT (FAD)

Abu Dhabi Chamber of Commerce & Industry
PO Box 662
ABU DHABI (Émirats arabes unis)
Tél. 00 (971) 2 6177 276
www.ifce-ad.com
@ a.abdelmoty@adcci.gov.ae

INTERNATIONAL FRANCHISE ASSOCIATION (IFA)

1900 K Street, NW, Suite 700
WASHINGTON DC 20006 (États-Unis)
Tél. 00 1 (202) 628 8000, 622 0780
www.franchise.org
VP, Growth and Operations
M. Alan Catlett
Tél. 00 1 (202) 662 0795
M. 00 1 443 838 7290
@ acatlett@franchise.org

FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE FRANQUICIAS (FIAF)

<https://www.portalfiaf.com/>
@ fiaf@portalfiaf.com
@ gabriel@surplus.com.uy

ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE FRANQUICIAS (AGF)

Blv. Los Próceres 24-69 zona 10,
Zona Pradera, Torre II, oficina1006,
01010, Ciudad de Guatemala (Guatemala)
Tél. 00 (502) 2244-3965
www.guatefranquicias.org
@ info@guatefranquicias.org

HONG KONG FRANCHISE ASSOCIATION (HKFA)

C/o Hong Kong General Chamber of Commerce
22 / F Unit A – United Centre,
95 Queensway, Hong Kong
Tél. 00 (852) 2529 9229
www.franchise.org.hk
@ hkfa@franchise.org.hk
@ wing@chamber.org.hk

FRANCHISING ASSOCIATION OF INDIA (FAI)

B 510 Sagar Tech Plaza, Andheri Kurla Road,
Sakinaka, Mumbai 400 072 (Inde)
Tél. 00 (91) 99 871 890 03
www.fai.co.in
@ suresh@fai.co.in
@ ashish.mishra@fai.co.in

INDONESIAN FRANCHISE ASSOCIATION (AFI)

Jl. Darmawangsa X No. A 19, Kebayoran Baru
Jakarta Selatan 12150 (Indonésie)
Tél. 00 (6221) 739 5577 – P (6281) 293 565 494
www.franchiseindonesia.org
@ secretariat@asosiasifranchiseindonesia.org

JAPAN FRANCHISE ASSOCIATION (JFA)

2nd Akiyama Building, 3-6-2 Toranomon,
Minato-ku
Tokyo 105-0001 (Japon)
Tél. 00 (81) 3 5777 8701
www.jfa-fc.or.jp
@ haga@jfa-fc.or.jp

LEBANESE FRANCHISE ASSOCIATION (LFA)

Chamber of Commerce bldg, 13th floor Sanayeh,
Beirut (Liban)
Tél. 00 (961) 1 742 134 – (961) 71 400 533
www.lfalebanon.com
@ info@lfalebanon.com
@ rhabre@lfalebanon.com

MALAYSIAN FRANCHISE ASSOCIATION (MFA)

J-2-1, Boulevard Business Park Jalan Kuching,
No. 115, Jalan Kepayang
Off Jalan Kuching
51200 Kuala Lumpur (Malaisie)
Tél. 00 (60-3) 2697 1557
www.mfa.org.my
@ faizal@mfa.org.my – @ shukri@mfa.org.my

ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS (AMF)

Insurgentes Sur 1783, #101, Col. Guadalupe Inn
D.F., 01020 Mexico (Mexique)

Tél. 00 (52) 2 661 0655

www.franquiciasdemexico.org.mx

@ presidencia@franquiciasdemexico.org.mx

@ maria@franquiciasdemexico.org.mx

FRANCHISE ASSOCIATION OF NEW ZEALAND INC (FANZ)

PO Box 33-676, Takapuna

Auckland 0740 (Nouvelle-Zélande)

Siège : MBS Advertising Office, Level 4,

51 Hurstmere Rd, Takapuna, Auckland 0622

Tél. 00 (64) 9 274 2901 – 00 (64) 21 248 2343

www.franchiseassociation.org.nz

@ robyn@franchise.org.nz

@ international@franchise.org.nz

PHILIPPINE FRANCHISE ASSOCIATION (PFA)

Unit 701 OMM-CITRA Building,

San Miguel Av., Ortigas Center, Pasig City

Metro Manila 1600 (Philippines)

Tél. 00 (63) 2 687 0365 (et 67)

M. 00 (63) 917 832 0732

www.pfa.org.ph

@ pfa@pfa.org.ph – @ international@pfa.org.ph

FRANCHISING AND LICENSING ASSOCIATION (FLA)

9, Jurong Town Hall #03-16

Trade Association Hub

SINGAPORE 609431 (Singapour)

Tél. 00 (65) 6333-0281 – M. (65) 844 843 41

www.flasingapore.org

@ info@flasingapore.org

@ albert@asiawidefranchise.com.sg

ASSOCIATION OF CHAIN AND FRANCHISE PROMOTION TAIWAN (ACFPT)

3F. No 82, Sec. 1, Zhongshan N. Rd,
Zhongshan Dist.

Taipei City 104 (Taiwan)

Tél. 00 (886) 2 2523 5118

www.franchise.org.tw

@ 101@franchise.org.tw – @ 121@franchise.org.tw

CESKÁ ASOCIACE FRANCHISINGU (CAF)

Tesnov 5

CZ-110 00 Praha 1 (République Tchèque)

Tél. 00 (420) 222 513 691 – Gsm. (420) 728 948 479

www.czech-franchise.cz

@ caf@czech-franchise.cz

CÁMARA VENEZOLANA DE FRANQUICIAS (CVF)

Ave. Principal Los Ruices,

Edif. Oficentro Los Ruices, Piso 3, Of. P3-G Urb.

Los Ruices Caracas (Vénézuéla) 01014

Tél. 00 (58-212) 239-9355

<https://www.profranquicias.org/>

@ administracion@profranquicias.com

@ comunicacionesymercadeo@profranquicias.com

REJOINDRE LA FFF – DEVENIR ADHÉRENT

QUI PEUT ADHÉRER ?

Tous les réseaux qui se développent en franchise, à condition qu'ils aient au moins deux points de vente franchisés, que leur concept soit de qualité et qu'ils respectent le Code de déontologie européen de la franchise. Le réseau est admis après un examen minutieux du dossier de candidature, validé par une Commission d'admission puis soumis à l'approbation du Conseil d'administration de la FFF. Le CA est formé de vingt et un représentants des réseaux de franchise adhérents, dont cinq représentants franchisés.

Un réseau, membre de la FFF, n'est admis qu'après vérification :

- De la propriété ou du droit d'usage de sa marque,
- De la réalité de son savoir-faire et de sa transmission,
- De la mise en place de formations initiale et continue,
- De l'engagement à respecter le Code de déontologie européen de la franchise,
- De la cohérence de ses objectifs, de sa stratégie et de ses moyens,
- De la mise en place d'une structure d'animation et d'assistance des franchisés,
- De l'appréciation des franchisés du réseau pour une transparence totale.

DEUX CATÉGORIES D'ADHÉRENTS

1. Membres actifs

Les réseaux qui réunissent tous les critères décrits ci-dessus vérifiés par la commission d'admission et validés par le conseil d'administration.

2. Nouvelle Franchise

Afin de pouvoir accueillir les jeunes réseaux et les guider au mieux dans le développement, la FFF a créé la catégorie Nouvelle Franchise. Pourront être admis dans cette catégorie les réseaux qui, au jour de leur demande d'adhésion ont mis au point un concept testé et exploité dans au moins une unité pilote pendant un délai raisonnable, dont la structure franchisante a en principe été constituée depuis moins de trois ans et dont le nombre de franchisés du réseau se situe, en principe, entre deux et dix.

LES QUATRE ENGAGEMENTS DES RÉSEAUX QUI REJOignent LA FFF

1. Respecter les principes fondateurs de la franchise repris dans le Code de déontologie européen de la franchise
2. Rechercher une réussite pérenne et partagée entre le franchiseur et ses franchisés
3. Favoriser un dialogue permanent et transparent dans le réseau
4. Professionnaliser le modèle de la franchise notamment grâce au partage des bonnes pratiques.

Pour plus de précisions

Se reporter au
Règlement intérieur
de la FFF :
<https://www.franchise-fff.com/base-documentaire/send/171-fff-pratique/406495-reglement-interieur-fff>

Contact :
Boris FLECHE
b.fleche@franchise-fff.com

L'annuaire des adhérents

Vous retrouverez sur www.franchise-fff.com l'annuaire des adhérents mis à jour en temps réel, une fiche complète sur chaque enseigne et les liens vers leurs adresses électroniques et leurs sites.

— Franchiseurs, développez votre enseigne rejoignez-nous !



Adhérez
à la Fédération Française de la Franchise



En adhérant à la Fédération Française de la Franchise, vous serez accompagné à toutes les étapes, de la création au développement de votre réseau de franchise



Vous serez soutenu et représenté par la Fédération Française de la Franchise auprès des pouvoirs publics et des acteurs du monde économique.



Vous partagerez les expériences et les bonnes pratiques avec nos adhérents et nos experts.



Vous profiterez de tarifs préférentiels sur Franchise Expo Paris, le rendez-vous annuel international majeur de la franchise.

UN ENGAGEMENT ET DES SERVICES

Oui, la FFF, c'est un engagement. Celui de tous les adhérents, qui ont su montrer leur attachement à la déontologie de la franchise. Celui de la fédération, qui met toute sa connaissance, toute son intelligence et toute son énergie au service de la franchise et de ses adhérents. Un engagement pour développer harmonieusement, pour défendre efficacement et pour représenter brillamment la franchise.

La FFF c'est aussi de nombreux services à la disposition des adhérents...

UN ENGAGEMENT...

LA QUALITÉ FFF

La FFF a des critères de sélection particulièrement rigoureux : étude du contrat de franchise, vérification de l'existence du savoir-faire, entretiens avec le franchiseur, enquête dans le réseau... L'admission à la FFF se fait sur la base de l'engagement du postulant à respecter les critères du Code de déontologie européen de la franchise ainsi que l'article L.330-3 du Code du commerce.

LA FORCE DU LOBBYING

La FFF est l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics nationaux, européens et internationaux. La franchise a acquis avec la FFF une voix officielle, et chaque adhérent peut faire sienne cette voix. Chaque adhérent trouve à la FFF une organisation qui le représente sur la scène nationale et internationale.

LA PROMOTION DES ADHÉRENTS

Adhérer à la FFF, c'est être au centre d'une activité d'information sur la franchise riche et diversifiée : présence de l'enseigne adhérente dans le Guide FFF de la franchise, sur www.franchise-fff.com. La FFF est un précieux relais d'information pour ses adhérents, et sa newsletter *Actu FFF* reflète régulièrement leur actualité.

DES ESPACES DE RECHERCHE, DE RENCONTRES ET DE DÉBATS

• Les ateliers, les webinars, les réunions régionales

Les ateliers et les webinars pour rester au courant des dernières évolutions de la franchise, les réunions régionales pour rencontrer sur le terrain des responsables de réseau, des animateurs et des développeurs, comparer les expériences en matière de formation, de recrutement, de communication, de management...

• Les commissions de réflexion

La FFF a mis en place des commissions de travail pragmatiques et productives : pour contribuer à l'évolution de la franchise, résoudre des problèmes spécifiques aux réseaux, proposer ou recueillir des idées innovantes... mais aussi participer au recrutement de nouveaux adhérents :

- les ateliers juridiques,
- les groupes de travail,
- la commission déontologie,
- la commission d'admission...

- **Le Comité scientifique**

Depuis 1997, la FFF a mis en place, avec ses adhérents et des partenaires du monde de la finance, de l'assurance et de la recherche, un Comité scientifique. Le résultat: plus de vingt études publiées et un ouvrage sur l'application pratique de ces études.

DES ÉVÉNEMENTS

FRANCHISE EXPO PARIS®

Depuis 1981, Franchise Expo Paris, créé par la FFF et piloté depuis 2023 par InfoPro Digital, est la vitrine de la franchise française, européenne et internationale, mais aussi un lieu de rencontre privilégié pour les franchiseurs, les futurs franchisés, les collectivités locales, les investisseurs, les experts... Franchise Expo Paris 2023, c'est du 19 au 22 mars, Porte de Versailles. Plus de 35 000 visiteurs sont attendus pour visiter les 500 enseignes exposantes.

LES SALONS DE LA CRÉATION / REPRISE D'ENTREPRISE

La FFF, soucieuse d'informer les créateurs d'entreprise, les commerçants et les futurs franchisés là où ils sont actifs, participe à de nombreux salons sur la création/reprise d'entreprise ainsi qu'à des salons thématiques. Pour les adhérents, qui exposent sur ces salons, c'est l'occasion de présenter leur enseigne aux acteurs locaux – futurs franchisés, élus locaux, investisseurs.

LES ENTRETIENS DE LA FRANCHISE

En novembre de chaque année, la FFF organise une demi-journée de restitution et de présentation des recherches universitaires pilotées par le Comité scientifique. Une autre occasion de rencontre, d'échange, d'amélioration du fonctionnement des réseaux...

DES OUTILS

INTERNET/INTRANET

www.franchise-fff.com, c'est le site officiel et grand public de la FFF. Informations générales sur la franchise, présentation de tous les réseaux adhérents, avec des liens vers leurs sites et une possibilité de contact direct, nouvelles et annonces des adhérents, liens utiles...

La FFF s'est dotée en 2021 d'une plateforme collaborative réservée à nos adhérents afin de fluidifier et susciter les contacts entre les membres et qu'ils retrouvent toute la documentation sur la franchise et l'actualité de la FFF et de ses adhérents.

LE GUIDE FFF DE LA FRANCHISE

Depuis 1995, la FFF éditait un annuaire de ses adhérents « Toute la franchise ». Cet ouvrage a évolué en 2021 en un *Guide FFF de la franchise*, à la fois Guide pour les futurs franchisés et futurs franchiseurs avec les démarches, les textes utiles, les conseils et en même temps Annuaire avec les fiches détaillées de tous nos adhérents.

Disponible désormais en format électronique, téléchargeable gratuitement à partir de notre site www.franchise-fff.com

www.franchise-fff.com

ACTU FFF

Une newsletter envoyée tous les quinze jours à nos adhérents: la vie de la FFF et de ses membres, les prochains événements... Toute l'actualité de la franchise et les actions de la FFF en un coup d'oeil !

LES FORMATIONS

L'Académie de la franchise® organise des formations 100 % franchise à suivre à la carte, par parcours ou en cycle de professionnalisation, à destination des futurs franchisés et futurs franchiseurs, des réseaux en création et en développement, des équipes des franchiseurs et des partenaires de la franchise.

Centre de formation à la franchise, unique en son genre, l'Académie de la franchise® est un formidable outil de professionnalisation aux métiers de la franchise.



L'Académie de la franchise® dispose de son site internet 100 % dédié à son offre de formation : www.formation-franchise.com

UNE ASSISTANCE DE TOUS LES MOMENTS

UNE ASSISTANCE À L'EXPORT

La FFF est un relais pour tous les adhérents qui souhaitent se développer à l'étranger. Membre fondateur de la Fédération européenne de la franchise et du World Franchise Council, la FFF fait bénéficier ses adhérents des relations privilégiées qu'elle a nouées depuis 30 ans avec les acteurs internationaux de la franchise. Elle peut conseiller ou représenter ses adhérents auprès des partenaires étrangers.

UNE ASSISTANCE À LA RÉOLUTION DES CONFLITS

Peu nombreux sont les réseaux qui ne connaissent jamais de tensions ou de moments difficiles... La franchise est une activité humaine et parfois orageuse ! La FFF est à l'écoute des réseaux adhérents, des doléances des franchisés ou des franchiseurs. Ces doléances peuvent déboucher sur des conflits : la FFF a mis en place une Chambre de Médiation Franchiseur-Franchisé® (M2F), ainsi qu'un Comité d'arbitrage qui peuvent aider à les résoudre.

De plus, la FFF dispose d'une Commission de Médiation Franchise-Consommateurs® (MFC) qui a pour vocation de traiter les différends opposant un consommateur à un franchisé et/ou un franchiseur dans le domaine de la distribution ou des services.

UNE ÉQUIPE TOUJOURS DISPONIBLE

La FFF, ce sont aussi neuf personnes qui peuvent répondre aux questions que se posent les adhérents. Développement à l'étranger, questions juridiques, formations, études sectorielles, recherches documentaires, nouvelles technologies de l'information, chiffres et tendances sociales et commerciales... l'équipe de la FFF est au service de ses adhérents. Elle organise tous les trimestres le Verre de la franchise, une rencontre informelle pour tous les acteurs de la franchise.

DES PARTENAIRES POUR TOUS LES PROJETS

En cinquante ans d'existence, la FFF a noué des liens précieux avec tous les acteurs du monde de la franchise et du commerce, en France, en Europe et dans le monde.

fff Fédération
Française
Franchise

29, boulevard de Courcelles

75008 PARIS

Tél. 01 53 75 22 25

info@franchise-fff.com

www.franchise-fff.com

www.observatoiredefracnchise.fr

TÉMOIGNAGES DE FRANCHISEURS



En rejoignant la FFF, Boulanger souhaite bénéficier d'une expertise et d'un accompagnement dans le développement de son réseau de franchise, entrepris en 2018 en collaboration avec Ex & Co. Cette adhésion à la FFF traduit nos efforts de structuration de notre réseau et notre volonté de poursuivre une croissance rapide tout en restant vigilant à la qualité des dossiers et des candidats, explique **MATTHIEU RÉMOND**, Directeur franchise au sein du groupe BOULANGER.



Nous sommes ravis de faire partie des adhérents à la Fédération Française de la Franchise. Cette adhésion permet de garantir la qualité de l'accompagnement quotidien que nous proposons à nos franchisés, c'est une fierté pour l'ensemble des services supports mais aussi pour nos franchisés. Il reste encore de grandes choses à faire pour Pokawa, et nous sommes convaincus que l'expertise de la FFF contribuera à poursuivre le développement de notre réseau et atteindre l'objectif: devenir le leader du poké dans le monde, déclare **MAXIME BUHLER**, cofondateur et directeur général de POKAWA.



Quelques années après notre enseigne Naturalia, spécialisée dans la Bio, nous sommes heureux que Monoprix et monop' comptent parmi les adhérents la Fédération Française de la Franchise. Cela va nous permettre de continuer d'affirmer notre positionnement de leader du commerce de centre-ville, toujours au plus près de nos clients urbains, précise **DIANE COLICHE**, Directrice générale exécutive MONOPRIX.



La Fédération Française de la Franchise est aujourd'hui incontournable pour la promotion et la préservation du modèle de la franchise. Forts de notre expérience de plus de 15 ans dans la restauration rapide sur le thème de la pizza de terroir et de plus de 7 ans en tant que franchiseur, y adhérer est une suite logique! En effet, Basilic & Co se développe en franchise pour créer un réseau d'indépendants qui se rassemblent autour d'un projet commun, tout comme la FFF fédère l'écosystème de ce réseau de commercialisation. Nous sommes heureux de pouvoir, via notre adhésion, échanger avec nos homologues, bénéficier des conseils et outils disponibles, et ainsi renforcer notre développement à travers ce modèle accélérateur de réussite! », développe **PÉTIA VELITCHKOVA**, Directrice Réseau Basilic & Co.



VÉRONIQUE DISCOURS-BUHOT, Déléguée Générale de la FFF: L'arrivée de nouveaux adhérents témoigne du dynamisme de la franchise et de la reconnaissance du rôle de la FFF à promouvoir ce modèle dans le respect des intérêts partagés des franchiseurs et des franchisés.



Le développement de Nachos en franchise a été accéléré par les validations et encouragements successifs des professionnels du secteur en étant finaliste de Passeport pour la franchise, puis des Révélations de la franchise. Aujourd'hui rejoindre la Fédération Française de la Franchise c'est confirmer la solidité du modèle économique de l'entreprise et mettre toutes les chances de notre côté pour poursuivre notre développement, affirme **BENOÎT LEROY**, fondateur et dirigeant de NACHOS.

ON AIR Fitness est ravi de rejoindre officiellement la Fédération Française de la Franchise. Cette adhésion reflète notre engagement et notre respect du code de déontologie européen de la franchise. C'est également un gage de qualité, de transparence et de loyauté, déclare **FRÉDÉRIC VALLET**, Directeur général de la franchise ON AIR FITNESS.

Être membre de la FFF, c'est avant tout rejoindre des valeurs et s'y retrouver pleinement. C'est un gage de qualité pour notre réseau et nos futurs franchisés : la FFF nous accompagnera pour pérenniser notre organisation et la faire évoluer. Échanger, partager des expériences... avec l'ensemble des adhérents et l'équipe de la FFF afin de contribuer à un savoir commun, soulignent **EDWIGE LE DOUARIN** et **MARTIN WERCKMANN**, cofondateurs et codirigeants de AQUATIRIS.

Depuis 30 ans, nous avons su évoluer avec les envies des consommateurs et nous sommes fiers de rejoindre aujourd'hui la Fédération Française de la Franchise pour étendre le réseau sur tout le territoire et atteindre notre objectif de 100 points de vente. Rejoindre la Fédération Française de la Franchise, c'est aussi témoigner de notre respect du code de déontologie et de notre accompagnement des franchisés vers la réussite, commente **JULIEN BORI**, Directeur associé de TUTTI PIZZA.

ADHÉRER À LA FFF, UN ENGAGEMENT FORT

Adhérer à la Fédération Française de la Franchise, c'est s'engager à respecter le Code de déontologie européen de la franchise promu par la FFF. En effet, chaque enseigne souhaitant rejoindre la FFF doit se présenter devant une Commission d'admission, composée d'au moins un administrateur et de permanents de la FFF, qui examinent notamment l'existence du savoir-faire, l'organisation de sa transmission, la rentabilité du concept, le sérieux et l'expertise du franchiseur en matière d'accompagnement et d'animation ainsi que ses perspectives de développement. En devenant membre de la FFF, l'enseigne témoigne de sa volonté de développer son réseau en bénéficiant de l'accompagnement de la Fédération.

LES ENSEIGNES PAR ACTIVITÉS

L'ALIMENTAIRE

BOUTLANGERIES, PÂTISSERIES

ANGE.....	120
BOUTLANGERIE SOPHIE LEBREUILLY	138
FIRMIN	184
LA MIE CÂLINE.....	224
PAUL.....	264

ÉPICERIE SPÉCIALISÉE

COMTESSE DU BARRY	156
-------------------------	-----

DIÉTÉTIQUE, BIO

LA VIE CLAIRE.....	226
NATURALIA	251

BIÈRES, CAFÉ, THÉ, VINS

CAVAVIN.....	149
LA CERVOISERIE	219
LA VIGNERY.....	227
NICOLAS.....	253

LIVRAISON PLATEAUX REPAS

TOUT & BON.....	291
-----------------	-----

CONFISERIES, CHOCOLATS ET GLACES

AMORINO.....	119
DE NEUVILLE	164
JEFF DE BRUGES.....	209
LE COMPTOIR DE MATHILDE	229
LEONIDAS.....	232
RÉAUTÉ CHOCOLAT.....	277
YVES THURIÈS CHOCOLATIER RÉCOLTANT	300

ALIMENTATION GÉNÉRALE

AUCHAN SUPERMARCHÉ	128
CASINO SUPERMARCHÉS.....	148
FRANPRIX.....	188
MONOP'	246
MONOPRIX.....	247
PICARD.....	267
SPAR.....	284
VIVAL.....	297

L'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE

PRÊT-À-PORTER

BONOBO.....	136
CACHE-CACHE.....	143
DARJEELING	162
GÉMO.....	191
JULES.....	210
KIABI	215
ORCHESTRA.....	262

OPTIQUE

GÉNÉRALE D'OPTIQUE	192
GRANDOPTICAL	194

ÉQUIPEMENTS MÉDICAUX

DISTRI CLUB MÉDICAL	168
---------------------------	-----

LA MAISON, LES LOISIRS

ANIMALERIE

MÉDOR ET COMPAGNIE.....	238
TOM&CO	289

BEAUTÉ

BEAUTY SUCCESS.....	135
NOCIBÉ.....	255
YVES ROCHER.....	299

BLANCHISSERIE

5ÀSEC.....	151
------------	-----

CUISINES

AVIVA	130
CUISINE PLUS	158
IXINA.....	207
SOCOOC'.....	283

DÉPÔTS-VENTE, OCCASION

CASH CONVERTERS.....	146
CASH EXPRESS	147
EASY CASH.....	173

BtoB

Relation commerciale vers une clientèle professionnelle.

FLEURS, JARDINERIES, PISCINES

AU NOM DE LA ROSE	127
CARRÉMENT FLEURS	145
CŒUR DE FLEURS	152
HAPPY	196
IRRIJARDIN	205
LE JARDIN DES FLEURS	230
MONCEAU FLEURS	244
OYA	263
VILLAVERDE	296

JOUETS

LA GRANDE RÉCRÉ	223
-----------------------	-----

LINGE DE MAISON, ARTS DE LA TABLE

CARRÉ BLANC	144
-------------------	-----

MATÉRIEL INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE

LDLC	228
TOP OFFICE	290

MEUBLES, ÉLECTRO-MÉNAGER ET LITERIE

BOULANGER	137
BUT	142
DARTY	163
GAUTIER	190
LA COMPAGNIE DU LIT	220
MONDIAL TISSUS	245

SPORT, REMISE EN FORME

CYCLABLE	159
ELANCIA	176
FITNESSBOUTIQUE	185
KEEP COOL	211
ON AIR	261

LES SERVICES

AGENTS ET COURTIERS IMMOBILIERS

ERA IMMOBILIER	178
ESPACES ATYPIQUES	179
GUY HOQUET L'IMMOBILIER	195
KELLER WILLIAMS	212
KEYMEX IMMOBILIER	213
NESTENN	252

BÂTIMENT / AMÉLIORATION DE L'HABITAT

AQUATIRIS	123
BtoB ATTILA	125
BtoB COMPTOIR DE LOCATION	155
DAL'ALU	160

DANIEL MOQUET SIGNE VOS ALLÉES	161
DOM&VIE	170
ISOLATION BY TRYBA	206
MACLEM	235
MAISONS PIERRE	237
MIKIT	243
NATILIA	250
PRÉSERVATION DU PATRIMOINE	273
QUADRO	274
REPAR' STORES	279
TRYBA	292
VIE & VÉRANDA	295
WELDOM	298

SERVICES AUX ENTREPRISES

BtoB ACTIONCOACH	114
BtoB AQUILA RH	124
BtoB MAIL BOXES ETC.	236

PUBLICITÉ, SIGNALÉTIQUE

BtoB SIGNARAMA	281
----------------------	-----

COURTAGE EN CRÉDIT

AFR FINANCEMENT	116
-----------------------	-----

FOURNITURES HÔTELIÈRES

BtoB ÉCOTEL	175
-------------------	-----

LOCATION DE VÉHICULES

ADA	115
EUROPCAR INTERNATIONAL	180
RENT A CAR	278
UCAR	294

SERVICES À LA PERSONNE

ÂGE D'OR SERVICES	117
APEF	121
AXEO SERVICES	131
BABYCHOU SERVICES	133
CENTRE SERVICES	150
DOMIDOM	171
FAMILY SPHERE	182
GÉNÉRALE DES SERVICES	193
HELP CONFORT	197
LA CABANE D'ACHILLE ET CAMILLE	218
LES MENUS SERVICES	234
MERCI+	240
O2 CARE SERVICES	260
PETITS-FILS	265
STUDIOSANTÉ®	287

COIFFURE ET ESTHÉTIQUE

COIFF&CO	153
DESSANGE.....	166
FRANCK PROVOST.....	187
JEAN LOUIS DAVID	208
L'ONGLERIE	216
SAINTE ALGUE.....	280

SERVICES AUTOMOBILES

API.....	122
AUTOSMART.....	129
DETAILCAR	167
DOC'BIKER.....	169
ÉLÉPHANT BLEU	177
EWIGO.....	181
FEU VERT	183
BtoB HYDROPARTS ASSISTANCE	200
MIDAS	242
NORAUTO FRANCHISE.....	256
SPEEDY.....	286

STOCKAGE

HOMEBOX.....	199
--------------	-----

L'HÔTELLERIE, LA RESTAURATION

HÔTELS

AKENA.....	118
B&B HOTELS	132
COMFORT.....	154
IBIS.....	201
IBIS BUDGET.....	202
IBIS STYLES.....	203
MERCURE.....	241
NOVOTEL.....	257
QUALITY	275

RESTAURANTS

AU BUREAU.....	126
BASILIC & CO.....	134
BRIOCHE DORÉE.....	139
BUFFALO GRILL	140
BURGER KING	141
COURTEPAILLE.....	157
DEL ARTE.....	165
DOMINO'S PIZZA.....	172
EAT SALAD	174
FLUNCH.....	186
FRENCH COFFEE SHOP	189
HIPPOPOTAMUS	198
INDIANA CAFÉ	204
KFC.....	214
LA BOUCHERIE	217
LA CÔTE ET L'ARÊTE	221
LA CROISSANTERIE.....	222
LA PATATERIE	225
LÉON	231
LES 3 BRASSEURS.....	233
MEMPHIS	239
MY BEERS.....	248
NACHOS	249
NINKASI.....	254
O'MALO.....	258
O'TACOS.....	259
PHOOD	266
PITAYA	268
PIZZA COSY	269
POINT CHAUD	270
POKAWA	271
POMME DE PAIN	272
QUICK.....	276
SIGNORIZZA	282
SPEED BURGER	285
TAOBENTO.....	288
TUTTI PIZZA	293

LES ENSEIGNES

PAR APPORT PERSONNEL

CLASSEMENT PAR ORDRE CROISSANT D'APPORT PERSONNEL MOYEN.

L'APPORT PERSONNEL EST LA SOMME EN FONDS PROPRE (HORS EMPRUNT) QUE REQUIERT L'ENTRÉE DANS UN RÉSEAU.

LES RÉSEAUX QUI N'ONT PAS DONNÉ DE MONTANT D'APPORT MOYEN NE FIGURENT PAS DANS LA LISTE.

MOINS DE 10 K€

REPAR'STORES	5
AQUATIRIS	8
DETAILCAR	10

DE 10 À 19 K€

AUTOSMART	15
L'ONGLERIE	15
ÂGE D'OR SERVICES	19

DE 20 À 49 K€

CAVAVIN	20
BABYCHOU SERVICES	20
MACLEM	20
VIVAL	20
AFR FINANCEMENT	25
APEF	25
AQUILA RH	25
AXEO SERVICES	25
CENTRE SERVICES	25
FAMILY SPHERE	25
GÉNÉRALE DES SERVICES	25
LA CABANE D'ACHILLE & CAMILLE	25
MERCİ +	25
O2 CARE SERVICES	25
VIE & VÉRANDA	25
DOMIDOM	29
5ÅSEC	30
COIFF&CO	30
DOM&VIE	30
FRANCK PROVOST	30
ISOLATION BY TRYBA	30
JEAN LOUIS DAVID	30
LE JARDIN DES FLEURS	30
MIKIT	30
OYA	30
PETITS-FILS	30
SAINT ALGUE	30

SPEED BURGER	30
STUDIOSANTE®	30
BASILIC & CO	35
SIGNARAMA	35
ADA	40
AU NOM DE LA ROSE	40
CUISINE PLUS	40
DAL'ALU	40
DANIEL MOQUET SIGNE VOS ALLÉES	40
LES MENUS SERVICES	40
MAIL BOXES ETC	40
PRÉSERVATION DU PATRIMOINE	40
SPAR	40
TRYBA	40
TUTTI PIZZA	40

DE 50 À 74 K€

API	50
YVES THURIÉS – CHOCOLATIER RÉCOLTANT	50
FITNESSBOUTIQUE	50
NESTENN	50
ATTILA	60
GUY HOQUET L'IMMOBILIER	50
LA COMPAGNIE DU LIT	50
CACHE-CACHE	50
CARRÉ BLANC	50
CASH CONVERTERS	50
CASH EXPRESS	50
COMTESSE DU BARRY	50
DISTRİ CLUB MÉDICAL	50
EASY CASH	50
ESPACES ATYPIQUES	50
ÉRA IMMOBILIER	50
FIRMIN	50
JEFF DE BRUGES	50
JULES	50
LA VIGNERY	50
LDLC	50

LE COMPTOIR DE MATHILDE	50
MÉDOR ET COMPAGNIE	50
NICOLAS	50
PIZZA COSY	50
QUADRO	50
TOUT & BON	50
CARRÉMENT FLEURS	60
CŒUR DE FLEURS	60
DE NEUVILLE	60
FRENCH COFFEE SHOP	60
GÉNÉRALE D'OPTIQUE	60
HAPPY	60
MIDAS	60
SOCOO'C	60
YVES ROCHER FRANCE	60
NATILIA	65
AVIVA CUISINES	70
IRRIJARDIN	70
MONCEAU FLEURS	70
MONDIAL TISSUS	70
RENT A CAR	70
ELANCIA	70
SPEEDY	70

DE 75 À 99 K€

DARTY	75
POMME DE PAIN	75
DOMINO'S PIZZA	80
GRANDOPTICAL	80
IXINA	80
NACHOS	80
O'MALO	80
O'TACOS	80
POINT CHAUD	80
POKAWA	85
PAUL	90

DE 100 À 149 K€

AU BUREAU	100
BRIOCHE DORÉE	100
COMPTOIR DE LOCATION	100
DEL ARTE	100
GAUTIER	100
HIPPOPOTAMUS	100
HOMEBOX	100
LA CROISSANTERIE	100
MAISONS PIERRE	100
ORCHESTRA	100
PHOOD	100
PICARD	100
PITAYA	100
RÉAUTÉ CHOCOLAT	100
TOP OFFICE	100

UCAR	100
LA MIE CÂLINE	110
ACTIONCOACH	120
BOULANGERIE SOPHIE LEBREUILLY	120
FEU VERT	120
LA CERVOISERIE	120
LA PATATERIE	120
NATURALIA	120
SIGNORIZZA	120
TAOBENTO	125

DE 150 À 199 K€

ANGE	150
BEAUTY SUCCESS	150
BOULANGER	150
ÉCOTEL	150
ÉLÉPHANT BLEU	150
FLUNCH	150
FRANPRIX	150
KEEP COOL	150
KEYMEX IMMOBILIER	150
LA BOUCHERIE	150
LÉON	150
MEMPHIS	150
NORAUTO FRANCHISE	150
WELDOM	150

DE 200 À 299 K€

AMORINO	200
BUT	200
INDIANA CAFÉ	200
KELLER WILLIAMS	200
KIABI	200
LES 3 BRASSEURS	200
QUICK	200
TOM&CO	200
BUFFALO GRILL	250
BURGER KING	250
LA CÔTE & L'ARÊTE	250
NINKASI	250
COURTEPAILLE	200

DE 300 À 499 K€

MONOP'	300
ON AIR	350
CASINO SUPERMARCHÉS	400
MONOPRIX	400

DE 500 K€ ET PLUS

AUCHAN SUPERMARCHÉ	500
AKENA	1 000

Observatoire
de la **franchise**.fr


Le 1^{er} site de mise en relation franchisés - franchiseurs

1500 réseaux de franchises
qui recrutent



**Créez
votre entreprise**

www.observatoirede lafranchise.fr

 Reed Expositions

ACTIONCOACH

104, rue Réaumur
Esc. C – Étage 1
75002 PARIS
Mail : olivier@actioncoach.eu
Site web : www.actioncoach.eu

actionCOACH[®]
BUSINESS COACHING

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Business Coaching, accompagnement de groupes d'entrepreneurs et formations
- **Création de l'enseigne :** 1993
- **Ouverture de la première franchise :** 1997
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 2001, implantation en Europe,
 - 2006, implantation en Amérique Latine,
 - 2016, création d'ActionCOACH Europe francophone,
 - 2019, 1 000 franchisés dans le monde, dans plus de 50 pays,
 - 2021, lancement international du plan Firmes,
 - Première franchise mondiale de Business Coaching
- S'appuie sur des méthodologies et des outils développés et affinés depuis 30 ans.
- Nombreux « awards » internationaux en tant que franchise et en tant qu'entreprise top performante (Stevies Awards, etc.).
- 2022, Ouverture de la Firme Bruxelles. Reprise de la direction de la Franchise par Marc-William ATTIE. Premier Business Excellence Forum and Awards (événement annuel) organisé pour les entrepreneurs par ActionCOACH Europe Francophone
- **Contact franchise et développement :**
M. Olivier CABARDIS
(Support Franchisés et Systèmes)
oliviercabardis@actioncoach.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 15
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Europe Francophone
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 250
- **Apport personnel en K€ :** 120
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
 - Passionné par l'entrepreneuriat,
 - Entrepreneur, développeur et manager,
 - Intégré dans le tissu entrepreneurial local,
 - Volonté d'avoir un impact social fort,
 - Sensible aux développements personnels et professionnels,
 - Ambitieux, dans une dynamique de développement,
 - À l'aise à l'oral, ayant le sens du collectif,
 - Goût pour l'apprentissage, refus du statu quo,
 - Compétence linguistique : anglais.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 65 000 €
- **Redevances directes :**
 - Royalties : 10 % du CA
 - Redevance technologiques : 2 % du CA
 - Redevance marketing : 3 à 5 % du CA
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 15 000 € HT

22-28, rue Henri-Barbusse
92110 CLICHY
Tél. 01 79 36 11 62
Mail : recrutement@ada.fr
Site web : www.franchise.ada.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Location de véhicules, acteur de la mobilité
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**

ADA est un acteur historique de la location de véhicules de courte durée en France. Filiale du Groupe Rousselet depuis 1992, ADA compte aujourd'hui plus de 1 000 agences sur le territoire. L'innovation fait partie de l'ADN du groupe. Nous sommes en effet précurseurs dans de nombreux domaines : location à l'heure, location de véhicules pour les jeunes dès 18 ans et développement du Réseau Point Loc dédié aux professionnels de l'automobile. Notre challenge aujourd'hui est de répondre aux attentes de mobilité des consommateurs des grandes agglomérations jusqu'aux zones rurales, grâce au développement de nos offres et à notre maillage national.

- **Contact franchise et développement :**
M. Mikaël VIGOUROUX
(Développement franchise)
mvigouroux_ext@ada.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 1 052
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 27

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 30 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 300
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des candidats entrepreneurs et commerçants : dynamiques, rigoureux et polyvalents.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 17 500 HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** programme de formation de 6 semaines, alliant la théorie par des professionnels de la location et la pratique en immersion en agence.

AFR FINANCEMENT

373, avenue de Reims
02200 VILLENEUVE-SAINT-GERMAIN
Tél. 0800 710 760 (n° non surtaxé)
Mail : franchise@afirfinancement.fr
Sites web : www.afirfinancement.fr
www.devenir-courtier-en-credits.fr



AFR financement.

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau de centres de courtage en crédits composé de six domaines d'expertise : Prêt immobilier – Financement professionnel – Regroupement de crédits – Prêt à la Consommation – Assurances – Gestion patrimoniale
- **Création de l'enseigne :** 2014
- **Ouverture de la première franchise :** 2017
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En 2014, installé aux portes de Paris, en qualité de courtier indépendant spécialisé en financement immobilier, Nicolas Récamier, développe son activité avec une vision novatrice du métier. Trois ans plus tard, il décide de faire évoluer le modèle de son entreprise en une franchise. Il déploie ce nouveau concept avec une gamme élargie de financements accompagnée de produits additionnels complémentaires.
Convaincu par les avantages du métier de courtier de demain, le réseau se veut créateur de solutions de financements et d'investissements, il propose alors un accompagnement dans les secteurs du prêt immobilier, du rachat de prêt, du regroupement de crédits, des assurances, du financement professionnel et de la gestion patrimoniale. Cette offre permet désormais de sécuriser les investissements des clients de la marque et de les accompagner au-delà d'une unique acquisition immobilière.
- **Contact développement :**
Mme Virginie BOBIN
(Directrice du Développement franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 27
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 25 à 35
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 90 à 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Capacités relationnelles et commerciales – Expérience bancaire ou dans le courtage – Motivé par l'entrepreneuriat – Impliqué dans le tissu économique local – Dynamique, gestionnaire, rigoureux et sérieux – Attaché aux relations humaines. Expérience bancaire, courtage ou immobilier.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 500 € HT
- **Redevances directes :** 7,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale de trois semaines + accompagnement à l'ouverture de votre centre de courtage.

ÂGE D'OR SERVICES

L'ÂGE D'OR EXPANSION

45, rue Maurice-Berteaux

78600 LE MESNIL-LE-ROI

Tél. 03 25 82 95 75 – 01 74 08 65 53

Mail : developpement@agedor.fr

Site web : www.agedorservices.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Franchiseur du réseau de proximité ÂGE D'OR SERVICES, spécialiste depuis plus de 30 ans dans l'aide et l'accompagnement des seniors, personnes en situation de handicap et leurs proches.
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1991-1993, création de la première agence ÂGE D'OR SERVICES à Troyes et création de L'ÂGE D'OR EXPANSION franchiseur. 2000-2003, acquisition du franchiseur par le groupe CNP Assurances, acteur de référence sur le marché de l'assurance de personnes en France et filiale de la Banque Postale. 2004-2006, lancement d'un nouveau service : l'aide à domicile. 2006-2010, lancement d'un nouveau service : la livraison de repas. 2011-2014, ÂGE D'OR SERVICES est le premier réseau certifié NF Service – services aux personnes à domicile. 2015-2018, lancement de deux nouveaux services : la sortie d'hospitalisation et l'intendance de résidence. 2019, lancement d'un ambitieux plan de transformation et de développement. 2020, nouvelle identité visuelle et nouveau site internet. 2021, ÂGE D'OR SERVICES fête ses 30 ans et devient filiale de La Poste Groupe.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Léa BOURDY
(Responsable du développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 87 (pour 100 zones couvertes)
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** Fonctionnel, accessible et convivial pour accueillir l'équipe administrative et les intervenants, en centre-ville comme en périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** À partir de 30 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 350
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 70

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Issu du secteur médico-social ou ayant une réelle appétence pour l'accompagnement des personnes fragiles, vous réunissez des qualités de :
 - Chef d'entreprise : pilotage des indicateurs d'activité, de développement, comptables et financiers...
 - Manager : recrutement et gestion des intervenants au domicile.
 - Commercial : prospection commerciale.Profils expérimentés avec un niveau Bac + 3 min.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 26 000 € (incluant la formation initiale)
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :**
5 semaines de formation.

AKENA

10, rond-point de la Corbinerie
44400 REZÉ
Tél. 02 28 07 07 09
Mail : developpement@hotels-akena.com
Site web : www.hotels-akena.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Spécialiste de l'hôtellerie 3 étoiles, nous vous accompagnons dans votre projet hôtelier
- **Création de l'enseigne :** 1992
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créé en 1992 sur un concept confort et économique, nous nous sommes réinventés en 2015 en privilégiant l'expérience client. Nous accompagnons aujourd'hui 25 hôtels 3 et 4 étoiles, nous avons mis en place une politique de développement ambitieuse :

- Nouveaux hôtels en construction,
- Rénovation du parc existant,
- Nouvelle politique d'affiliation,
- Nouveaux outils de gestion.

Notre objectif : 10 nouveaux hôtels par an, grâce à des emplacements à forte visibilité, une maîtrise des coûts de construction, un suivi permanent pendant la durée du contrat. Nous désirons devenir la référence du 3 étoiles en France.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Marine ESTORGES
(Responsable développement affiliation)
T 07 57 47 28 11

m.estorges@hotels-akena.com

M. Frédéric ELLUARD
(Directeur du développement)
T 06 82 91 76 49
f.elluard@hotels-akena.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 25
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Toute zone
- **Superficie moyenne du point de vente :** 2 200 m² de SDP
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 200
- **Apport personnel en K€ :** 1 000
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 500 (Investissement projet global 4 M€)

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Investisseur pur, investisseur exploitant, hôtelier ou entrepreneur en reconversion
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 490 € HT / chambre
- **Redevances directes :** 3,9% du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Redevance marketing
- **Formation proposée :** Interne & externe

AMORINO

13, chemin des Chaudronniers
94310 ORLY
Tél. 01 53 14 57 00
Mail : franchise@amorino.fr
Site web : www.amorino.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Franchise de glaces italiennes
- **Création de l'enseigne :** 2002
- **Ouverture de la première franchise :** 2004
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créé en 2002 par Cristiano Sereni et Paolo Benassi, AMORINO régale les gourmands du monde entier de ses glaces savoureuses fabriquées dans la plus pure tradition italienne. En peu de temps, la marque a su s'imposer grâce à un produit d'excellence, mis en valeur dans des boutiques à l'ambiance chaleureuse et soignée, et a fait de son nom une référence incontournable.
- **Contact franchise et développement :**
M. Olivier BORREDA
(Responsable du Développement France)
franchise@amorino.fr
M. Casper DOORTEN
(International Development Director)
franchise@amorino.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 92
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 400 000 habitants, flux touristique, centre-ville
- **Emplacement :** N° 1, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 30 à 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 465
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 200 et 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Candidat désireux de s'investir personnellement dans la gestion quotidienne de sa boutique.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 2 % (max.) du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Initiale et permanente

ANGE

Zac de l'Enfant
Rue Émilien-Gautier
13290 AIX-EN-PROVENCE
Tél. 04 84 49 21 20
Mail : franchise@boulangerie-ange.fr
Site web : www.boulangerie-ange.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Boulangerie fabrication artisanale
- **Création de l'enseigne :** 2008
- **Ouverture de la première franchise :** 2011
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 2008, trois associés créaient leur première boulangerie sur une idée toute simple : fabriquer de très bons produits... pour un prix très raisonnable dans une démarche écoresponsable ! Quatorze ans plus tard, ANGE est le second réseau français de boulangeries et a été réélu cette année par ses clients « Meilleure chaîne de l'année ». Nous comptons près de 230 points de vente en France et 6 au Canada, majoritairement en franchise.

Notre force, nous la tirons d'un concept original et innovant : du bon pain bien sûr, mais aussi des recettes maîtrisées, des emplacements stratégiques et une politique efficace d'offres produits.

Notre force c'est aussi et surtout celle des femmes et des hommes qui, devenus franchisés ou salariés ANGE, s'investissent chaque jour avec enthousiasme et professionnalisme.

- **Contact franchise et développement :**

M. Alan COLLIARD
(Responsable développement)
alan.colliard@boulangerie-ange.fr
Mme Iris AKOKA
(Assistante de direction)
iris.akoka@boulangerie-ange.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 22 (+ 6 au Canada)
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 207
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 30

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Commerces, habitations, entreprises
- **Emplacement :** N°1 et 1 bis, flux, visibilité, accessibilité
- **Superficie moyenne du point de vente :** 450 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 350
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 130
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 950

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profil manager commerçant, très impliqué sur le terrain au quotidien et présentant un fort intérêt produits et un savoir être reflétant nos valeurs de notre réseau : sens de la qualité, respect d'autrui et plaisir.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 60 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 2 % maximum de frais de communication
- **Formation proposée :** 12 semaines en boulangerie dont 4 semaines en immersion au sein du réseau.

Immeuble Le Trident
1115, rue Hélène-Boucher
34130 MAUGUIO
Tél. 06 86 08 09 88
Mail : franchise@ouicare.com
Sites web : www.apeffranchise.fr,
www.apef.fr, www.apefrecrute.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau national d'experts locaux des services à la personne en France dont : ménage-repassage, garde d'enfants, accompagnement des personnes âgées et dépendantes, jardinage-bricolage.
- **Création de l'enseigne :** 1992
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1992, création d'APEF à Montpellier,
 - 2004, APEF devient le premier réseau national certifié NF service,
 - 2006, création du réseau de franchise ,
 - 2009-2010, Certification Réseau d'Or (Indicateur de la Franchise),
 - 2012-2013, Prix de la relation client par *La Lettre M* et Prix du réseau participatif par *L'Express* et *L'Observatoire de la Franchise*,
 - 2016, APEF rejoint le Groupe Oui Care,
 - 2017, Obtention du label «Leader du Service» par le magazine *Capital*,
 - 2018, APEF change d'identité visuelle,
 - 2019-2020, APEF lance une grande campagne nationale contre l'âgisme et fait sa première campagne TV,
 - 2021, APEF est élu le troisième employeur dans la catégorie SAP par le magazine *Capital*,
 - 2022, APEF fête ses 30 ans et passe le cap des 110 agences franchisées !
- **Contact franchise et développement :**
Mme Marina CHARRIER
(Directrice développement franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 24
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 110
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 25

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Environ 30 000 ménages
- **Emplacement :** Visible, localisation sur rue passante
- **Superficie moyenne du point de vente :** 45 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 250 à 300
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 75

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des candidats ayant une appétence pour le management, le commerce et la gestion. Qu'ils soient déjà issus du secteur ou non, tous les candidats ayant des valeurs de bienveillance, d'exigence, de solidarité et de sens du service sauront s'épanouir dans le réseau APEF. La fibre entrepreneuriale dans un secteur à but humain est essentielle.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 40 000 €
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Trois semaines de formation théorique et deux semaines en agence tutrice. Accompagnement à l'ouverture et pendant toute la durée de votre contrat.

API

API France – Société Doyen Auto
37, chemin du Prat-Long
31200 TOULOUSE
Tél. 05 62 22 71 37
Mail : serviceclients.fr@doyen-auto.com
Site web : www.api-france.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution de pièces détachées automobiles toutes marques et de services destinés aux professionnels de la réparation automobile et aux particuliers.

• **Création de l'enseigne :** 1985

• **Ouverture de la première franchise :** 2009

• **Étapes marquantes de son évolution :**

Créé en 1985 en Belgique puis en 2001 en France, le réseau API connaît une croissance permanente marquée par des étapes clés.

API se développe en franchise depuis 2009. Sur un rythme de 8 à 10 ouvertures par an, son ambition est de renforcer sa présence en France.

API est un réseau d'entreprises à taille humaine qui se distingue par sa relation clients de proximité, adossé à un expert en logistique et intégré au leader européen de la distribution de pièces automobiles. Performance et rentabilité sont les garanties du modèle API.

- **Contact franchise et développement :**
M. Éric PÉLISSIER
(Responsable national Business Development)
eric.pelissier@doyen-auto.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 65
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Environ 150 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 800 en année 3
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 250 et 380

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, commercial, manager, gestionnaire, principalement issu du secteur, groupes automobiles et grossistes en pièces détachées automobiles.
- **Durée du contrat :** 6 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** 0,65 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 0,85 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Commerce, management, gestion, organisation, coaching métiers, informatique et accompagnement à l'ouverture.

AQUATIRIS

7, rue des Artisans
35310 BRÉAL-SOUS-MONTFORT
Tél. 0800 300 325
Mail : contact@aquatiris.fr
Site web : www.aquatiris.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Conception, fabrication, installation d'assainissement écologique avec des plantes pour les habitations non raccordées au tout à l'égout.
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**

AQUATIRIS c'est une aventure humaine qui a commencé au début des années 2000. La passion et le partage nous ont poussés à créer une franchise pour transmettre notre savoir-faire et faire connaître notre produit partout en France. C'est ainsi qu'AQUATIRIS forme un réseau de professionnels, provenant de divers horizons, mais tous convaincus et passionnés par ce qu'ils font.

Nous apportons à nos franchisés tous les supports en technique, communication, animation, informatique, fournitures de matériel... Nous avons un produit remarquable, il se distingue de ses concurrents par son côté durable et écologique, et nous avons une organisation unique dans ce domaine d'activité, en un réseau convivial.

- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 65
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 50 000 maisons non raccordées au tout à l'égout
- **Emplacement :** Zone d'activité
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 150 à 600
- **Apport personnel en K€ :** 10 à 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 48 à 190

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Femme ou homme de terrain (paysage, construction, métiers de l'eau, etc.), entrepreneur et sensible aux enjeux écologiques avec une bonne connaissance du tissu économique de son territoire, à l'aise dans les relations commerciales, l'animation d'un réseau, la conception et le suivi de projets.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 8 000 €
- **Redevances directes :** abonnement 500 €/mois et forfait 350 € par station construite
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 2 % du CA pour la publicité locale, plafonné à 2 000 €
- **Formation proposée :** 6 000 €

AQUILA RH

5-7, boulevard Victor-Hugo
92110 CLICHY
Tél. 07 60 75 82 90
Mail : jl.wirotius@mistertemp-group.com
Site web :
<https://www.mistertemp-group.com/la-franchise/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Recrutement en intérim, CDD et CDI de profils CAP à BAC dans les domaines du BTP, du Transport et de la Logistique
- **Création de l'enseigne :** 2009
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**
aquila RH fait partie de Mistertemp'group, expert du recrutement et de l'intérim à travers ses enseignes aquila RH, Lynx RH et Vitalis Médical. Créé en 2009 par des professionnels du recrutement, le groupe se développe et regroupe à présent plus de 180 agences en France et à l'international dont certaines au Canada et en Italie. Les cofondateurs du groupe souhaitaient créer un réseau organisé en franchise avec à la tête de chacune des agences un chef d'entreprise engagé pour lui-même et pour le réseau. L'approche digitale et innovante de Mistertemp'group lui permet de se différencier sur le marché du recrutement. En 2022, il réalise près de 300 millions d'euros de chiffre d'affaires.
- **Contact franchise et développement :**
M. Jean-Loup WIROTIUS
(Chief Marketing Officer)
Mlle Anaïs KINZIGER
(Chef de projet marketing franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 17
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 164
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 32

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 000
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerciaux dans l'âme, nos franchisés voient dans l'aventure entrepreneuriale une opportunité d'exercer un métier plein de sens. Leur polyvalence leur permet d'assimiler les éléments essentiels à la gestion d'une agence de recrutement et d'intérim.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 €
- **Redevances directes :** Entre 1,5 et 2,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 3 semaines en initial, 5 jours en continu.

ATTILA

Attila Gestion

71-73, rue André-Coquillet

45200 Montargis

Tél. 02 38 85 68 06

Mail : franchise@attila.fr

Site web : www.franchise-attila.fr/



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réparation et entretien des toitures
- **Création de l'enseigne :** 2003
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2003, création d'ATTILA et de l'agence pilote. 2006, lancement en franchise. 2011, création du service Grands Comptes. 2012, 25 agences. Label d'Or (*L'Indicateur de la Franchise*). 2015, 55 agences. Label d'Or (*L'Indicateur de la Franchise*). 2016, 68 agences. Ouverture du premier centre de formation à Montargis. 2018, 80 agences. ATILA Système devient ATTILA. Palmarès « Meilleure enseigne » qualité de service 2018 (*Capital*). 2019, ouverture d'un second centre de formation à Lyon. 2021, Palmarès « Meilleure enseigne » qualité de service (*Capital*), Grand Prix de la Communication Digitale (IREF). 2022, plus de 100 agences. Palmarès « Meilleure enseigne » qualité de service. Prix de la Franchise Digitale (*L'Express*). Prix de l'Entreprise Bienveillante et Performante (IREF).
- **Contact franchise et développement :**
Mme Caroline CHARTIER
(Responsable du développement)
cchartier@attila.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 106
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 17

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 150 000 habitants
- **Emplacement :** Parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m² (50 m² de bureaux et 250 m² de dépôt)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 800
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 170

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 26 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** NC

AU BUREAU

55, rue Deguingand
92300 LEVALLOIS-PERRET
Tél. 01 53 45 83 83
Mail : franchiseaubureau@groupe-bertrand.com
Site web : www.aubureau.fr



AU BUREAU®

PUB & BRASSERIE

since 1989

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Pub brasserie à thème
- **Création de l'enseigne :** 1989
- **Ouverture de la première franchise :** 1991
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En 1989, Serge De Decker créa le concept AU BUREAU. Son souhait, revisiter l'authentique Pub-Brasserie avec un décor et une atmosphère typique anglo-saxon. À partir de l'an 2000, Serge De Decker décide de développer son concept à travers une master franchise concédée à Interbrew France (aujourd'hui AB InBev). Début 2011, AB InBev confie au Groupe Bertrand l'exploitation de l'enseigne AU BUREAU en France sous forme de master franchise. En 2017, le Groupe Bertrand rachète la marque AU BUREAU. Depuis 2011, l'enseigne se développe sur un rythme d'une vingtaine d'ouvertures chaque année.
- **Contact franchise et développement :**
M. Vincent GRELLIER
(Directeur Général)
Mme Naoual MERHFOUR
(Directrice développement franchise)
M. Erwan LE FLOCH
(Superviseur Sud-Ouest)
M. Eric GROBOST
(Superviseur Nord-Est)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 14
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 162
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 14

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 420 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 900
- **Apport personnel en K€ :** 100 à 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Excellents gestionnaires, managers expérimentés, personnes impliquées au quotidien dans leur(s) exploitation(s), des personnes ayant l'état d'esprit « réseau ».
Licence IV obligatoire.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 60 000 €
- **Redevances directes :** 5 + 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Formation et assistance ouverture : 15 000 € HT
- **Formation proposée :** 10 semaines de formation théorique et opérationnelle

AU NOM DE LA ROSE

145, rue Jean-Jacques Rousseau
92130 ISSY-LES-MOULINEAUX
Tél. 01 80 00 20 34
Mail : developpement@emova-group.com
Site web : www.aunomdelarose.fr

AU
nom
DE LA
rose

LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Vente de plantes, fleurs, végétaux, articles de décoration, accessoires
- **Création de l'enseigne** : 1991
- **Ouverture de la première franchise** : 1991
- **Étapes marquantes de son évolution** : Depuis 1991, AU NOM DE LA ROSE est un concept unique dans l'univers floral. En 2016 la marque prend naturellement sa place au milieu des autres enseignes d'emova GROUP (Monceau Fleurs, Cœur de fleurs et happy) en se positionnant comme la spécialiste de la rose avec un large choix de bouquets de fleurs, de roses et de plantes adaptés à toutes les occasions de la vie. L'offre est également présente sur internet via son site de e-commerce.
- **Contact franchise et développement** : M. Olivier GINOUX (Directeur développement immobilier et technique) o.ginoux@emova-group.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 12
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 24
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 20

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement** : Centre-ville, n° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente** : Entre 30 et 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : NC
- **Apport personnel en K€** : À partir de 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : À partir de 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Pas besoin de connaissances horticoles.
- **Durée du contrat** : 5 ans
- **Droit d'entrée** : 10 000 €
- **Redevances directes** : 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières** : 5 000 € (formation et assistance à l'ouverture)
- **Formation proposée** : Huit semaines de théorie et pratique, accompagnement à l'ouverture.

AUCHAN SUPERMARCHÉ

200, rue de la Recherche
59650 VILLENEUVE-D'ASCQ
Tél. 06 69 45 05 20
Site web : www.auchan-retail.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Exploitation de supermarchés alimentaires
- **Création de l'enseigne :** 1961
- **Ouverture de la première franchise :** 1982
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Depuis 1961, Auchan fait évoluer ses modèles commerciaux pour proposer au plus grand nombre des produits de qualité au meilleur prix.

MyAuchan, Auchan Supermarché ou Auchan Hypermarché, chaque enseigne répond à un projet commercial spécifique.

Le concept Auchan Supermarché propose convivialité et proximité avec un large choix de produits et de services du quotidien :

- Une offre de qualité pour une bonne alimentation alliant goût et plaisir (produits frais et de sélection, mis en valeur par des professionnels) ;
- Le meilleur choix et le meilleur prix (12 000 à 15 000 références à marque Auchan et nationale) ;
- Des services pratiques (restauration sur place, boucherie, point retrait, développement photo) ;
- Et le meilleur du commerce digital (drive, click & collect, quick commerce).

- **Contacts franchise et développement :**

Cédric LEGRAND

(Directeur développement & franchise France)

Johan PLE

(Directeur hypermarchés franchisés, grands partenariats & Outre-Mer)

M. Marc GUEGUEN

(Directeur supermarchés et ultra-proximités franchisés)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 237
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 39
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 5 000 habitants
- **Emplacement :** Urbain – Péri-urbain
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen :** 8 par m² en K€ TTC
- **Apport personnel en K€ :** 500 en fonds propres disponibles
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1,8 à 2 par m²

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Professionnel de la grande distribution alimentaire avec une expérience opérationnelle en super/hyper, ou en centre de profit ; commerçant audacieux et investi, entrepreneur et gestionnaire avec le sens de l'organisation et du management.
- **Durée du contrat :** 7 ans (en moyenne)
- **Droit d'entrée :** 0
- **Redevances :** Taux fixe sur CA SDV HT
- **Autres obligations financières :** Garantie bancaire à première demande
- **Formation proposée :** Notre programme partenaire est une formation continue et adaptée à votre projet (formations diverses au sein de notre académie des métiers, immersion en point de vente, suivi personnalisé par nos conseillers réseau)

AUTOSMART

Immeuble du Rond-Point
5, boulevard de l'Oise
95000 CERGY-PONTOISE CEDEX
Tél. 01 34 12 42 18
Mails : franchise@autosmart.fr
Site web : www.autosmart.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Commerce de produits d'entretien de véhicules à partir d'un camion-magasin
- **Création de l'enseigne :** 1979
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**

L'entreprise AUTOSMART a été fondée en 1979 par le Britannique Mike Fidler. À l'époque, seules les routes anglaises voyaient les camions-magasins AUTOSMART. Depuis, l'entreprise s'est considérablement agrandie. AUTOSMART INTERNATIONAL est aujourd'hui l'un des leaders de la fabrication et de la distribution de produits d'entretien automobile à l'échelle internationale. Depuis ses débuts dans l'hexagone en 1997, AUTOSMART ne cesse de renforcer sa position sur le marché français où ses produits et camions-magasins sont particulièrement bien accueillis. À ce jour, le réseau compte environ 230 franchisés à travers le monde et une quarantaine de franchisés en France.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Élisabeth PHILIPPE
(Responsable recrutement France)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 45
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 300 clients / mois
- **Emplacement :** Secteur exclusif
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 15
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 110

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Hommes et femmes d'action et de terrain, goût pour la vente, sens du relationnel, motivé, ambitieux, déterminé, esprit d'entrepreneur.
- **Durée du contrat :** 7 ans (renouvelable par périodes de 5 ans)
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** Néant
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale et suivi continu sur le terrain.

AVIVA

60, rue Émile-Decorps
69100 VILLEURBANNE
Tél. 04 72 79 42 67
Mail : developpement@gp-aviva.com
Site web : <http://franchise.cuisines-aviva.com>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distributeur de cuisines et franchiseur
- **Création de l'enseigne :** 2000
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondé par des professionnels de la vente de cuisines, la marque AVIVA est née en 2000. La volonté de proposer une offre claire, un produit d'excellent rapport qualité/prix, une relation respectueuse du client et la gestion simplifiée de l'activité ont séduit des professionnels du secteur comme les premiers entrepreneurs. Dès 2007, la société franchiseur a été créée pour développer le concept en franchise. Les clients ont rapidement été convaincus par le positionnement de l'enseigne. Le réseau cuisines AvivA compte déjà 100 magasins et a été élu deux fois par les clients n° 1 pour sa qualité de services en 2019 et en 2022. Le cap est orienté vers 2025, l'enseigne, positionnée parmi les grandes enseignes nationales, a l'ambition d'ouvrir 150 magasins supplémentaires pour compléter sa présence nationale.

• **Contact franchise et développement :**

Mme Maryline GAVOILLE
(Adjointe au développement)
developpement@gp-aviva.com
M. Thomas MALDONADO
(Directeur développement)
developpement@gp-aviva.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 107
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 12

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis.
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 450 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 540
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 250 et 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Appétence pour la vente conseil, commerçant, manager de proximité. 71 % des franchisés AvivA ne viennent pas du métier (ils étaient issus d'une fonction commerciale ou d'une direction générale).
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 18 000 €
- **Redevances directes :** 3,8 % du CA HT (redevance dégressive)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 3 % du CA HT (communication nationale et centralisée)
- **Formation proposée :** Formation initiale obligatoire pour le franchisé et son équipe avant l'ouverture du magasin.

AXEO SERVICES

1, rue du Port
78600 LE MESNIL-LE-ROI
Tél. 01 74 08 65 53
Mail : franchise@axeoservices.fr
Sites web : www.axeoservices.fr
franchise.axeoservices.fr
<https://franchise.axeoservices.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Services à la personne (ménage, jardinage, bricolage, nounou, séniors...) & services aux professionnels (nettoyage, jardinage, bricolage...)
- **Création de l'enseigne :** 2006
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**

« Les consommateurs recherchent un prestataire unique pouvant leur garantir une qualité de service identique, quelle que soit la prestation réalisée. » Fort de cette conviction, Julien Moineau crée la première agence AXEO Services au Mesnil-le-Roi (Yvelines) au début de l'année 2006. Proposant initialement une gamme de services dédiée aux particuliers, AXEO Services a rapidement étendu son offre au-delà du périmètre de la loi Borloo, permettant ainsi à son réseau de pouvoir proposer des prestations aux professionnels. La Poste a pris une participation majoritaire dans le Groupe AXEO Services en septembre 2016, qui devient ainsi une filiale de la Branche Services-Courrier-Colis du Groupe La Poste. Par cette prise de participation, La Poste élargit ainsi sa gamme actuelle de services.

- **Contact franchise et développement :**
M. Jérôme PAGES
(Directeur Développement)
jpages@axeoservices.com
Mme Léa BOURDY
(Responsable de développement)
lbourdy@axeoservices.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 256
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 80 000 à 120 000 habitants
- **Emplacement :** N° 2
- **Superficie moyenne du point de vente :** 25 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 350 et 500
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 65 et 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous attendons de nos franchisés un véritable partenariat dont chacun des acteurs doit sortir gagnant. Manager dans l'âme vous avez que forte appétence pour la gestion des ressources humaines et un sens commercial développé.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Quatre semaines au siège + une semaine en agence.

B & B HOTELS

Groupe B & B Hôtels
271, rue du Général Paulet
CS 91975
29219 BREST CEDEX 2
Tél. 06 81 40 74 14
Mail : arnaud.lemonnier@hotelbb.com
Site web : www.hotelbb.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie
- **Création de l'enseigne :** 1990
- **Ouverture de la première franchise :** 1996
- **Étapes marquantes de son évolution :**

B & B HOTELS c'est avant tout une hôtellerie conviviale qui offre à tous le maximum de confort à un prix mesuré.

Notre différence ? Des innovations régulières pour le bien-être des clients, une qualité d'accueil qui fait la fierté de l'enseigne, des outils de gestions adaptés pour les hôteliers, un vivier de client fidèles et des équipes supports à l'écoute du réseau.

Le concept séduit : la marque d'hôtellerie économique est déjà présente dans 14 pays avec 600 hôtels dont 78 en franchise en France et plus de 55 000 chambres. B & B HOTELS affiche de très fortes ambitions de croissance et ouvre en moyenne un nouvel hôtel par semaine.

- **Contact franchise et développement :**
M. Julien RAULIN
(Responsable Développement Franchise)
julien.raulin@hotelbb.com
M. Arnaud LEMONNIER
(Directeur Développement Franchise)
arnaud.lemonnier@hotelbb.com

LE RÉSEAU EN FRANCE

- **Nombre d'unités propres :** 350
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 75
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Pas de taille type. Selon l'axe passant
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 48 et 52 K€/chambre

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 600 € HT
- **Redevances directes :** 8 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Honoraires accompagnement (30 à 50 K€ selon taille de l'hôtel)
- **Formation proposée :** Une semaine

BABYCHOU SERVICES

315, rue Lecourbe
75015 PARIS
Tél. 06 23 43 29 99
Mail : jfcalvo@progressium.fr
Site web : www.babychou.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Agences de garde d'enfants à domicile de 0 à 12 ans
- **Création de l'enseigne :** 1998
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Depuis 1998, Babychou Services répond à tous les besoins de garde à domicile pour les enfants de 0 à 12 ans. Le recrutement sélectif des intervenants, l'encadrement et la formation, l'écoute des parents, positionnent l'enseigne Babychou Services comme la référence de la garde d'enfants à domicile. Aujourd'hui, Babychou Services est un réseau de plus de 100 agences réparties sur l'ensemble du territoire national et uni par les mêmes valeurs, à savoir la confiance, les qualités humaines, la créativité mais aussi l'expertise, le sens du service et l'engagement.
- **Contact franchise et développement :**
M. Jean-François CALVO
(Consultant développement réseau)
Mme Claire LANNEAU
(Fondatrice dirigeante du réseau)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 105
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 15

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Bassin d'au moins 10 000 enfants, de 0-12 ans issus des catégories CSP +

- **Emplacement :** L'agence doit être facilement identifiable et accessible aussi bien pour les intervenant(e)s (baby-sitter) que pour les parents. Proximité transports publics ou parking appréciée.
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 25 et 35 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 300 à 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 20
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 65

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Notre réseau Babychou Services attire par la mixité de ses profils avec des franchisés issus de secteurs variés : commerce, vente, services à la personne, gestion, BTP etc.
Ce qui les réunit, c'est leur état d'esprit : entrepreneurs, ils doivent faire preuve d'un tempérament commercial, et surtout d'un excellent relationnel, tant les contacts humains sont au cœur de notre métier.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 22 000 €
- **Redevances directes :** 2 % la 1^{re} année, 3 % la 2^e et 4 % la 3^e, puis dégressivité la 4^e année selon les tranches de CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % la 1^{re} année, 2,5 % la 2^e et 3 % la 3^e année du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 5 000 €. Formation initiale de 14 jours : processus de recrutement, appui administratif et réglementaire, gestion de l'activité, etc.

BASILIC & CO

146, rue du Col-de-la-Chau
26300 CHÂTEAUNEUF-SUR-ISÈRE
ZA Porte du Vercors
Tél. 04 75 45 96 78
Mail : contact@basilic-and-co.com
Site web : <https://franchise.basilic-and-co.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide sur le thème de la pizza terroir
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 2004, Laurent Bassi crée son premier point de vente de pizzas de terroirs et fait naître l'enseigne en 2007. Depuis, BASILIC & CO fait vivre à travers ses pizzas, les terroirs et les savoir-faire. Avec ce produit élaboré en restaurant à partir d'une pâte maison, BASILIC & CO transforme le fruit du travail de ses producteurs. Deux fois par an, la carte est renouvelée au gré des saisons printemps été et automne hiver avec des produits parfois méconnus, souvent iconiques mais toujours de qualité, imaginée par un chef étoilé. En 2022, BASILIC & CO ouvre une nouvelle page de son concept en dévoilant des évolutions majeures. Une nouvelle ère reconnectant l'enseigne avec ses traits de caractère originaux : authenticité, convivialité et proximité avec la nature.

- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 43
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 11

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, Périphérie axe passant
- **Superficie moyenne du point de vente :** 90 à 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 772
- **Appoint personnel en K€ :** 35
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 300 et 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Seul ou en couple, avec ou sans expérience dans l'univers de la restauration, le franchisé BASILIC & CO possède un esprit entrepreneur et s'épanouit dans un métier aux multiples compétences au milieu d'un univers dynamique.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 28 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT de redevances d'exploitation + 2 % du CA HT de redevances de communication nationale
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 6 semaines.

BEAUTY SUCCESS

12, rue Condorcet
CS 40008
33152 CENON CEDEX
Tél. 05 57 54 39 11
Mail : developpement@beautysuccess.fr
Site web : www.beautysuccess.fr/franchise-beautysuccess



BEAUTY SUCCESS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Produits cosmétiques. Parfumerie. Institut de beauté
- **Création de l'enseigne :** 1995
- **Ouverture de la première franchise :** 1995
- **Étapes marquantes de son évolution :**

C'est en 1995 que BEAUTY SUCCESS démocratise la parfumerie en ouvrant à Périgueux sa première parfumerie en libre-service avec une très grande offre.

Une offre en constante évolution avec plus de 250 marques sélectives et une marque enseigne forte de plus de 600 références.

Un concept Premium de Parfumerie-Institut de beauté et une image professionnelle reconnue par toutes les grandes marques de parfumerie.

Des services exclusifs à l'enseigne : centrale d'achats, plateforme logistique, plan marketing marques et enseigne, notre marque enseigne et des protocoles dédiés ; vous aideront dans le développement de votre activité commerciale.

Des outils marketing et des moyens de communication efficaces sont mis en œuvre pour la notoriété de notre enseigne.

- **Contacts franchise et développement :**
Mme Ingrid LEYSSALLES
(Responsable Recrutement des franchisés)
Mme Anne-France KUNZ
(Directrice Réseau Franchise Beauty Success)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 124
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 190
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 130 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 750
- **Apport personnel en K€ :** 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** BEAUTY SUCCESS recrute ses futurs partenaires au tempérament d'entrepreneur, souhaitant un réel projet de vie avec des parcours professionnels variés et possédant idéalement une expérience commerciale, managériale ou de gestion.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 17 000 € HT
- **Redevances directes :** 2,2 % du CA HT (redevance enseigne et publicité)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale avec immersion en point de vente. Formation continue : Managers et conseillères. Formations marques.

BONOBO

GROUPE BEUMANOIR
La Moinerie, 10, impasse du Grand-Jardin
35400 SAINT-MALO
Tél. 02 99 19 98 98
Mail : communication.contact@groupe-beumanoir.fr
Site web : www.bonoboplanet.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Prêt-à-porter sportswear homme/femme
- **Création de l'enseigne :** 2002
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2006, création de la marque BONOBO.
2007, ouverture du 100^e magasin BONOBO.
2012, 300^e point de vente BONOBO dans le monde.
- **Contact franchise et développement :**
M. François-Xavier CAZALS
(Directeur de l'Affiliation France)
developpement@groupe-beumanoir.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 85
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 76
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel :** 25 % de l'investissement
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans (commission-affiliation)
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 200 €/mois
- **Autres obligations financières :** 35 % à 40 % selon CA (commission), 25 000 € (dépôt de garantie)
- **Formation proposée :** Formation des responsables magasins.

BOULANGER

BOULANGER FRANCHISE

Parc des reflets – Paris Nord 2 – bât. G

165, avenue du Bois-de-la-Pie

95700 ROISSY-EN-FRANCE

Tél. 01 41 84 55 55

Mail : franchise@boulanger.com

Site web : <https://www.boulanger.com/info/franchise>

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Spécialiste de l'équipement de la maison en électroménager et multimédia.
- **Création de l'enseigne :** 1954
- **Ouverture de la première franchise :** 2018
- **Étapes marquantes de son évolution :**

BOULANGER est le leader des équipements de la maison en électroménager et multimédia. Notre offre de 25 000 références regroupe les indispensables du quotidien. Chez BOULANGER, proposer une large palette de services utile à la vie de nos clients est au cœur de notre ADN depuis plus de 65 ans.

Nous accompagnons nos clients au quotidien dans le plein usage de leurs appareils à travers la réparation, l'installation et la formation. Nous nous appuyons sur une équipe de 1 200 experts services qui œuvrent chaque jour sur l'ensemble du territoire. Ce lien et cette proximité avec nos clients, nous permettent d'offrir des solutions sur mesure.

BOULANGER obtient le trophée Élu Service client 2023. Notre fondateur Bernard Boulanger disait que BOULANGER « fait mieux que vendre, il rend service », c'est donc avec une grande fierté que nous accueillons ce prix de service client de l'année ! « BOULANGER S'ENGAGE »

Parce que nous croyons qu'ensemble nous pouvons inventer un monde + soft, notre engagement pour un monde + vert, + égalitaire, + éthique est au cœur de notre activité.

- **Contacts franchise et développement :**

M. Éric LE BLEVEC
(Directeur Exécutif)

M. Matthieu RÉMOND
(Directeur Exécutif)



LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 168
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 33
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 800 et 1 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 4 000
- **Apport personnel en K€ :** 200 à 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous sommes à la recherche d'entrepreneurs, femmes et hommes passionnés, avec qui partager notre savoir-faire, pour toujours mieux satisfaire nos clients.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Accompagnement du franchisé dans toutes les étapes du projet, de la recherche du local à l'ouverture du magasin et à son suivi après l'ouverture.

BOULANGERIE SOPHIE LEBREUILLY

ZI du Valigot
Chemin des Pauvres
Rue Frédéric-Sauvage
62630 ETAPLES
Tél. 03 21 81 15 35
Mail : contact@sophie-lebreuilly.com
Site web : www.sophie-lebreuilly.com



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Boulangerie, Pâtisserie, Restauration rapide et Café gourmand
- **Création de l'enseigne :** 2014
- **Ouverture de la première franchise :** 2018
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Les boulangeries SOPHIE LEBREUILLY, c'est avant tout une histoire de famille ! Jeunes cadres dynamiques à la recherche de défis, amoureux du bon pain, de la gastronomie et d'authenticité, Sophie et Olivier Lebreuilly ont ouvert leur première boulangerie SOPHIE LEBREUILLY en 2014 à Étaples (62). Leur vision : créer un lieu de convivialité où la gourmandise se partage et rassemble. Proposer du pain frais toute la journée.

Forts de ce premier succès, innovant et unique, ils ont développé l'enseigne. Aujourd'hui, les boulangeries SOPHIE LEBREUILLY regroupent plus de 50 boulangeries, 3 ateliers d'innovation et production, 700 collaborateurs et 13 franchisés. .

- **Contact franchise et développement :**
M. Stéphane DOMAGAL
(Directeur franchise)
stephane.domagala@sophie-lebreuilly.com
M. Jean HAVETZ
(Directeur Général Adjoint)
jean.havetz@sophie-lebreuilly.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 47
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 10
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** Zones rurales, petites et moyennes villes
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 120
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 650

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Devenir franchisé des boulangeries SOPHIE LEBREUILLY, c'est rejoindre une entreprise familiale, jeune et en plein essor ! Être franchisé Sophie, c'est devenir membre de la famille Sophie ! À ce titre, nous plaçons la personnalité et les valeurs au cœur du recrutement des futurs membres de notre famille : convivialité, générosité, simplicité et responsabilité. Des compétences commerciales et managériales seront nécessaires pour développer la/les boutiques.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 €
- **Redevances directes :** 6% (5+1) du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 12 semaines. Coût : 5 000 €

BRIOCHE DORÉE

52, avenue du Canada
35207 RENNES CEDEX 2
Tél. 02 99 22 23 24
Mail : franchise@briochedoree.fr
Site web :
<https://devenir-franchise.briochedoree.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide de tradition française et salon de thé
- **Création de l'enseigne :** 1976
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Depuis 45 ans, BRIOCHE DORÉE a su s'imposer comme leader de la restauration rapide à la française. Le succès de l'enseigne s'explique par le respect de ses valeurs : Tradition, Gourmandise, Proximité et Savoir-Faire. BRIOCHE DORÉE accueille chaque jour plus de 270 000 clients à travers le monde.

La force de l'enseigne est son maillage pour assurer une présence sur le territoire français à travers 240 restaurants (60 % en franchise).

L'enseigne accompagne les entrepreneurs dans la définition de leur projet jusqu'à la gestion quotidienne de leur restaurant.

L'enseigne est reconnue en tant que franchiseur et est lauréate 2021-2022, récompense attribuée au franchisé David Fontanié – Brioche Dorée Bayonne lors de la 34^e cérémonie de remise des trophées Fédération IREF des « Meilleurs Franchisés & Partenaires de France ».

- **Contacts franchise et développement :**
Mme Karine MONAT
(Coordinatrice Recrutement Franchise)
kmonat@groupeleduff.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 94
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 240
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 80 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 120 m²
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 300 et 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Être commerçant et gestionnaire. Avoir le goût d'entreprendre et le souhait de s'impliquer pleinement dans son point de vente. Avoir des facilités en management et l'envie de faire vivre une très bonne expérience à vos clients.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 7 semaines : 2 théoriques en centre de formation, 5 semaines en restaurant.

BUFFALO GRILL

9, boulevard du Général de Gaulle
92120 MONTROUGE
Tél. 06 72 99 96 28
Mail : franchise@napaqaro.com
Site web : www.buffalo-grill.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration à thème, type grillade
- **Création de l'enseigne :** 1980
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 1980, BUFFALO GRILL est le leader de la restauration à table en France et l'enseigne préférée des Français.

Le réseau se développe depuis 1984 en franchise et compte une centaine de partenaires, sur un total de 360 restaurants qui servent 31 millions de repas par an.

- **Contacts franchise et développement :**
M. Charles VEXIAU
(Responsable développement)
cvexiau@napaqaro.com
Mlle Victoire ROUSSEL
(Chargée de recrutement Franchise)
vrousseau@napaqaro.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 260
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 100
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 20

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** n° 1, zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 415 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 600
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1000

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Il n'y a pas de profil type pour devenir un franchisé BUFFALO GRILL mais il est nécessaire d'avoir de réelles compétences managériales, d'avoir des qualités relationnelles et commerciales et enfin d'être un bon gestionnaire.
- **Durée du contrat :** 9 ans, renouvelable par tranche de 7 ans
- **Droit d'entrée :** 50 000 € HT
- **Redevances directes :** 4,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 0,5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 11 semaines de formation initiale (incluses dans le droit d'entrée). Formation permanente (cuisine, hygiène, social, gestion, marketing, etc.).

BURGER KING

34, rue Mozart
92110 CLICHY
Tél. 06 08 18 96 47
Mail : franchise@burgerking.fr
Site web : <https://franchise.burgerking.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fast-food
- **Création de l'enseigne :** 1954
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
BURGER KING® fait son retour en France en 2013 grâce à l'acquisition de la master-franchise exclusive pour la France par le Groupe BERTRAND, un groupe de restauration et d'hôtellerie français. Un retour attendu par les fans de son burger mythique le WHOPPER. Porté par cet élan BURGER KING® a multiplié par 8 le nombre de ses restaurants en France en 4 ans, soit une ouverture tous les 4 jours en moyenne.

Le réseau BURGER KING® France a franchi le cap des 470 restaurants fin 2022. Nous allons poursuivre l'expansion du réseau avec une moyenne de 50 à 75 nouveaux restaurants par an, créant des opportunités pour recruter une vingtaine de franchisés chaque année.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Karyn CONTASSOT
(Chargée de recrutement, intégration et formation des franchisés)
franchise@burgerking.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 77
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 386
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 48

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie, centre commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 400 et 800 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 3 000 (moyenne réseau national)
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 000

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
 - Entrepreneur exploitant,
 - Commerçant,
 - Manager,
 - Gestionnaire de business unit,
 - Avec le sens du contact.Une expérience en restauration est appréciée mais elle n'est pas obligatoire.
- **Durée du contrat :** 9 ans + 9 ans
- **Droit d'entrée :** 50 000 € HT
- **Redevances directes :** 9 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3,5 % du CA HT (marketing national) + 1,5 % du CA HT (marketing local)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 5 mois avec une alternance de théorie au siège et de pratique en restaurant-école.

BUT

1, avenue Spinoza
77184 ÉMERAINVILLE
Tél. 01 64 61 26 26
Mail : franchise@but.fr
Site web : www.but.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Ameublement, électroménager
- **Création de l'enseigne :** 1972
- **Ouverture de la première franchise :** 1972
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Fondée en 1972 par André Venturini, la société BUT INTERNATIONAL n'a cessé de se développer et de prendre en compte les évolutions du marché et de la distribution moderne. Après un développement régulier depuis plus de vingt ans, BUT accélère son évolution. En 2013 création de deux nouveaux formats de magasin BUT (Cosy et City).

En 2020, BUT obtient les prix du meilleur cuisiniste pour la cinquième année consécutive et de la meilleure enseigne d'ameublement pour la troisième année consécutive.

BUT reste leader sur la relation qualité/prix, les offres promotionnelles, les innovations et exclusivités.

- **Contact franchise et développement :**

M. Hervé LEMAÎTRE
(Directeur de la franchise)
herve.lemaitre@but.fr
Mme Aurélie LEMPEREUR
(Directrice Développement)
aurelia.lempereur@but.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 333
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 121
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 12

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** De 1 000 à 5 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Manager de proximité
- **Durée du contrat :** De 3 à 7 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

CACHE-CACHE

GROUPE BEAUMANOIR

La Moinerie, 10, impasse du Grand-Jardin
35400 SAINT-MALO
Tél. 02 99 19 98 98
Mail : contact@cache-cache.fr
Site web : www.cache-cache.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Prêt-à-porter féminin
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1985
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1985, ouverture du 1^{er} magasin CACHE-CACHE.
 - 1991, création de la SA CACHE-CACHE.
 - 2001, ouverture du 100^e magasin.
 - 2010, 25 ans du groupe et de la marque CACHE-CACHE.
 - 2017, nouveau concept CACHE CACHE et accélération de sa présence en multimarques Vib's.
- **Contact franchise et développement :**
M. François-Xavier CAZALS
(Directeur de l'Affiliation France)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 97
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 82
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 220 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 6 500 € HT
- **Redevances directes :** 35 à 39 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 200 €/mois
- **Autres obligations financières :** Dépôt de garantie de stock : 25 000 €
- **Formation proposée :** NC

CARRÉ BLANC

10, boulevard de Nancy

42300 ROANNE

Tél. 04 77 23 60 60

Mail : developpement@carreblanc.com

Site web : <http://franchise.carreblanc.com>

carréblanc
PARIS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Éditeur de linge de maison, révélateur d'inspirations
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**

CARRÉ BLANC a été créée en 1984, elle est aujourd'hui leader sur le marché spécialisé du linge de maison. Les produits CARRÉ BLANC s'imposent grâce à l'originalité de leur création, le choix des matières, le soin apporté aux finitions et leur excellent rapport qualité/prix. Assurée de la performance de son réseau de centre-ville, qu'elle continue de développer, l'enseigne s'intéresse également à des emplacements en centre commercial où les potentiels de chiffre d'affaires sont importants.

- **Contact franchise et développement :**

M. Cédric ZAUG

(Directeur du Développement)

developpement@carreblanc.com

M. Olivier COSTARD

(Responsable Réseau)

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 300 et 800 K € HT
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 80 et 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 12 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 4 jours en formation initiale, 5 jours en immersion boutique pilote, plus 2 jours lors de l'ouverture.

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 46
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 84
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 1

CARRÉMENT FLEURS

39, boulevard Édouard-Lacour
47000 Agen
Tél. 05 53 98 53 74
Mail : developpement@carrementfleurs.fr
Site web : www.carrementfleurs.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Magasins de fleurs coupées et de compositions florales en libre-service.
- **Création de l'enseigne :** 2006
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**

CARRÉMENT FLEURS est une affaire de famille, avec à la tête du réseau, un couple de créateurs, expérimenté et passionné, Bruno et Chantal Pain. Diplômé de l'École supérieure de commerce de Toulouse, Bruno Pain a commencé sa carrière professionnelle dans la grande distribution. En 2000, il décide de changer de cap et rejoint le monde de l'horticulture. Fort de son expérience et de son envie d'entreprendre, il fonde six ans plus tard CARRÉMENT FLEURS, accompagné par son épouse, fleuriste depuis plus de vingt ans. En 2012, après avoir testé le concept dans leurs magasins, les créateurs démarrent le développement du réseau.

- **Contact franchise et développement :**
Sylvain THOMAS
(Directeur réseau)
sylvain.thomas@carrementfleurs.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 36
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 17 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 660 à 950
- **Apport personnel en K€ :** 60 à 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250 (hors gros œuvre avec mobilier)

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des candidat(e)s, doté(e)s de talents de managers, développant un esprit d'entreprise, courageux et pragmatiques. Il n'est pas nécessaire d'être fleuriste pour nous rejoindre.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 17 000 € HT
- **Redevances directes :** 3 % du CA HT, plafonné (montant augmenté de 2 % chaque année au 1^{er} octobre)
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** 7 000 € (formation)
- **Formation proposée :** Formation initiale (six semaines), formations techniques, accueil, management (en cours de contrat).

CASH CONVERTERS

ZAC Paris Nord II
22, avenue des Nations
95941 ROISSY CDG CEDEX
Tél. 01 48 17 11 66
Mail : accueil@cashconverters.fr
Site web : www.cashconverters.fr

cash  converters

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Achat cash et revente de produits d'occasion auprès des particuliers
- **Création de l'enseigne :** 2001
- **Ouverture de la première franchise :** 2001
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1984, ouverture du premier magasin en Australie.
 - 1994, ouverture du premier magasin en France.
 - 2005, création d'un site marchand.
 - 2007, création de CASH CONVERTERS CITY (déclinaison du concept sur des surfaces de centre-ville).
 - 2013, l'enseigne passe la barre des 100 magasins.
 - 2015, lancement du site www.lebijoucash.fr.
 - 2017, nouvelle charte magasin.
 - 2018, lancement de la marketplace CASH CONVERTERS.
 - 2019, partenariats avec Back Market, Fnac-Darty, Rakuten, C-Discount.
 - 2020, partenariat avec le Groupe Carrefour, lancement de la marque Carrefour Occasion.
 - 2021, lancement du site de rachat de produits en ligne <https://revendre.cashconverters.fr>
 - 2022 déploiement de la nouvelle charte magasin avec un nouveau logo.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Selma MAMOU
(Chargée de communication)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 35
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 103
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 80 et 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** De 50 à 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Tous types mais essentiellement commerçants et cadres de la distribution.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 1 000 à 1 450 €
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 8 semaines en formation initiale, plus formation permanente. Formations spéciales (bijouterie, management...)

CASH EXPRESS

18, rue de Lisbonne
My Expobat Village
13480 CABRIÈS
Tél. 04 42 12 45 99
Mail : groupe@cashexpress.fr
Site web : www.cashexpress.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Achat et vente de produits d'occasion aux particuliers
- **Création de l'enseigne :** 2002
- **Ouverture de la première franchise :** 2002
- **Étapes marquantes de son évolution :**
CASH EXPRESS est une enseigne d'achat-vente d'occasion. Elle a été créée en 2002 et dispose de 130 magasins.
Elle continue aujourd'hui à se développer en France mais également à l'étranger forte d'un concept qui concilie l'économie et l'écologie. Sur un marché de l'occasion qui s'est fortement professionnalisé, CASH EXPRESS continue de mettre à disposition de ses franchisés et de ses clients un savoir-faire exclusif et des outils dignes des plus grandes enseignes de la grande distribution spécialisée.
- **Contact franchise et développement :**
M. Arnaud GUERIN
(Co-président)
developpement@cashexpress.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 130
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 9

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, périphéries
- **Superficie moyenne du point de vente :**
Format compact: 100 m²
Format standard: 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :**
Format compact: 600
Format standard: 1 000
- **Apport personnel en K€ :**
Format compact: 50
Format standard: 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :**
Format compact: 160
Format standard: 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Sens du commerce, capacités managériales
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :**
Format compact: 18 000 € HT
Format standard: 30 000 € HT
- **Redevances directes :**
Format compact: 1 000 €/mois
Format standard: 1 300 €/mois (+ indexation de 2,5 % HT du CA TTC plafonnées à 1 500€)
- **Redevances indirectes :** 0,65 % du CA HT (publicité nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 350 heures

CASINO SUPERMARCHÉS

1, cours Antoine-Guichard
CS 50306
42008 SAINT-ÉTIENNE CEDEX 1
Tél. 04 77 45 30 48
Mail : infoentreprendre@groupe-casino.fr
Site web : www.franchise-groupecasino.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Supermarchés
- **Création de l'enseigne :** 1898
- **Ouverture de la première franchise :** 1960
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Les origines de l'enseigne remontent en 1898 lorsque Geoffroy GUICHARD créa la Société des Magasin du Casino et ouvre à Saint-Étienne son tout premier magasin. Trois ans après la création du groupe, en 1901, les produits de la marque CASINO sont lancés, inventant ainsi la Marque de distributeur.
En mai 1960, le tout premier supermarché CASINO ouvre ses portes à Grenoble et devient un véritable « facilitateur de la vie quotidienne » en apportant qualité, diversité et proximité à ses clients. Aujourd'hui, CASINO SUPERMARCHÉ est l'une des principales chaînes de supermarchés en France, comptant plus de 410 magasins répartis sur tout le territoire.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Laurence BENEDETTO
(Responsable du recrutement)
lbenedetto@groupe-casino.fr
M. Bertrand VEAUX
(Directeur du développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 430
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** NC
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 5 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** de 600 à 3 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** de 5 000 à 30 000
- **Apport personnel en K€ :** 400
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Notre réseau recherche des personnes attirées par la grande distribution ayant le goût d'entreprendre et le sens du commerce. Des personnes motivées et engagées dans la relation client, la gestion et le management.
Avec ou sans expérience en tant qu'entrepreneur, nous mettons à votre disposition notre savoir-faire par un accompagnement et une formation sur-mesure pour devenir le commerçant de demain
- **Durée du contrat :** NC
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** Redevance publicitaire et enseigne (1 % du CA TTC)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Notre parcours est pensé pour s'adapter aux profils de candidats et offrir une formation adaptée au rythme de chacun.

CAVAVIN

25, rue de la Lande
ZA de Villejames
44350 GUÉRANDE
Tél. 02 51 75 06 70
Mail : developpement@cavavin.fr
Site web : www.franchise-cavavin.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente de vins et spiritueux
- **Création de l'enseigne :** 1985
- **Ouverture de la première franchise :** 1985
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Spécialiste depuis 1985 de la distribution de vins, champagne et spiritueux, CAVAVIN se décline en boutiques sous contrat de franchise et de commission-affiliation situées en centre-ville à proximité des commerces de bouche, ou en périphérie à proximité de grands axes ou de retail park avec stationnement. CAVAVIN s'est entourée de plus de 300 vignerons partenaires indépendants et reconnus et référence au total plus de 2 000 articles. Le stockage total s'élève à 3 000 000 de bouteilles ! Cela permet de pratiquer des tarifs très concurrentiels, dans toutes les gammes de prix.

• Contact franchise et développement :

M. Samuel BUTEAU
(Directeur réseau)

s.buteau@cavavin.eu

Mme Céline BOSSARD
(Coordinatrice réseau)

c.bossard@cavavin.eu

M. David ROHEL
(Développeur)

d.rohel@cavavin.eu

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 167
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 12

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 50 et 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 320
- **Apport personnel en K€ :** 20 à 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 70 à 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Épicuriens avec le sens du contact, du commerce et du relationnel
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 16 500 €
- **Redevances directes :** 2,5 % du CA HT publicité comprise et système de remises conditionnelles pouvant atteindre 2 %
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 4 000 €. Minimum 3 semaines

CENTRE SERVICES

36, Cours de Vincennes
75012 PARIS
Tél. 06 23 75 92 36
Mail : franchise@centreservices.fr
Site web : centreservices.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Spécialiste du service à domicile : ménage / repassage ; aides aux personnes âgées / handicap ; garde d'enfants ; petit jardinage
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2005, lancement du concept Centre Services.
2010, lancement de la franchise Centre Services.
2016, Centre Services ouvre sa 50^e agence.
2018, Centre Services se modernise. Refonte de la charte graphique et première campagne tv nationale
2022, Centre Services ouvre sa 100^e agence.
Aujourd'hui, Centre Services maintient son objectif clair, devenir un des leaders du secteur
- **Contact franchise et développement :**
M. Rémi GROSSET
(Cogérant)
grossetremi@centreservices.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 110
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 15

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 40 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 ou 1 bis centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 25 et 45 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 350
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des qualités relationnelles sont primordiales pour s'épanouir dans notre secteur. Management, commercial, ambition.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 22 000 €
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 4 500 €

20, rue du Sentier
75002 PARIS
Tél. 01 30 15 57 00
Mail : florence.adam@5asec.com
Site web : www.5asec.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Nettoyage, traitement et soin de tous les textiles
- **Création de l'enseigne :** 1968
- **Ouverture de la première franchise :** 1970
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée à Marseille en 1968, 5àsec regroupe 1500 magasins répartis dans une trentaine de pays et satisfait les besoins de 120 000 clients à travers le monde chaque jour. Au plan national, 5àsec dénombre plus de 200 pressings et demeure le leader incontesté de l'entretien et du soin des textiles. L'enseigne poursuit son développement, au cœur des villes et dans les centres commerciaux, avec pour objectif de densifier son maillage sur le territoire national.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Florence ADAM
(Directrice Franchise)
florence.adam@5asec.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 147
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 65
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 220
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 89

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Quatre semaines.

CŒUR DE FLEURS

145, rue Jean-Jacques Rousseau
92130 ISSY-LES-MOULINEAUX
Tél. 01 80 00 20 34
Mail : developpement@emova-group.com
Site web : www.coeur-de-fleurs.com

Rapid'Flore
évolue
et devient



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente de fleurs coupées et plantes en libre-service
- **Création de l'enseigne :** 1995
- **Ouverture de la première franchise :** 1995
- **Étapes marquantes de son évolution :**

RAPID'FLORE évolue et devient CŒUR DE FLEURS : une enseigne de proximité. Créée en 1995 en Normandie, l'enseigne RAPID'FLORE intègre en 2008 EMOVA GROUP (ex-Groupe Monceau Fleurs). En janvier 2017, la marque évolue et devient CŒUR DE FLEURS.

Le concept CŒUR DE FLEURS repose sur la vente de fleurs et plantes à prix accessibles, et la création de bouquets originaux réalisés par des fleuristes passionnés.

Les services : livraison, carte-cadeau et programme de fidélité.

Les valeurs de l'enseigne : accessibilité, passion, simplicité, proximité.

- **Contact franchise et développement :**
M. Olivier GINOUX
(Directeur développement immobilier et technique)
o.ginoux@emova-group.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 48
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 8 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, axe à fort flux véhicules
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 80 et 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 300 et 450
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** À partir de 180

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Outre l'enthousiasme et la motivation, le candidat à la franchise doit faire preuve de qualités managériales indéniables et d'un esprit gestionnaire. Pas de connaissances horticoles requises.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 10 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA TTC (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** 5 000 € (formation et assistance à l'ouverture)
- **Formation proposée :** Huit semaines (théorie et pratique).

COIFF&CO

104, avenue Charles-de-Gaulle
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. 01 53 35 53 35
Mail : jeanphilippe.sionneau@provalliance.fr
Site web : www.coiffandco.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Salon de coiffure
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**
La franchise COIFF&CO, créée en 1991, occupe une place hautement stratégique au sein du groupe Provalliance, dirigé par Franck Provost, celui d'une franchise de Coiffure low cost. En effet, en opérant un rapprochement entre CITY LOOKS et COIFF&CO, le groupe souhaite consolider l'enseigne et lui donner ainsi les moyens de jouer une place prépondérante sur ce segment marché très bataillé.
- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 12
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 239
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 70 et 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** L'enseigne est ouverte à tous les professionnels qui souhaitent intégrer un groupe reconnu, bénéficier des méthodes et des formations internes, enfin développer leur activité avec des outils de gestion qui ont fait leur preuve. La franchise COIFF&CO bénéficie en effet, comme toutes les franchises de coiffure du groupe, d'une mutualisation du savoir-faire qui fait sans conteste la réussite de Provalliance.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 8 000 €
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

COMFORT

Immeuble HELIOS
2, rue Christophe-Colomb
92300 MASSY
Tél. 01 81 91 81 00
Mail : rustom.vickers@choicehotels.com
Site web : www.choicehotels.fr



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2022

- **Activité :** Concession de franchise hôtelière
- **Création de l'enseigne :** 1939
- **Ouverture de la première franchise :** 1993
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Hôtellerie économique 2 ou 3*NN.

En 1995, premier aux États-Unis à lancer un site Internet de réservation d'hôtel, offrant un accès en temps réel à notre système de réservation via Internet.

2008, déploiement en Europe de Choice Privileges®, un programme de fidélité international primé qui compte désormais plus de 44 millions de membres dans le monde.

2011, première installation PMS ChoiceADVANTAGE® en France.

2012, 5 000^e établissement sur le territoire américain.

2015, ouverture d'un bureau Choice Hôtels européen basé à Amsterdam.

- **Contact franchise et développement :**
M. Rustom VICKERS
(Head of Franchise Development, EMEA)
rustom.vickers@choicehotels.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 39
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Professionnels de l'hôtellerie (investisseurs/exploitants)
- **Durée du contrat :** 9 ans avec possibilité de résilier à la 6^e année
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Installation du système de gestion hôtelière (PMS) du franchiseur, pose des enseignes
- **Formation proposée :** Modules de formation en ligne sur Choice University.

COMPTOIR DE LOCATION

188, avenue de Brezet
63000 CLERMONT-FERRAND
Tél. 04 73 98 18 00
Mail : contact@cl-btp.com
Site web : www.cl-btp.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Location de matériel BTP
- **Création de l'enseigne :** 2000
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 1896, initialement pour la distribution de matériel de carrière, l'entreprise est gérée depuis cinq générations par la lignée de son fondateur. L'année 2018 a d'ailleurs sonné l'entrée de la 6^e génération avec l'arrivée de Baptiste Perard chargé du développement en Île-de-France, puis de Victor Perard en 2022. COMPTOIR DE LOCATION spécialisé dans la location de matériel pour le bâtiment, les travaux publics et l'industrie est lancé en 2000. La première franchise ouvre avec succès à Vichy en 2014. Le réseau CDL, fort d'une réussite éprouvée, compte aujourd'hui 44 agences en France métropolitaine, en Suisse et dans les DOM-TOM. Le respect de ses valeurs et la volonté de garder un esprit familial en font sa force.
- **Contact franchise et développement :**
M. Sylvain AMBROSIO
(Directeur Général)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 23
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 20
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** zone urbaine à partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale, zone industrielle
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 500 m² dont 300 m² couverts
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 1 500 et 2 000
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600 à 800

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des candidats ayant une très bonne connaissance de leur environnement économique local et des différents acteurs qui le composent, en priorité des personnes d'expérience dans la location de matériel pour le bâtiment et les travaux publics, professionnels du BTP, loueurs déjà installés qui voudraient entrer dans un réseau structuré.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 40 000 €
- **Redevances directes :** 5% du CA HT, hors sous-location
- **Redevances indirectes :** 0,5% du CA HT à partir de la deuxième année d'ouverture (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Initiale d'une durée de 15 jours minimum. Théorique : initiation, simulations, utilisation des outils. Pratique : mise en situation en agence.

COMTESSE DU BARRY

Route de Touget
32200 GIMONT
Tél. 05 62 67 98 10
Mail: franchise@comtessedubarry.com
Site web : <http://www.comtessedubarry.com>



Comtesse du Barry

DEPUIS 1908

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fabrication et distribution de conserves alimentaires, produits frais
- **Création de l'enseigne :** 1908
- **Ouverture de la première franchise :** 1976
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Société anonyme le 12 juillet 1967.
1^{er} octobre 2000, passage de la SA avec conseil d'administration à la SA avec directoire et conseil de surveillance.
2006, COMTESSE DU BARRY devient une SAS.
Mai 2011, rachat de COMTESSE DU BARRY par le groupe coopératif MAISADOUR.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Stéphanie MOUSSEL
(Directrice commerciale)
franchise@comtessedubarry.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 12
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 75
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 25

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 40 à 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 130

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant de préférence, ou cadre aimant le commerce.
QUALITÉS REQUISES : bon relationnel, créativité, capacité à suivre des règles de travail données par le franchiseur, adaptabilité et surtout sens du commerce, et goût pour la gastronomie.
- **Durée du contrat :** 7 ans renouvelable par 5 ans
- **Droit d'entrée :** 14000 €
- **Redevances directes :** 600 € par mois
- **Redevances indirectes :** 2,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 8500 €

COURTEPAILLE

NEW COURT

9, boulevard Général-de-Gaulle

92120 MONTROUGE

Tél. 06 72 99 96 28

Mail : napaqaro@buffalo-grill.com

Sites web : <https://www.courtepaille.com/>,

www.courtepaille.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration à thème, type grillades
- **Création de l'enseigne :** 1961
- **Ouverture de la première franchise :** 1977
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Née il y a 60 ans, COURTEPAILLE est une enseigne pionnière de la restauration à thème, proposant une cuisine française traditionnelle autour de la cheminée. Avec 228 restaurants implantés partout en France, et plus de 3 000 collaborateurs, COURTEPAILLE est l'un des leaders de la restauration servie à table. Ses 4 valeurs de restaurateur – Simplicité, Humilité, Passion, Convivialité – font d'elle une marque populaire iconique gravée dans le cœur des Français.

- **Contact franchise et développement :**

M. Charles VEXIAU

(Recrutement et Développement Franchise)

Tél. 06 65 79 82 16

cvexiau@buffalo-courtepaille.com

Mme Sandrine BIGOT

(Directrice Opérations Franchise)

franchise@buffalo-courtepaille.com

Mme Victoire ROUSSEL

(Chargée de recrutement franchise)

vroussel@buffalo-courtepaille.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 145
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 78
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** Foncier 2 600 m² ou local 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 850
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Être motivé par la restauration, le sens du service, un goût prononcé pour le contact client, savoir s'entourer. Être manager et gestionnaire. Opérationnel, restaurateur ou hôtelier souhaitant faire évoluer son offre.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 40 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** 15 000 €/assistance à conception
- **Formation proposée :** 3 mois maximum.

CUISINE PLUS

Roissy Pôle Aéroport CDG
5, rue de La Haye – Le Dôme
95733 ROISSY CEDEX
Tél. 01 49 38 95 49
Mail : monmagasin@cuisine-plus.fr
Site web :
<https://www.jouveunmagasincuisineplus.fr>

CUISINE PLUS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Le réseau de franchise CUISINE PLUS est spécialisé dans la distribution de cuisines équipées personnalisables
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1984, création de la société et ouverture du premier magasin à Quimper.
2016, création du baromètre de satisfaction et refonte des campagnes de communication de l'enseigne.
2019, refonte de la plateforme de marque et lancement de l'offre signature Electrio.
2020, optimisation du parcours client avec l'ouverture d'un concept magasin innovant.
2021, CUISINE PLUS est « Élu Service Client de l'Année », refonte du site web et création de l'Espace Projet et ouverture de 8 magasins.
2022, l'enseigne est à nouveau « Élu Service Client de l'Année » et elle est classée meilleure enseigne au palmarès *Capital* et a ouvert 10 nouveaux magasins.
2023 : Pour la troisième fois consécutive, CUISINE PLUS est « Élu Service Client de l'Année » et prévoit d'ouvrir 10 magasins
- **Contact franchise et développement :**
M. Benjamin BOHBOT
(Directeur Développement)
monmagasin@cuisine-plus.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 65
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 50 000 à 100 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale, n° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 700
- **Apport personnel en K€ :** 50 à 120
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350 à 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Vous avez la fibre commerçante ? Des qualités de gestionnaire ? Une aptitude à manager une équipe d'environ cinq personnes ? Et de l'expérience dans la conception de cuisines ou l'aménagement de la maison ? Nous vous accompagnons dès les premiers instants pour que vous deveniez un(e) franchisé(e) pas comme les autres.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 10 000 € HT
- **Redevances directes :** 1,6% du CA HT marchandise
- **Redevances indirectes :** 4% du CA HT marchandise (publicité nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale pendant cinq semaines au centre de formation du siège social et deux semaines en immersion magasin.

CYCLABLE

26, rue Berjon
69009 LYON
Tél. 07 64 00 51 19
Mail : olivier.loevenbruck@cyclable.com
Site web : www.cyclable.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau de magasins spécialisés dans le vélo mobilité
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**

CYCLABLE est né d'une idée simple qui a germé dans l'esprit de cyclistes du quotidien : si l'on donne envie aux citadins de s'acheter un beau vélo, alors ils prendront plaisir à l'utiliser tous les jours. Leur vie sera plus simple et nos villes seront plus douces. Notre mission : « créer » des cyclistes en contribuant à développer l'utilisation du vélo comme mode de déplacement durable.

Avec ses 70 magasins en France et en Suisse, CYCLABLE est aujourd'hui le premier réseau de magasins spécialisés « Vélo Art de Vivre ». Nous visons les 100 points de vente à horizon 2025.

À l'écoute des idées de nos clients et de nos collaborateurs, et en lien avec nos partenaires engagées pour le développement de la mobilité à vélo, nous proposons à nos franchisés un accompagnement à la hauteur des produits et des services que nous proposons en magasin.

- **Contact franchise et développement :**
M. Olivier LOEVENBRUCK
olivier.loevenbruck@cyclable.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 35
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 31
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, Axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 120 et 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 270

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profil manager (H/F) ; bon relationnel, goût pour le commerce et le contact client, curiosité et capacité à apprendre le métier ; partage des valeurs Cyclable, et notamment un engagement écologique sincère. Idéalement, une expérience significative dans le commerce ou la distribution.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 3 % du CA (royalties) + 1 % (communication nationale)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Parcours Cyclable Express : Cycle de formation fondamentale via la Cyclable Académie / Manuel opérateur / Cycles d'immersions / Formation sur le terrain.

DAL'ALU

Rue des Giroilles
 ZA La Prade
 33650 SAINT-MÉDARD-D'EYRANS
 Tél. 05 56 67 40 40
 Mail : franchise@dalalu.fr
 Site web : www.dalalu.fr



Créateur de la gouttière aluminium en continu

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Commercialisation de produits en aluminium laqué pour l'évacuation des eaux pluviales et l'enveloppe de l'habitat (gouttières, façades, toitures...)
- **Création de l'enseigne :** 1982
- **Ouverture de la première franchise :** 1982
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 DAL'ALU, créateur de la gouttière aluminium en continu. Expert des solutions d'évacuation des eaux pluviales, en particulier pour les résidences individuelles en neuf et rénovation, DAL'ALU possède un savoir-faire de 40 ans dans le profilage de Gouttières et Couvertines aluminium en continu. Il se distingue également par ses concepts d'Avancée de Toit et de Joint Debout aluminium. Engagé dans une démarche RSE volontariste, il innove constamment et propose désormais dans sa gamme de produits : INOA, la première gouttière aluminium éco conçue ou encore SO.VARIABLE sa couverture aluminium. DAL'ALU c'est aussi AluCampus, le premier centre de formation dédié aux métiers de l'aluminium dans l'enveloppe du bâtiment. Plus d'informations sur notre site www.dalalu.fr.
- **Contact franchise et développement :**
 Mme Lydie TEMPEREAU
 (Directrice Commerciale)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 150
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 1 arrondissement
- **Emplacement :** Périphérie, Parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 250
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Vous être un entrepreneur dans l'âme, avez la fibre managériale et êtes un parfait gestionnaire. Une sensibilité au monde du bâtiment sera un plus.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** 4 % sur achats
- **Redevances indirectes :** 1,5 % sur achats
- **Autres obligations financières :** Engagement du franchiseur à reprendre des équipements spécifiques à la franchise
- **Formation proposée :** Un parcours d'intégration au centre de formation AluCampus : technique, commerce, prévention, gestion d'entreprise...

DANIEL MOQUET SIGNE VOS ALLÉES

La Couture
53100 PARIGNÉ-SUR-BRAYE
Tél. 02 43 00 67 28
Mail : contact@daniel-moquet.com
Site web : www.franchise-daniel-moquet.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Entrepreneurs spécialisés dans l'aménagement des allées, cours et terrasses chez les particuliers

• **Création de l'enseigne :** 2004

• **Ouverture de la première franchise :** 2005

• **Étapes marquantes de son évolution :**

Créée en 1977 par Daniel Moquet, la société se spécialise en 1990 dans l'aménagement des allées des maisons individuelles. En 2003, le concept est dupliqué avec succès. La franchise est lancée en 2005 et, depuis, le réseau ne cesse de progresser : la 50^e franchise est signée en 2010.

En 2014, la barre des 100 entreprises DANIEL MOQUET est passée, avec 99 % de réussite. Développement en master franchise en Europe, ouverture de la première agence en Belgique en avril 2014.

2017, obtention de quatre prix par l'*Indicateur de la Franchise*, dont le réseau d'Or 2017.

En 2019, DANIEL MOQUET reçoit le Ruban d'or de la Franchise par la Fédération française de la franchise. Lancement d'un nouveau réseau de franchise : Daniel Moquet Signe Vos Clôtures.

2022, lancement d'un nouveau réseau de franchise : Daniel Moquet Signe Vos Jardins.

• **Contact franchise et développement :**

Mme Pauline MOQUET

(Directrice générale)

recrutement@daniel-moquet.com

M. Nicolas FOUCART

(Reponsable Développement)

nicolas.foucart@daniel-moquet.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 9
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 237
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 40 000 maisons individuelles avec jardins (environ 120 000 à 200 000 habitants)
- **Emplacement :** Parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 700
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Dynamisme, sens du relationnel, goût de la vente aux particuliers, sens du management, bon gestionnaire. Inutile d'être du métier, l'attrait pour les espaces verts et l'aménagement extérieur est un atout pour s'épanouir.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 41 500 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 20 jours de préformation en immersion chez des franchisés, 6 semaines au centre de formation, et 4 semaines d'assistance au démarrage de l'activité.

DARJEELING

16, rue de Provigny, BP 134
94234 CACHAN CEDEX
Tél. 06 76 71 00 72
Mail :
agnes.cornierlepape@groupechantelle.com
Site web : www.darjeeling.fr

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Lingerie
- **Création de l'enseigne :** 1995
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En 1994, Patrick KRETZ créait l'enseigne DARJEELING au sein du groupe Chantelle et ouvrit ses deux premières boutiques en 1995. En 1998, était mise en place une plate-forme de stockage permettant l'approvisionnement et le réassort sous 48 heures dans les boutiques. Au cours de l'année 2002 DARJEELING réalise sa première campagne de publicité grand public pour développer sa notoriété de marque. C'est en 2008 que DARJEELING crée un système de fidélisation de la Cliente et en 2011 qu'elle lance son site e-commerce. DARJEELING ouvre la première boutique en affiliation en octobre 2012 et compte, fin 2022, 164 boutiques dont 34 boutiques affiliées.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Agnès CORNIER LE PAPE
(Directrice affiliation)
agnes.cornierlepape@groupechantelle.com
Mme Seria MEZZI
(Assistante de développement)
seria.mezzi@groupechantelle.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 130
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 34
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

DARJEELING

LINGERIE

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 65 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Les partenaires sélectionnés, entrepreneurs attentifs au développement et à la fidélisation de leur clientèle, veulent créer/développer leur activité grâce au rapport qualité/prix et aux savoir-faire et savoir-être DARJEELING.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 13 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Garantie à première demande bancaire 15 0000 €
- **Formation proposée :** Formation initiale et continue de l'affilié et son équipe. Assistance par nos équipes pour l'ouverture. Suivi régulier pour répondre aux besoins.

9, rue des Bateaux-Lavoirs
94200 IVRY-SUR-SEINE
Tél. 01 48 02 32 32
Mail : michel.fleys@fnacdarty.com
Site web : www.darty.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distributeur spécialisé d'équipement électrodomestique, multimédia & informatique
- **Création de l'enseigne :** 1957
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Le Groupe Darty, créée en 1957 a lancé le « Contrat de Confiance » sur lequel il a basé sa réputation de spécialiste de service : prix, choix, service, livraison et installation gratuite, remboursement de la différence, large choix d'équipements en magasin et sur darty.com, des services accessibles 7 jours sur 7, DARTY est devenu cuisiniste sur mesure dès l'année 2007. La franchise DARTY a été créée en 2014, puis en 2015, nous avons lancé les franchises DARTY avec espace cuisine, et depuis 2018 les franchises exclusivement cuisine. À fin 2022, cela représente 265 magasins dont 65 espaces dont 74 espaces cuisine. Notre spécificité est de pouvoir proposer une offre cuisine sur-mesure en couvrant un large segment de prix. De la conception jusqu'à la pose, nous offrons un savoir-faire nourri de l'expertise certifiée de nos collaborateurs.

- **Contact franchise et développement :**
M. Christophe DUPOUY
(Directeur franchise Darty)
M. Michel FLEYS
(Directeur développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 265
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 74

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Néant
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 75 à 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 50 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance fixe mensuelle de 500 € HT ou 750 € HT
- **Formation proposée :** NC

DE NEUVILLE

8, promenade de la Chocolaterie
77186 NOISIEL
Tél. 01 60 17 29 81
Mail : gaelle.more@sa-deneuveille.fr
Site web : www.deneuveille.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution de chocolats, confiserie, glaces
- **Création de l'enseigne :** 1986
- **Ouverture de la première franchise :** 1986

- **Étapes marquantes de son évolution :**

DE NEUVILLE fait référence à la petite commune de Neuville-Saint-Rémy située dans la région de Cambrai, dans le nord de la France. C'est dans cette ville qu'en 1884 démarre une activité de chocolaterie artisanale.

À la faveur de rachats successifs, l'entreprise devient finalement Les Maîtres chocolatiers réunis.

Enfin, en 1986, lorsque Les Maîtres chocolatiers réunis décidèrent de diversifier leur activité initiale en ouvrant un réseau de boutiques en propre, c'est tout naturellement qu'ils choisirent pour nom d'enseigne DE NEUVILLE en mémoire du premier atelier de fabrication.

Aujourd'hui, la société DE NEUVILLE compte plus de 160 boutiques en France, pour vous accueillir et vous faire découvrir ses créations emblématiques du chocolat.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Gaëlle MORE
(Responsable service développement)
gaelle.more@sa-deneuveille.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 15
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 145
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville, centre commercial ou retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 40 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 60 pour une boutique en centre-ville et en centre commercial concernant le concept Vivons Gourmands. À partir de 90 pour un Marché au Chocolat en zone commerciale
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Vous avez un sens du service et de l'écoute prononcé, vous parlez du chocolat avec passion. Vous êtes dynamique et avez l'esprit de conquête. Après une formation de quatre semaines, vous deviendrez un ambassadeur engagé du chocolat français.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 HT € HT
- **Redevances directes :** 0 à 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale : quatre semaines (5 000 € HT)

DEL ARTE

52, avenue du Canada
35207 RENNES CEDEX 2
Tél. 02 99 22 23 22
Mail : nguilibert@groupeleduff.com
Site web : <http://devenir-franchise.delarte.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Restaurant cuisine italienne. Restauration à thème
- **Création de l'enseigne** : 1984
- **Ouverture de la première franchise** : 2002
- **Étapes marquantes de son évolution** :
1995, le Groupe Le Duff acquiert la chaîne Pizza DEL ARTE détenue par le Groupe Accor. 2002, Ristorante DEL ARTE s'ouvre à la franchise, 90 % des restaurants sont aujourd'hui gérés par des franchisés. 2010, l'enseigne accélère le déploiement de sa marque en franchise avec un rythme de 15 ouvertures par an. Elle revisite son identité et modernise son logo. 2016, le nouveau concept de restaurant est inauguré. 2020, le réseau DEL ARTE franchit la barre des 200 restaurants et vise les 300 établissements à moyen terme. 2022, une évolution de concept voit le jour à Joué-lès-Tours.
- **Contact franchise et développement** :
M. Nicolas GUILBERT
(Responsable Recrutement franchise)
nguilibert@groupeleduff.com
Mme Eléna LE DOUR
(Coordinatrice Développement)
eledour@groupeleduff.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 30
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 180
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement** : N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente** : Entre 300 et 450 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 1 100 à 1 800
- **Apport personnel en K€** : 100 à 500
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 750 à 950

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Commerçant(e) dans l'âme, il/elle aime animer des équipes nombreuses. Cadre d'entreprise souhaitant se lancer à son compte dans un métier plaisir, professionnel(le) de la restauration et/ou commerçant(e) souhaitant rejoindre un réseau organisé
- **Durée du contrat** : 9 ans
- **Droit d'entrée** : 46 000 €
- **Redevances directes** : 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières** : NC
- **Formation proposée** : Formation de 10 semaines. Stages théoriques : 2 semaines. Formation pratique en restaurant-école : 8 semaines.

DESSANGE

39, avenue Franklin-Roosevelt
75008 PARIS
Tél. 01 53 83 99 10
Mail : franchise@dessange-international.com
Site web : www.dessange-international.com

DESSANGE
PARIS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Franchise de salons de coiffure et instituts de beauté.
- **Création de l'enseigne :** 1975
- **Ouverture de la première franchise :** 1977
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1954, ouverture du premier salon DESSANGE.
 - 1977, mise au point de la franchise JACQUES DESSANGE.
 - 1994, création d'une ligne de soins capillaires « JACQUES DESSANGE COLLECTION » et d'une ligne de soins corporelles « JACQUES DESSANGE BEAUTÉ ».
 - 1995, développement important de la marque JACQUES DESSANGE à l'international.
 - 2004, nouvelle identité visuelle de la marque DESSANGE et du logo JD.
 - 2007, ouverture du 1000^e salon du groupe à Dubaï.
 - 2010, rachat de la master franchise belge.
 - 2011, rachat de la master franchise DESSANGE aux États-Unis.
 - 2012, achat du groupe américain de coiffure FANTASTIC SAM'S.
 - 2013, création de différents supports digitaux.
 - 2014, soixantième anniversaire de la marque.
 - 2016, rachat de Coiff'idis.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Patricia PAGEOT-MORET
(Directrice commerciale franchises France et Europe)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 185
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 780
- **Apport personnel :** 30 % de l'investissement global
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Compte tenu de la spécificité du métier qui comporte une très forte identité, un profil de coiffeur privilégiant le luxe est souhaité.
- **Durée du contrat :** Durée initiale de 5 ans (renouvellement 5 ans)
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT à 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % à Paris ; 4 % en régions (pack animation, formation et Learning Lounge). Minima garantis annuels.
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Aménagement PDV selon évolution du concept, appro produits de la marque, centrale de référencement
- **Formation proposée :** Formation continue (y compris e-learning).

DETAILCAR

100, chemin de l'Aumône-Vieille
Actiburo 1
13400 AUBAGNE
Tél. 06 23 01 08 91
Mail : alexandre.maurel@detailcar.fr
Site web : www.detailcar.fr

detailCar
VOTRE VOITURE VOTRE IMAGE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Lavage et soin écologique de véhicules. Leader européen du lavage sans eau avec plus de 150 points de services
- **Création de l'enseigne :** 2012
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**
DetailCar est une marque qui existe depuis 2007 en Espagne et possède aujourd'hui le réseau le plus étendu en Europe avec plus de 150 points de services. Depuis 2012, vous pouvez retrouver DetailCar en France. Notre objectif est de prodiguer le meilleur lavage de véhicules, sans eau, avec une véritable expérience et ce pour chacun de nos clients. Notre concept écologique permet de proposer du lavage à domicile (unité mobile), ainsi qu'en centres fixes (parkings privés ou de centres commerciaux). DetailCar, la franchise qui en a sous le capot. Prochaine ouverture ? La vôtre ! Plus de 20 ouvertures prévues en 2023.
- **Contact franchise et développement :**
M. Alexandre MAUREL
(Directeur Réseau et Marketing)
alexandre.maurel@detailcar.fr
M. Yannick CASTAGLIO
(Multifranchisé)
grand-var@detailcar.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 40
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 200 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis. DetailCar négocie les meilleurs emplacements et sélectionne les meilleures zones
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 120
- **Apport personnel en K€ :** 3 à 10
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 40

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Dynamique, impliqué, avec une vraie volonté d'entreprendre vous avez toutes les qualités requises pour rejoindre le réseau DetailCar France.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 9 500 €
- **Redevances directes :** À partir de 400 € HT / mois
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation technique, commerciale et marketing : 6 jours. 5 jours d'accompagnement sur site. Formation continue

DISTRI CLUB MÉDICAL

117B, route de Taninges
74100 VETRAZ-MONTHOUX
Tél. 04 50 31 70 26
Mail : dcm@districlubmedical.fr
Sites web : www.districtclubmedical.fr
<https://franchise.districtclubmedical.fr/>



**DISTRI CLUB
MEDICAL**

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente et location de matériel médical à destination des particuliers et des professionnels de santé.
- **Création de l'enseigne :** 1975
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Issue de l'ouverture d'un magasin de vente et de location de matériel médical dans le Nord, la franchise DISTRI CLUB MÉDICAL voit le jour en 1984. En 1997, la création d'une centrale d'achat avec une plateforme logistique intégrée permet d'assurer une politique d'approvisionnement homogène et rigoureuse au sein du réseau. En 2005, Bernard Boccard responsable du magasin Médical Santé Boccard basé en Haute-Savoie à Annemasse (74), devient PDG de DISTRI CLUB MÉDICAL SAS. En 2010, son fils Guillaume membre de la direction du magasin, rejoint l'équipe du siège du franchiseur en tant que Directeur Général. Il transfère alors les bureaux en Haute-Savoie (74).
- **Contact franchise et développement :**
Mme Alexandra VIVES
(Directrice Exploitation et Développement)
dcm@districlubmedical.fr

LE RÉSEAU

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 90
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Position n°1 bis, voire n° 2, avec un parking pour personnes à mobilité réduite
- **Superficie moyenne du point de vente :** 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Posséder des qualités de gestionnaire, de commercial pour développer l'activité mais aussi être sensible aux relations humaines et à l'univers médical. DISTRI CLUB MÉDICAL propose deux possibilités pour ouvrir votre magasin :
Si vous êtes seul(e), nous vous orienterons vers le concept allégé : horaires aménagés, présence en magasin réduite, local plus petit.
Le concept original sera plus adapté si vous démarrez à deux personnes avec un local plus grand et une présence en magasin à temps plein.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** Redevance fixe, redevance variable
- **Redevances indirectes :** Redevance informatique, redevance publicitaire
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Plus de six semaines : formations obligatoires dispensées par des organismes certifiés, stages pratiques en magasin, au siège social et à La Centrale médicale.

DOC'BIKER

21, rue Émile-Goeury
94140 ALFORTVILLE
Tél. 09 67 50 17 28
Mail : franchise@docbiker.com
Site web : www.docbiker.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** DOC'BIKER est la première enseigne dédiée à l'entretien des deux-roues motorisés. Points forts : sans rdv, offre forfaitisée, transparence, rapport qualité/prix.
- **Création de l'enseigne :** 1997
- **Ouverture de la première franchise :** 2011
- **Étapes marquantes de son évolution :**

DOC'BIKER est né de l'association de trois férus de moto : Lionel Boyaval, Xavier Boyaval & Raynald Duplessy. La passion de la moto et l'alliance de leurs compétences ont donné naissance à un concept encore inédit dans l'univers du deux-roues motorisé. En 1997, l'analyse du marché les a convaincus de créer un concept formaté et marketé qui répondait aux attentes des « commutes ». 2011, lancement de la franchise. 2012, double récompense : élu Coup de cœur de l'Express/Observatoire de la Franchise, nouveau concept & lauréat des Espoirs de la franchise. 2014, partenariat avec TOTAL afin d'implanter l'activité DOC'BIKER en stations-service. Depuis 2015, plus de 15 franchises ouvertes. 2019, ouverture du premier centre 100 % véhicules électriques. 2021 élargissement du groupe avec la création des enseignes PURE RIDER et DOC'OCCAZ.

- **Contact franchise et développement :**
M. Aurélien DUFLOT
(Responsable développement franchise)
aurelien@docbiker.com

LE RÉSEAU

- **Nombre d'unités propres :** 8
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 19
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 180

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le franchisé doit avoir une sensibilité aux 2 roues et à la technique, ainsi que des qualités de gestion/management pour diriger une équipe de 2-4 personnes. Le sens du commerce est important.
- **Durée du contrat :** 6 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** 4 K€/an (budget communication locale)
- **Formation proposée :** Continue en interne et via GNFA (<http://www.gnfa-auto.fr/nos-formations/nos-catalogues-de-formation/>)

DOMetVIE

10, avenue Marc-Sangnier
92390 VILLENEUVE-LA-GARENNE
Tél. 01 84 60 13 18
Mail : franchise@dometvie.fr
Site web : www.dometvie.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** DOMetVIE est le spécialiste de l'aménagement du domicile des seniors et des personnes à mobilité réduite pour favoriser le maintien à domicile
- **Création de l'enseigne :** 2012
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Le groupe DOMetVIE est le premier réseau de franchise spécialisé dans l'aménagement du domicile des seniors et des personnes à mobilité réduite. La mission du groupe est d'informer, de déstigmatiser, d'apporter des solutions globales d'aménagement à nos aînés afin de leur permettre de rester à leur domicile dans des conditions de sécurité et de confort, le tout en assurant une proximité et une prise en charge du projet de A à Z.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Mélissa CAIJO
(Responsable du développement)
m.caijo@dometvie.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 70
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 25

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 seniors (+ 60 ans)
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 à 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des personnalités plus que des profils types. Nous souhaitons avant tout nous entourer de personnes qui partagent nos valeurs que sont l'écoute, la rigueur et la réactivité.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Trois semaines de formation initiale au siège et formation continue tout au long de l'année.

DOMIDOM

12, rue Jean-Jaurès
92800 PUTEAUX
Mail : w.alsaqqaf@domidom.fr
Site web : www.domidom.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Travaux ménagers, travaux de bricolage, de jardinage, entretien des résidences secondaires, livraison de repas et pleins d'autres services à la carte
- **Création de l'enseigne :** 2003
- **Ouverture de la première franchise :** 2008
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Depuis plus de 15 ans DOMIDOM est un acteur majeur du secteur des services à la personne. En 2008, débute le développement de l'enseigne en franchise qui compte, fin 2021, 22 succursales et 38 franchises sur le territoire national. En 2014, le groupe ORPEA acteur de référence dans l'accompagnement des personnes fragilisées (EHPAD, cliniques psychiatriques et cliniques de Soins de Suite et de Réadaptation) se développe dans le secteur du maintien à domicile, à travers la marque DOMIDOM, permettant ainsi d'offrir à nos clients un véritable partenariat dans leur parcours de soins.
- **Contact franchise et développement :**
M. Waele AL SAQQAF
(Responsable Développement)
w.alsaqqaf@domidom.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 22
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 38
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50-80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 350 et 500
- **Apport personnel en K€ :** 29
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 70

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
 - Des gens qui sont passionnés, pour lesquels le sens et l'engagement ont une réelle résonance dans leurs projets.
 - Des entrepreneurs avec une capacité managériale et commerciale qui ont envie d'être dans une relation humaine avec leurs collaborateurs, intervenants et franchiseur.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 19 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT (puis dégressives)
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 4 semaines dont une en immersion en agence.

DOMINO'S PIZZA

4, rue Olympe-de-Gouges
CS 50071
92238 GENNEVILLIERS CEDEX
Tél. 01 40 86 68 66
Mail : denis.ferre@dominos.fr
Site web : www.dominos.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fabrication, vente à emporter et livraison de pizzas
- **Création de l'enseigne :** 1960
- **Ouverture de la première franchise :** 1989
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1960, création de la marque aux États-Unis.
 - 1989, entrée de DOMINO'S PIZZA sur le marché français.
 - 2006, rachat de Domino's Pizza France par Domino's Pizza Enterprises.
 - 2012, plus de 200 magasins en France et plus de 10 000 dans le monde.
 - 2013, lancement du site mobile et des applications iPhone et Android.
 - 2014, présence de la marque en France depuis 25 ans et 240 unités.
 - 2016, rachat du franchiseur du réseau Pizza Sprint, plus de 300 magasins en France.
 - 2019, ouverture du 400^e Domino's. 30 ans de l'enseigne en France.
 - 2020, DOMINO'S PIZZA investit le milieu de l'esport et devient partenaire de la Ligue française de la League of Legends.
 - 2022, création de la Fondation Domino's
 - 2023, en route vers les 500...
- **Contact franchise et développement :**
 - M. Denis FERRÉ
 - (Responsable Intégration réseau)
 - denis.ferre@dominos.fr
 - Mme Guillemette LE GOASCOZ
 - (Responsable Communication)
 - guillemette.legoascoz@dominos.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 27
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 486
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 27

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 12 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 800
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 300 et 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Cadre en reconversion, commerçant, manager, gestionnaire de profits.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 6,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** À partir de 4 % du CA HT (publicité)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** À partir de 10 semaines, alliant théorie et pratique.

EASY CASH

20, avenue Pythagore
33700 MÉRIGNAC
Tél. 05 57 92 05 70
Mail : developpement@easycash.fr
Sites web : <https://www.easycash.fr/>
<https://franchise-easycash.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Achat et vente de produits d'occasion
- **Création de l'enseigne :** 2001
- **Ouverture de la première franchise :** 2001
- **Étapes marquantes de son évolution :**

EASY CASH est le premier réseau français d'achat-vente de produits d'occasion et reconditionnés.

Depuis plus de 20 ans, EASY CASH propose une large gamme de produits sélectionnés et testés dans les univers des loisirs culturels, du high-tech, des équipements ménagers ou multimédia et du luxe (bijoux et maroquinerie). L'enseigne propose également de nombreuses solutions de revente (estimation en ligne, dépôt des produits en magasin, etc.).

Dans une société ancrée dans une nouvelle ère de consommation plus responsable et plus durable, EASY CASH trouve toute sa place comme un acteur clé du marché de la seconde main. L'enseigne propose avec conviction de l'occasion et du reconditionné avec un positionnement qui repose sur la confiance et la transparence.

- **Contact franchise et développement :**

M. Jérôme TAUFFLIEB
(Président)

contact@easycash.fr

M. Kevin FISCHER

(Directeur Développement Réseau)

kevin.fischer@siege-easycash.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 21
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 128
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 40 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 250 et 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 900
- **Apport personnel en K€ :** 50 min.
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 550

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Opérationnel / commerçant / manager / Curiosité d'esprit et aptitude à la négociation. Maîtrise des outils d'exploitation d'un centre de profit.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 38 500 € HT
- **Redevances directes :** 5,2 % HT de la marge brute TTC
- **Redevances indirectes :**
 - Communication nationale : 1 % du CA
 - Contribution Internet : 150 € HT mensuel + 5 % HT de la marge brute WEB TTC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** EASY CASH FORMATION pour les formations métiers (+ de 80 jours/an). Parcours MANAGER pour accompagner la promotion interne.

EAT SALAD

4-6, rue Laplace
33700 MÉRIGNAC
Tél. 09 69 36 77 10
Mail : contact@eatsalad.com
Site web : <http://www.eatsalad.com>

The logo for Eat Salad features the word "Eat" in a bold, green, sans-serif font, followed by "Salad" in a black, sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is located at the end of "Salad".

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Ce réseau de restauration rapide spécialisé dans les salades se développe en franchise depuis 2015 sur des emplacements N° 1
- **Création de l'enseigne :** 2013
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - Avril 2013, ouverture du 1^{er} établissement à Bordeaux.
 - Octobre 2014, ouverture du 2^e établissement à Mérignac (périphérie de Bordeaux) également détenu par les deux créateurs.
 - Août 2015, ouverture du 3^e établissement et 1^{er} franchisé à Bordeaux.
 - 2016, ouvertures de 5 restaurants en franchise.
 - 2017, ouvertures de 4 restaurants en franchise.
 - 2018, ouvertures de 7 restaurants dont 6 détenus par des franchisés et une succursale.
 - 2019, ouvertures de 10 restaurants dont 9 détenus par des franchisés et une succursale.
 - 2020, ouvertures de 13 restaurants dont 11 détenus par des franchisés et 2 succursales.
 - 2021, ouvertures de 10 restaurants dont 2 détenus par des franchisés et 8 succursales.
 - 2022, ouvertures de 11 restaurants détenus par des franchisés.
- **Contact franchise et développement :**
M. Antoine BARAT
(Fondateur et gérant)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 14
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 46
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 11

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 4000 actifs
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 960
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 590

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Chez EAT SALAD il n'existe pas de profil type, mais nous recherchons des franchisés ayant l'esprit d'entrepreneur, de commerçant et de manager possédant un sens aigu du relationnel. Des franchisés sachant former et motiver leurs collaborateurs, animé d'une passion pour la restauration et le commerce. Le franchisé doit être capable d'intégrer un réseau, de maximiser le concept, par un respect du savoir-faire et des process.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 280 heures.

1, rue René-Clair
BP 17
91350 GRIGNY CEDEX
Tél. 01 69 02 57 70
Mail : ecotel@ecotel.fr
Site web : www.ecotel.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fournitures et équipements pour l'hôtellerie, la restauration, la collectivité
- **Création de l'enseigne :** 1972
- **Ouverture de la première franchise :** 1976
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En franchise depuis 1976. 33 franchisés sont propriétaires de la franchise.
1984, création d'une centrale de services.
1993, création d'une centrale d'achats et de logistique (STOCOTEL).
2000, filiale d'ECF.
2003, développement d'un nouveau concept de magasin, nouvelle charte graphique ; développement de la franchise à l'international sous l'enseigne RESTOFAIR.
2004, mise en application du nouveau concept sur les deux franchisés détenus par ÉCOTEL.
2006, développement de l'univers Mobilier.
2013, création du réseau Restofair International.
2017, acquisition du groupe Saxod et de Pyrénées Équipement Hôtelier (PEH).
- **Contact franchise et développement :**
M. Laurent FELTEN
(Directeur de la franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** NC
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 300 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 800 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 175

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Expérience commerciale dans le BtoB, capacité de gestion d'une affaire de distribution, intérêt pour la gestion et l'animation d'un espace de vente. Connaissance du milieu de la restauration.
- **Durée du contrat :** 3 ans
- **Droit d'entrée :** 23 000 € HT
- **Redevances directes :** De 370 à 1200 € HT / mois
- **Redevances indirectes :** Publicité, environ 2 % du CA
- **Autres obligations financières :** 80 % des achats du franchisé doivent être réalisés auprès des fournisseurs référencés par le franchiseur.
- **Formation proposée :** Produits : à la demande des franchisés et avec un minimum de 5 participants.

ELANCIA

24, rue des Frères-Montgolfier
63170 AUBIÈRE
Tél. 04 73 28 70 91
Mail : contact@elancia.fr
Site web : www.elancia.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Centres de remise en forme, salles sport santé labellisées
- **Création de l'enseigne :** 2003
- **Ouverture de la première franchise :** 2016
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2003, création d'ELANCIA.
2016, accélération du développement (acquisition de huit salles), labellisation « Salle Sport Santé », lancement de la Franchise.
2018, classement N° 1 des meilleures enseignes pour leurs qualités de service dans la catégorie Fitness du palmarès *Capital* 2018.
2020, ouvertures de trois nouvelles salles franchisées et de quatre succursales sur le territoire.
2021, ouvertures de deux nouvelles salles succursales.
2022, prix de la « Meilleure satisfaction client 2022 » bronze, catégorie salle de sport; ouverture d'une nouvelle salle succursale.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Deborah COUYRAS
(Développeur Enseigne)
deborah.couyras@elancia-siege.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 34
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 20
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 300 et 650 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 350 et 500
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 300 et 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Personnes passionnées de sport, particulièrement sensibles au Sport Santé avec des compétences de gestion financière et commerciale. Souhaite partager son envie de la pratique sportive et de ses bienfaits.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 29 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Oui.

ÉLÉPHANT BLEU

15, rue du Travail
ZI – BP 147
67723 HOERDT CEDEX
Tél. 03 90692369
Mail : france@hypromat.com
Site web : <https://franchise.elephantbleu.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Installation et exploitation de centres de lavage en libre-service
- **Création de l'enseigne :** 1987
- **Ouverture de la première franchise :** 1987
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1973, création de la société. Le premier centre de lavage voit le jour à Besançon en 1975. 1987, création de la franchise ÉLÉPHANT BLEU. 2008, lancement du portique automatique exclusif breveté avec le pré-lavage des brosses. Ouverture en 2019 du premier DRIVE ÉLÉPHANT BLEU, nouveau concept de lavage tunnel. Aujourd'hui, ÉLÉPHANT BLEU compte près de 460 centres en France et a lancé son application mobile de paiement en 2022.
- **Contact franchise et développement :**
M. Édouard VIENNE
(Responsable Animation Réseau)
M. Laurent DESCHAMPS
(Responsable Développement Commercial)
M. Jean-Christophe ROGEZ
(Responsable Réseau Franchise)
Mme Solen ECKLE
(Responsable Marketing groupe)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 53
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 403
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 5 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux, voie à forte circulation locale
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 175
- **Apport personnel en K€ :** 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur dynamique et doté d'une capacité à gérer une activité commerciale. Investisseur recherchant un produit à forte rentabilité. Exploitant indépendant souhaitant alléger les contraintes d'exploitation. Ouverture d'esprit et sensibilité aux problématiques environnementales et de gestion des ressources.
- **Durée du contrat :** 5 ans + 4 renouvelables par période de 3 ou 5 ans
- **Droit d'entrée :** De 7 000 € HT à 16 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Approvisionnement exclusif auprès du franchiseur pour les consommables
- **Formation proposée :** Formation incluse dans le droit d'entrée : formation commerciale ; formation technique « Comment garantir le bon fonctionnement de mon centre ».

ERA IMMOBILIER

18, rue Mansart
78000 VERSAILLES
Tél. 01 39 24 69 00
Mail : developpement@erafrance.com
Site web : www.bien-entreprendre.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau d'agences immobilières
- **Création de l'enseigne :** 1972
- **Ouverture de la première franchise :** 1993
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 1972 à Kansas City (EU), ERA IMMOBILIER est aujourd'hui un des plus importants réseaux de franchise d'agences immobilières dans le monde. Son activité démarre en France en 1993. Au sein du réseau, la formation est un sujet clé. Les agents immobiliers sont formés grâce à une large palette de stages qui leur permet de répondre aux exigences de la profession.
- **Contact franchise et développement :**
Mme SANDY USSON
(Coordinatrice Expansion)
sandy.usson@erafrance.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 500
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 325
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 130

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Éligibilité à la carte professionnelle.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 28 500 € HT
- **Redevances directes :** Redevance d'exploitation proportionnelle dégressive de 6 à 2 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Fonds national de communication (FNC) : de 2 % à 0,5 % du CA HT (gratuit au-delà de 1,3 M€)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC.

ESPACES ATYPIQUES

1 bis, avenue de la République
75011 PARIS
Tél. 01 85 73 66 19
Mail : franchise@espaces-atypiques.com
Site web : <https://www.espaces-atypiques.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Agence immobilière
- **Création de l'enseigne :** 2008
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En 2008 Julien Haussy quitte tout pour ouvrir une agence immobilière spécialisée dans la vente de biens atypiques. Il s'entoure d'une équipe composée de personnes issues d'horizons variés, ayant pour point commun une forte sensibilité, la passion pour l'immobilier hors normes et la satisfaction client. Quatre années plus tard, face à l'engouement, le fondateur décide d'ouvrir deux agences à Marseille et à Lyon.

À chaque fois, le succès est au rendez-vous. Aussi, désireux d'étendre sa présence en France tout en préservant les valeurs propres au concept, Julien Haussy décide de continuer le développement en franchise avec Bordeaux au printemps 2014 puis de nombreuses autres agences ont suivi. Début 2022, le groupe compte 71 agences.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Alexandra HYRON
(Directrice Générale)
alexandra.hyron@espaces-atypiques.com
Mme Kathline MORINO
(Chargée de missions)
kathline.morino@espaces-atypiques.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 25
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 46
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 1 département
- **Emplacement :** Centre-ville, centre de la ville principale du département, dans le quartier branché ou « arty », rue ou fond de cour.
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Les candidats à la franchise ESPACES ATYPIQUES doivent disposer d'un fort sens commercial, d'aptitudes managériales, d'une passion pour l'architecture, la décoration, le design, d'une sensibilité artistique et d'un sens élevé du service.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 300 € mensuel pour le référencement (SEA) + 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Durée : 21 jours. Coût inclus dans le droit d'entrée.

EUROPCAR INTERNATIONAL

13 ter, boulevard Berthier
75017 PARIS
Tél. 01 70 69 67 40
Mail : athene.chanter@europcar.com
Site web : www.europcar.com



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2021

- **Activité :** Location de véhicules
- **Création de l'enseigne :** 1949
- **Ouverture de la première franchise :** 1949
- **Étapes marquantes de son évolution :**

EUROPCAR INTERNATIONAL est une filiale de Europcar Mobility Group. Elle négocie et gère les contrats internationaux du groupe (notamment les contrats de franchise) et les alliances. Une autre filiale du groupe, Europcar France S.A.S., a pour activité principale la location de véhicules automobiles à court terme en France. Les origines du groupe remontent à 1949, avec la création de la société de location de voitures L'Abonnement Automobile. En 1965, le groupe fusionne avec Système Europcars pour former la Compagnie Internationale Europcars. Après son rachat par Renault en 1970, le groupe se développe dans toute l'Europe, notamment à travers de nouvelles filiales et par l'acquisition de branches d'activités existantes.

- **Contact franchise et développement :**
M. Christophe CHIROSSEL
(Responsable relation franchise, France)
christophe.chirossel@europcar.com
M. Mark LISTER
(Group Director Intl Franchise)
mark.lister@europcar.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 258
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 142
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** NC
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

3, rue Marius-Hué
91370 VERRIÈRES-LE-BUISSON
Tél. 01 69 32 00 83
Mail : franchise@ewigo.com
Site web : www.ewigo.com

LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Agences automobiles, spécialisées dans les transactions automobiles d'occasion entre particuliers
- **Création de l'enseigne** : 2013
- **Ouverture de la première franchise** : 2014
- **Étapes marquantes de son évolution** :
Création de l'agence pilote à Palaiseau en 2013 et signature de la première agence du réseau en 2014.
2015, 30 agences constituent le réseau.
2016, EWIGO devient le réseau n° 1 d'agences automobiles et compte 70 agences. Création d'un centre de formation dédié au métier. *L'Indicateur de la Franchise* nous attribue le label réseau d'Or mais également réseau de l'année décerné par la Caisse d'Épargne.
2017, premier franchisé multi-agences. Nouveaux partenariats. Adhésion du réseau à la Fédération Française de la Franchise.
2018, près de 80 agences : stabilisation du réseau et renforcement de l'offre.
Février 2019, lancement du format concession by ewigo.
Fin 2022, 115 agences. EWIGO élu meilleure chaîne de magasins, meilleure franchise de l'année, meilleure relations clients de l'année.
- **Contact franchise et développement** :
M. Florent BARBOTEAU
(Président-fondateur)
franchise@ewigo.com

EWIGO

Le réseau N°1 d'agences automobiles

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 115
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 22

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : NC
- **Emplacement** : N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente** : Entre 50 et 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : NC
- **Apport personnel en K€** : NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : Entre 85 et 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Commercial et manager.
- **Durée du contrat** : 6 ans
- **Droit d'entrée** : 30 000 €
- **Redevances directes** : 900 €/mois la première année et 1 200 €/mois les années suivantes
- **Redevances indirectes** : 250 €/mois la première année et 350 €/mois les années suivantes
- **Autres obligations financières** : Informatique : 105 €/mois
- **Formation proposée** : Cinq semaines.

FAMILY SPHERE

21, rue André-Allar
13015 MARSEILLE
Tél. 06 65 23 07 23
Mail : developpement@family-sphere.fr
Site web : www.family-sphere.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Garde d'enfants dès la naissance jusqu'à 14 ans au domicile des parents
- **Création de l'enseigne :** 2006
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**

2006, création du réseau FAMILY SPHERE, référent de la garde d'enfants périscolaire à domicile, par des créateurs aux parcours variés unis par les mêmes valeurs : la qualité, la souplesse et la proximité, et qui partagent la même vision de l'entreprise et du service.

2019, FAMILY SPHERE devient une enseigne du groupe ViaSphere, leader sur le marché du Service à la personne.

2021, l'enseigne se développe en zone semi-rurale avec le concept de micro-franchise, un format allégé avec beaucoup d'avantages pour les franchisés qui permet de répondre aux besoins de toutes les familles.

2022, le Groupe développe l'Académie FAMILY SPHERE, afin de déployer le projet pédagogique de l'enseigne qui repose sur l'autonomie, le développement durable et la créativité.

Une politique sociale importante est également mise en place.

- **Contact franchise et développement :**
M. Frédéric FERET
(Responsable Développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 102
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 70 000 habitants
- **Emplacement :** N° 2, ou 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 40 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 25 à 35
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 70 à 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Savoir manager une équipe ; savoir recruter : avoir un esprit d'entrepreneur indépendant ; être rigoureux et soucieux de qualité sans nécessairement venir du milieu du service à la personne.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 3,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Commercial, Communication, Pilotage d'agence, RH, Qualité et beaucoup d'autres !

FEU VERT

11, allée du Moulin-Berger
CS 70164
69134 ÉCULLY CEDEX
Tél. 04 26 10 58 00
Mail : recrutement.franchise@feuvert.fr
Site web : www.franchisefeuvert.fr

Feu Vert

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Centre auto
- **Création de l'enseigne :** 1972
- **Ouverture de la première franchise :** 1979
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1972, naissance de FEU VERT à Lyon.
 - 1990, le concept s'internationalise avec la création de la filiale espagnole FEU VERT IBERICA.
 - 1998, reprise des centres Auto Service du groupe CASINO.
 - 2000, reprise du réseau espagnol de centres auto DELAUTO.
 - 2002, reprise des centres auto du réseau CARREFOUR.
 - 2005, le réseau ouvre son premier centre auto au Portugal.
 - 2007, reprise des centres VIDANGE et SOINS AUTO CARREFOUR, et lancement du concept FEU VERT SERVICES.
 - 2012, lancement de l'offre FEU VERT ENTREPRISES.
 - 2018, lancement de l'offre « Mon Contrat d'entretien ».
 - 2020, signature d'un accord avec ANDANNABIKE pour l'entretien rapide des motos et scooters.
 - 2020, FEU VERT et eBay lancent un service de montage de pneus en 1 clic.
- **Contact franchise et développement :**
 - M. Aymeric GRISON
(Responsable Développement)
recrutement.franchise@feuvert.fr
 - Mme Méline COMPARD
(Chargée de Recrutement Franchise)
recrutement.franchise@feuvert.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 170
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 177
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 800 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 400
- **Apport personnel en K€ :** 120
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 650

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** Dégressif en fonction du CA HT : entre 3,84 et 5 %
- **Redevances indirectes :** 2,5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Formation initiale : 5 700 € HT
- **Formation proposée :** Formation pratique avant ouverture de 8 à 12 semaines en centre auto inclus, formation informatique et 1 semaine au siège social.

FIRMIN

39, cours Saint-Georges
24000 PÉRIGUEUX
Tél. 05 47 46 80 48
Mail : gregoryfourey@franchise-firmin.com
Site web : www.boulangerie-firmin.com



BOULANGERIE RESTAURATION

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Boulangerie traditionnelle et de restauration rapide à la française reposant sur une offre 3+1 gratuit sur tout, tout le temps
- **Création de l'enseigne :** 2006
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
FIRMIN, concept de boulangerie et de restauration créé en 2006, par Grégory Fourey, compte aujourd'hui 500 collaborateurs et bientôt 50 points de vente ! Un concept fort qui réunit en un seul endroit la boulangerie, la pâtisserie, la restauration rapide avec un système de vente fondé sur le 3+1 OFFERT, sur tout, tout le temps. Tous nos pains sont pétris, façonnés, et cuits sur place, par nos équipes, rigoureusement formées selon nos recettes et nos méthodes. L'enseigne est présente à l'international : Madrid, Belgique, Tahiti, Guadeloupe (2 boulangeries), Île de La Réunion... et 8 ouvertures ont été réalisées en 2022.
- **Contact franchise et développement :**
M. Grégory FOUREY
(PDG)
gregoryfourey@boulangerie-firmin.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 41
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 9

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant dans l'âme, manager d'équipe, gestionnaire de centre de profit, cadre supérieur ou manager terrain.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 0,5% du CA HT (redevance marketing)
- **Formation proposée :** 1 à 3 mois

FITNESSBOUTIQUE

420, boulevard de Charavines
38500 VOIRON
Tél. 04 58 17 28 51
Mail : franchise@fitnessboutique.fr
Site web : franchise.fitnessboutique.fr/



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente et conseils sur les appareils de fitness et musculation, sur les compléments alimentaires et sur les accessoires pour tous les sportifs
- **Création de l'enseigne :** 1999
- **Ouverture de la première franchise :** 2004
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1999, création de la société et lancement du site Internet marchand www.fitnessboutique.fr.
 - 2004, premier magasin à Issy-les-Moulineaux.
 - 2009, ouverture du premier magasin pilote 100 % diététique en centre-ville de Grenoble.
 - 2011, ouverture des deux premiers magasins franchisés à Avignon et Fréjus.
 - 2012, ouverture des premières franchises en Outre-Mer et à l'étranger.
 - 2014, lancement du service Click & Collect.
 - 2015, lancement de la gamme Harder, première participation au salon mondial du Body Fitness.
 - 2016, lancement du nouveau concept FITNESS-BOUTIQUE.
 - 2019, déménagement dans le nouveau siège de 2 500 m² toujours situé à Voiron (38). Le réseau compte 117 magasins.
- **Contact franchise et développement :**
 - Mme Nathalie ROBERTO
(Responsable Opérations Réseaux)
franchise@fitnessboutique.fr
 - M. Vincent INGALA
(Assistant Développement Réseau Franchise)
franchise@fitnessboutique.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 42
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 69
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 270
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 150 et 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des investisseurs exploitants, commerçants et bons gestionnaires. Aptitude à manager, avoir le sens du service client, avoir du leadership et être passionné par l'univers de la vente.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 7 000 à 14 000 € HT
- **Redevances directes :** 4,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3 000 € de frais de communication
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Quatre semaines de formation initiale (au siège et en magasin).

FLUNCH

Département FRANCHISE
4, rue de l'Espoir
59260 LEZENNES
Tél. 03 20 43 59 59
Mail: jeancharles.lambert@flunch.fr
Site web : www.flunch.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration en libre-service
- **Création de l'enseigne :** 1971
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**
L'enseigne FLUNCH est un des principaux acteurs de la restauration libre-service en France et présente en France, en Italie. Le premier restaurant a ouvert dans le centre commercial d'Englos (métropole lilloise) en 1971. En 1999, l'enseigne lance un réseau de franchisés qui compte aujourd'hui plus de 50 implantations. À ce jour, 150 restaurants sont ouverts 7/7j.
- **Contact franchise et développement :**
M. Jean Charles LAMBERT
(Responsable Développement Franchise)
jeancharles.lambert@flunch.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 100
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 50
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 650 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 400 à 2 500
- **Apport personnel en K€ :** 150 min.
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Des investisseurs exploitants, commerçant, manager, charismatique, leader, formateur, gestionnaire, aimant les clients.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA TTC
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA TTC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale et continue pour le franchisé, son encadrement et les équipes de restaurant. Outil d'e-learning à disposition.

FRANCK PROVOST

104, avenue Charles-de-Gaulle
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. 01 45 61 69 70
Mail : marie.boudin@provalliance.fr
Site web : www.franckprovost.com

FRANCK
PROVOST
PARIS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Coiffure
- **Création de l'enseigne :** 1975
- **Ouverture de la première franchise :** 1995
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Monsieur Yvon PROVOST fonde en 1975 la société FRANCK PROVOST COIFFURE. Cette entreprise a pour objet de promouvoir et développer la marque FRANCK PROVOST COIFFURE pour l'exploitation d'un réseau en franchise au niveau national et international. Suite à la création d'une joint venture entre le groupe REGIS CORPORATION et la société FRANCK PROVOST SAS, le 1^{er} février 2008, le groupe devient PROVALLIANCE, leader français de la coiffure. En 2021, PROVALLIANCE trouve un nouveau partenaire, CORE EQUITY qui acquiert une partie de son capital. Coiffeur Officiel des Femmes, Franck Provost propose des collections faciles à vivre et glamour. Les équipes formées à toutes les techniques exclusives vous accueillent dans un décor élégant et raffiné.
- **Contact franchise et développement :**
M. Matthieu MAUTHÉ
(Directeur de la Franchise et du Développement)
M. Cédric LOSDAT
(Directeur Général BU Coiffure)
M. Franck DELAMOTTE
(Directeur Suivi Réseau Franck Provost)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 180
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 323
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville et centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 30 (en moyenne)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Coiffeur, investisseur
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :**
 - 1 250 à 1 350 € HT puis 3 % par an en centre-ville,
 - 1 450 à 1 650 € HT puis 3 % par an en centre commercial
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale + permanente et décentralisée pour les managers et leur équipe. Possibilité de stages illimités au Centre de Perfectionnement.

FRANPRIX

123, quai Jules-Guesde
94400 VITRY-SUR-SEINE
Mail : franchise@franprix.fr
Site web : <https://franchise.franprix.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Commerce de proximité
- **Création de l'enseigne :** 1958
- **Ouverture de la première franchise :** 1958
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1958, création de FRANPRIX par Jean Baud, fils d'épiciers de Choisy-le-Roi.
 - 1989, intégration des produits Leader Price.
 - 1997, entrée au capital du groupe Casino (rachat total en 2007).
 - 2004, ouverture du 1^{er} magasin en province à Lyon.
 - 2006, ouverture du 500^e magasin.
 - 2011, ouverture du premier magasin à Marseille.
 - 2015, déploiement du concept Mandarine.
 - 2018, lancement du concept Darwin « magasin lieu de vie ».
 - 2021, lancement d'un plan ambitieux de développement du réseau en province.
 - 2022, ouverture du 1 000^e magasin.
 - 2023, poursuite de la conquête de nouveaux territoires en franchise, principalement sur la grande Région parisienne, les Pays de la Loire, le Rhône-Alpes ainsi que l'Arc méditerranéen.
- **Contact franchise et développement :**
 - M. Marc KONE
(Chargé de recrutement franchise)
mkone@franprix.fr
 - M. Nicolas VANDENBORRE
(Directeur Recrutement Franchise)
nvandenborre@franprix.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 184
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 886
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 150

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 5 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 180 à 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 200 à 2 300
- **Apport personnel en K€ :** 100 à 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 400 à 1 000

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Professionnels avec plusieurs années d'expérience de direction dans le secteur de la distribution, professionnels dans la restauration rapide ou traditionnelle, commerçant issu d'un secteur d'activité différent et investi dans la vie de quartier
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 10 000 €
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Dépôt de garantie sur stock
- **Formation proposée :** Minimum 4 semaines : mix entre formation théorique à notre académie et immersion en magasin.

FRENCH COFFEE SHOP

401, avenue Vulcain
33260 LA TESTE-DE-BUCH
Tél. 06 50 63 61 44
Mail : contact@frenchcoffeeshop.com
Site web : <https://frenchcoffeeshop.com/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Réseau de coffee-shops
- **Création de l'enseigne :** 2002
- **Ouverture de la première franchise :** 2004
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2002, création de la marque par Fabienne et Daniel Videcoq qui rentrent des États-Unis.
2004, développement en réseau via des contrats de partenariat.
2020, cession du réseau à Pierre et Carole Stupfel, anciens exploitants. Restructuration interne et transition vers un contrat de Franchise. Optimisation des magasins et de leurs comptoirs pour faciliter la pratique métier.
2022, rebranding et relance du développement.
2023, mise en place d'une redevance de communication et digitalisation du réseau.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Carole STUPFEL
contact@frenchcoffeeshop.com
P 06 50 63 61 44

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 53
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 en centre-ville ou en centre commercial
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 350
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 220

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçants, dynamiques, motivés, appétence pour la gestion, reconversion professionnelle.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 24 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 2 semaines de formation initiale.

GAUTIER

Rue Georges-Clémenceau
BP 10
85510 LE BOUPÈRE
Tél. 02 51 61 40 00
Mail : developpement@gautier.fr
Site web : www.franchise.gautier.fr

GAUTIER
Meublez, Vivez

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fabricant de meubles
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2005
- **Étapes marquantes de son évolution :**
L'entreprise propose aujourd'hui du mobilier pour toutes les pièces de la maison: salons, séjours, chambres à coucher adultes, et enfants, rangements.... Dotée d'un savoir-faire unique, la marque GAUTIER se différencie avec une équipe de designers intégrés qui écrivent chaque jour l'histoire de la marque en proposant des créations au design novateur et pensées pour s'intégrer parfaitement à nos espaces de vie. Répondant à de très hautes exigences de qualité, le mobilier GAUTIER est conçu et fabriqué en Vendée où l'entreprise possède 3 sites de production. GAUTIER emploie 750 salariés et est présent dans plus de 60 pays dans le monde avec son réseau de 120 magasins.
- **Contact franchise et développement :**
M. David SOULARD
(Directeur général)
M. Jean-Pierre CORDIER
(Directeur du réseau de magasins France)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 8
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 68
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 150 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des personnes dynamiques et passionnées souhaitant s'investir dans une aventure professionnelle et humaine enrichissante.
Des personnes ayant une âme d'entrepreneur, de gestionnaire ou de manager rêvant de devenir leur propre patron ou de gérer leur entreprise, ayant le sens du commerce et de la relation client et passionnées par l'univers de la vente ou de l'habitat ainsi que de l'aménagement d'intérieur et la décoration.
- **Durée du contrat :** 6 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** Communication locale : 2 % sur le CA vente. Communication nationale : 4 % sur les factures achats.
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** deux semaines en entreprise pour deux personnes. Coût inclus dans le droit d'entrée. Centre de formation interne agréé Qualiopi.

Route de Chaudron
49111 SAINT-PIERRE-MONTLIMART
Tél. 02 41 75 38 59
Mail : mlorioux@gemo.fr
Site web : gemo.fr

LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2021

- **Activité :** GÉMO, enseigne française propose une offre de vêtements, chaussures et accessoires pour toute la famille dans un concept fun, moderne et connecté
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**
GÉMO, entreprise familiale française, créée en 1991, appartient au groupe ERAM, fondé par Xavier Biotteau, actuel président du groupe ERAM avec son épouse.

Notre mission, notre passion et notre savoir-faire chez GÉMO, c'est de concevoir et distribuer des chaussures et vêtements pour habiller toute la famille. GÉMO est présent avec 440 magasins en France et à l'international.

- **Contact franchise et développement :**
M. Romain REVEILLE
(Directeur développement)
rreveille@gemo.fr
Mme Géraldine MARC
(Responsable organisation)
gmarc@gemo.fr

GÉMO

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 333
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 71
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 4 semaines

GÉNÉRALE D'OPTIQUE

Site Immontigny, bât. Éole
1, rue Jean-Pierre-Timbaud
CS 30729
78060 SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES CEDEX
Tél. 01 30 13 81 91
Mail : ouverturefranchise@grandvision.fr
Site web : www.generale-optique.com

Generale d'Optique 

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Opticien. Fournisseur d'optique de détail
- **Création de l'enseigne :** 1993
- **Ouverture de la première franchise :** 2002
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Depuis 27 ans nous revendiquons notre combat pour « la fin des lunettes chères » en misant sur des produits de qualité aux meilleurs prix. Notre concept, qui continue de bousculer les idées reçues, reste le socle de nos convictions et ce n'est pas près de s'arrêter. C'est pourquoi Générale d'Optique s'engage à offrir à chacun le plaisir de bien voir car bien voir est un droit.
1993, création de Générale d'Optique.
2002, lancement de la franchise.
2005, première campagne TV.
2014, ouverture de la 200^e franchise.
2018, ouverture du 600^e magasin du réseau.
2021, nouveau concept architectural.
2023, Générale d'Optique fête ses 30 ans et le réseau Franchise ses 20 ans !
- **Contact franchise et développement :**
M. Emmanuel COUTEAU
(Directeur Franchise GRANDVISION)
ouverturefranchise@grandvision.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 388
- **Nombre d'unités franchisées :** 286
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 18

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À définir selon le contrat
- **Emplacement :** Zone commerciale, retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 340

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Opticien diplômé ou non, ayant géré un centre de profit avec une expérience en management et en gestion.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT (redevance d'enseigne), et 6 % du CA HT (communication nationale).
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Approvisionnement exclusif
- **Formation proposée :** Selon les besoins du franchisé, nous assurons un accompagnement adapté et personnalisé allant de 4 à 6 jours de formation avant l'ouverture du magasin

GÉNÉRALE DES SERVICES

GROUPE GDS EXPANSION

43, avenue du Grésillé

49000 ANGERS

Tél. 02 41 34 13 43

Mail : franchise@generaledesservices.com

Site web : www.generaledesservices.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Concept multispécialiste d'agences de services à la personne à destination des actifs et des personnes âgées ou en situation de handicap
- **Création de l'enseigne :** 1999
- **Ouverture de la première franchise :** 2008

Étapes marquantes de son évolution :

Créé il y a plus de 20 ans, l'enseigne GÉNÉRALE DES SERVICES multiplie les récompenses et les reconnaissances. Après avoir reçu le Ruban d'Or franchiseur en 2021, le réseau a été élu cette année parmi les meilleurs franchiseurs européens et fait de nouveau partie du palmarès des meilleures enseignes décerné par le magazine *Capital* pour sa qualité de service. À travers ses 80 agences de proximité réparties sur tout le territoire national, l'enseigne repose sur un concept de guichet unique proposant une offre particulièrement large de services à destination des particuliers : ménage / repassage, garde d'enfants, jardinage, petit bricolage, aide aux personnes âgées ou en situation de handicap, téléassistance, accompagnement / transport et courtage travaux. S'appuyant sur une expertise forte de la Silver économie, l'enseigne propose des solutions innovantes (gérontechnologies) permettant de favoriser le maintien à domicile de ses clients âgés. Le réseau emploie plus de 2 500 salariés, accompagne plus de 25 000 familles et réalise plus de 2 000 000 heures de prestation.

Contact franchise et développement :

M. Jean-Pierre PAVY

(Directeur Développement)

pavy@gdservices.fr

Mlle Elba VILLATE

(Assistante développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 70
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 18

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 50 000 à 150 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, n° 2
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 800 et 1 200
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 80 et 110

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Compétences managériales et commerciales. Fortes dispositions humaines et sociales. Personnalité dynamique et ambitieuse.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT, dégressif jusqu'à 1,5 %
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 7 semaines de formation. Assistance à l'ouverture : 10 jours (ouvrés). 2 séminaires par an, 2 réunions régionales par an et une convention tous les deux ans.

GRANDOPTICAL

Site Immontigny, bât. Éole
1, rue Jean-Pierre-Timbaud
CS 30729
78060 SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES CEDEX
Tél. 01 30 13 81 91
Mail : ouverturefranchise@grandvision.fr
Site web : www.grandoptical.com

GrandOptical
RIEN N'EST TROP GRAND POUR MOI

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Opticien. Fournisseur d'optique de détail
- **Création de l'enseigne :** 1989
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Un concept fort. Un positionnement serviciel unique. Depuis plus de 30 ans, l'enseigne GrandOptical propose sa vision de l'optique dans ce qu'elle a de meilleur : l'expertise, l'innovation, les services et le choix.
SA MISSION : offrir à chacun le plaisir de bien voir.
1989, premier magasin en région parisienne (centre commercial Belle-Épine).
2007, ouverture de la franchise GrandOptical.
2016, lancement du nouveau concept architectural.
2019, GrandOptical fête ses 30 ans et création d'un concept store « light ».
- **Contact franchise et développement :**
M. Emmanuel COUTEAU
(Directeur de la Franchise GrandVision France)
ouverturefranchise@grandvision.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 139
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 79
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À définir selon le contrat
- **Emplacement :** N° 1 en centre-ville, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 100
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Opticien diplômé ou non, ayant géré un centre de profit avec une expérience en management et en gestion.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT (redevance d'enseigne), et 6 % du CA HT (communication nationale).
- **Redevances indirectes :** Redevance de communication locale : 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Selon les besoins du franchisé, nous assurons un accompagnement adapté et personnalisé allant de 4 à 8 jours de formation avant l'ouverture du magasin.

GUY HOQUET L'IMMOBILIER

Paris Porte de Gentilly
39, avenue Paul Vaillant-Couturier
94250 GENTILLY
Tél. 01 75 64 01 88
Mail : entreprendre@guy-hoquet.com
Site web : www.guy-hoquet.com

GUY HOQUET

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau d'agences immobilières
- **Création de l'enseigne :** 1992
- **Ouverture de la première franchise :** 1994
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Depuis sa création en 1994, GUY HOQUET L'IMMOBILIER s'est imposé comme un acteur incontournable du marché immobilier. Avec 580 agences et cabinets d'affaires répartis sur le territoire français, mais aussi à l'international, le groupe est aujourd'hui le troisième réseau d'agences immobilières franchisées en France. Il a choisi de rompre avec l'image traditionnelle de l'agent immobilier pour devenir un véritable partenaire tout au long du parcours immobilier grâce à une ligne de conduite qui privilégie l'humain et un socle de « Garanties » unique sur le marché. En 2019, GUY HOQUET L'IMMOBILIER a rejoint le groupe Arche pour poursuivre son développement sur le territoire et intégrer de nouveaux services.

- **Contact franchise et développement :**
M. Samir NADJAI
(Directeur du développement)
s.nadjai@guy-hoquet.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 580
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 60

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 15 000 habitants à 30 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 60 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 380
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 105

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Cadres en reconversion de tous secteurs d'activité, collaborateurs d'agences immobilières, patrons d'agences indépendantes.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 18 500 € HT
- **Redevances directes :** 690 € HT / mois + 4 %
- **Redevances indirectes :** 290 € HT / mois + 1 %
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Douze semaines. Formation théorique centralisée, formation pratique en agence et accompagnement individualisé à l'élaboration de projet.

HAPPY

145, rue Jean-Jacques Rousseau
92130 ISSY-LES-MOULINEAUX
Tél. 01 80 00 20 34
Mail : developpement@emova-group.com
Site web : www.happy.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fleuriste moderne et tendance
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 2005 par le Groupe Monceau Fleurs (devenu EMOVA GROUP), l'enseigne a bousculé les standards de la vente de fleurs avec son concept unique et décalé. HAPPY est la marque précurseur sur son marché, ancrée dans la tendance. C'est un concept de magasin qui répond parfaitement aux attentes de la cible urbaine à qui il offre une expérience empreinte de fun, d'art et d'impertinence. HAPPY propose des produits inédits dans l'univers floral.

Les valeurs de l'enseigne: inattendu, design et exploration.

- **Contact franchise et développement :**
M. Olivier GINOUX
(Directeur développement immobilier et technique)
o.ginoux@emova-group.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 15
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville dynamique en commerce de proximité
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :**
À partir de 180

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Jeunes entrepreneurs, provenant d'horizons différents, grande distribution, anciens cadres, etc. L'important est d'avoir un esprit entrepreneur et commerçant. Il n'y a pas besoin de connaissances horticoles.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 10 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** 5 000 € (formation et assistance à l'ouverture)
- **Formation proposée :** Huit semaines de théorie et pratique.

HELP CONFORT

45, rue Maurice-Berteaux
78600 LE MESNIL-LE-ROI
Tél. 01 74 08 65 53
Mail : franchise@helpconfort.com
Site web : <https://www.helpconfort.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Dépannages et services d'urgence à domicile (plomberie, serrurerie, électricité, vitres) et en entreprises
- **Création de l'enseigne :** 2000
- **Ouverture de la première franchise :** 2009
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 2000, création de la première agence spécialisée dans le dépannage d'urgence,
 - 2009, relance du réseau,
 - 2015, élargissement de l'offre aux petits travaux de rénovation (amélioration de l'habitat) et aux volets roulants,
 - 2016, rachat de HELP CONFORT par AXEO SERVICES et intégration au groupe LA POSTE,
 - 2017, rachat de l'agence de Saint-Nazaire et création du point pilote, structuration de la tête du réseau, refonte total de la formation initiale et accélération du développement en franchise,
 - 2018, lancement de la nouvelle charte graphique,
 - 2019, déploiement de Ximi,
 - 2020, lancement des avis client et nouveau site internet,
 - 2021, HELP CONFORT DEVELOPPEMENT devient 100 % filiale du Groupe La Poste.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Léa BOURDY
(Responsable de développement)
lea.bourdy@helpconfort.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 60
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 25 000 à 300 000 habitants
- **Emplacement :** Saisie libre, zone artisanale ou industrielle
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 200 la première année et ensuite 500 K€ en moyenne
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 90

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commercial et manager ayant la fibre du bâtiment.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 26 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Quatre semaines.

HIPPOPOTAMUS

GROUPE FLO
55, rue Deguingand
92300 LEVALLOIS-PERRET
Tél. 01 53 45 83 83
Mail : franchisehippopotamus@groupeflo.fr
Site web : www.hippopotamus.fr



Steakhouse à la française.

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Steak House à la française. Spécialiste de la viande grillée
- **Création de l'enseigne :** 1968
- **Ouverture de la première franchise :** 1988
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créé à Paris en 1968, HIPPOPOTAMUS est devenu la référence des restaurants grill en France. La première unité ouvre ses portes le 1^{er} juin 1968 avenue Franklin-Roosevelt à Paris. En 1992, le Groupe Flo acquiert l'enseigne HIPPOPOTAMUS. En 2017, le Groupe Bertrand devient actionnaire majoritaire et fait évoluer la marque en Steak House à la française. 70 rénovations ont déjà été réalisées qui engendrent 25 % de croissance en CA net HT.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe HERY
(Directeur général)
Mme Naoual MERHFOUR
(Directrice développement de la franchise)
M. Bruno GUINEBRETIÈRE
(Directeur de la franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 39
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 62
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 450 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 800
- **Apport personnel en K€ :** 100 à 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Les qualités du candidat recherché : commerçant ; gestionnaire ; manager ; entrepreneur. Restaurateurs souhaitant transformer leur restaurant ; investisseurs ; cadres supérieurs ; hôteliers souhaitant faire évoluer leur offre de restauration.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 + 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Frais de formation et d'assistance à l'ouverture : 15 000 € HT
- **Formation proposée :** 10 semaines de formation théorique et opérationnelle.

HOMEBOX

22-28, rue Henri-Barbusse
92110 CLICHY
Tél. 01 41 27 46 43
Mail : franchise@homebox.fr
Site web : www.homebox.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Location de box de stockage en libre-service pour particuliers et professionnels. Accès 6h/23h et 7 j/7, 100% sécurisé (sous vidéosurveillance et alarme).
- **Création de l'enseigne** : 1996
- **Ouverture de la première franchise** : 2006
- **Étapes marquantes de son évolution** :
Concept d'origine américaine, HOMEBOX a été fondée par Nicolas ROUSSELET, actuel président et PDG du Groupe Rousselet. La direction générale déléguée est assurée par Soukaïna ARHARBI et Vincent POIROT. Filiale du Groupe Rousselet, HOMEBOX est le leader français du self-stockage et pionnier de l'activité en France depuis sa création en 1996.
Numéro 2 européen avec un maillage de 154 agences et espaces de stockage, dont 125 en France, HOMEBOX est également présent dans cinq pays européens (Espagne, Suisse, Allemagne, Portugal et Andorre). En 25 ans, HOMEBOX s'est ainsi dotée d'un maillage territorial dense et unique sur le marché français du self-stockage.
- **Contact franchise et développement** :
M. Yoan Le Jaouen
(Responsable développement Franchise)
y.lejaouen@homebox.fr
M. Patrick LUCAS
(Directeur régional)
p.lucas@homebox.fr
Mme Laurie-Anne LAOU
(Assistante franchise)
la.laou@homebox.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 68
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 57
- **Créations d'unités franchisées ou affiliées en 2022** : 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement** : Périphérie, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente** : 2 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : Entre 300 et 400
- **Apport personnel en K€** : À partir de 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Propriétaire de bâtiment souhaitant sécuriser un investissement immobilier ou personne souhaitant investir dans du foncier et de l'immobilier.
- **Durée du contrat** : 7 ans
- **Droit d'entrée** : À partir de 20 K€ HT
- **Redevances directes** : 7% du CA HT
- **Redevances indirectes** : 3% du CA HT
- **Autres obligations financières** : Néant
- **Formation proposée** : Quatre semaines dont trois en immersion sur site.

HYDROPARTS ASSISTANCE

ECO RIVER PARC
30, rue des Peupliers
92000 NANTERRE
Tél. 01 56 05 20 45
Mail : contact@hydroparts-assistance.fr
Site web : www.hydroparts-assistance.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Maintenance, contrôle et dépannage de hayons élévateurs
- **Création de l'enseigne :** 2010
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Pionnier sur son marché depuis 2010, le concept HYDROPARTS Assistance a été développé par des professionnels du hayon élévateur, pour tous les professionnels utilisant des véhicules équipés de ce type d'appareil de levage : artisans, commerçants, déménageurs, gestionnaires de flottes, transporteurs, logisticiens... Devenu le 1^{er} réseau national d'entretien, contrôle et dépannage sur site des hayons élévateurs, HYDROPARTS Assistance se démarque ainsi des pratiques habituelles. En 2022 le réseau, adhérent à la FFF, compte 30 franchisés, intervenant sur plus de 80 départements.

- **Contact franchise et développement :**

Mlle Géraldine LERAUX
(Directrice Réseaux)

geraldine.leraux@dhollandia.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 30
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Départements
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 45

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le candidat devra disposer d'un esprit d'entreprise, de commerce et la capacité à développer commercialement son activité, d'une aptitude à évoluer dans un secteur technique, sens du service et disponibilité.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 6% du CA HT
- **Redevances indirectes :** 200€/mois (communication)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Six semaines. Théorie, pratique, formation technique et commerciale.

ACCOR
ACC 300
2, rue de la Mare-Neuve
91000 ÉVRY-COURCOURONNES CEDEX
Tél. 01 61 61 61 62
Mail :
accor.directionpartenairesfrance@accor.com
Site web : www.ibishotel.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie et restauration
- **Création de l'enseigne :** 1973
- **Ouverture de la première franchise :** 1974
- **Étapes marquantes de son évolution :**
IBIS, marque économique du groupe Accor, allie confort et qualité au meilleur prix. Créé en 1974, IBIS est le leader européen et la 4^e chaîne mondiale de l'hôtellerie économique avec plus de 1200 hôtels et 155 000 chambres dans 67 pays. La marque innove constamment pour proposer une expérience unique dans des hôtels contemporains, vibrants et conviviaux : le lit Sweet Bed by ibis offre un confort incomparable, les offres de restauration sont disponibles 24 h / 7 j et le réseau est équipé de produits d'hygiène écoresponsables. La signature « We are open » positionne chaque hôtel comme un lieu de vie qui invite chaque client, voyageur ou voisin à venir se détendre en musique, à travailler, à se retrouver autour d'un verre.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAOUI
(Directeur Développement Franchise)
philippe.bijaoui@accor.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 317
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

IBIS BUDGET

ACCOR
ACC 300
2, rue de la Mare-Neuve
91000 ÉVRY-COURCOURONNES CEDEX
Tél. 01 61 61 61 62
Mail :
fr.communication.partenaires@accor.com
Site web : www.ibis-budget.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie, tourisme
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Des hôtels simplement malins : bienvenue chez IBIS BUDGET, la marque très économique de Accor. Cette marque astucieuse, chaleureuse et décontractée, incarne les valeurs de partage, de confort et de simplicité. Idéale pour des clients qui ont une vie toujours en mouvement, IBIS BUDGET propose des chambres douillettes pour 1, 2 ou 3 personnes, des espaces au design contemporain et fun, des hôtels accessibles 24 h/24 et un petit-déjeuner à volonté. Situés à proximité des axes routiers, des aéroports, et de plus en plus, en ville, les hôtels IBIS BUDGET offrent un rapport qualité/prix très compétitif. Avec plus de 600 hôtels et 61 000 chambres, la marque est présente dans 20 pays.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAOUÏ
(Directeur Développement Franchise)
philippe.bijaoui@accor.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 327
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** 1 000 € HT à 1 600 € HT / chambre
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

IBIS STYLES

ACCOR
ACC 300
2, rue de la Mare-Neuve
91000 ÉVRY-COURCOURONNES CEDEX
Tél. 01 61 61 61 62
Mail :
fr.communication.partenaires@accor.com
Site web : www.ibisstyles.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie économique
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**

IBIS STYLES, marque économique du groupe Accor, propose une expérience design accessible, joyeuse et créative. Situés au cœur des villes ou à proximité des centres d'activités, chaque établissement est unique et possède son propre univers (ré)créatif qui surprend ses clients tout au long de leurs séjours pour mieux les fidéliser. La marque la plus appréciée du segment économique, a mis en place de multiples attentions pour les petits et grands, faisant de ses hôtels des lieux accueillants, ludiques et inspirants. Le réseau compte plus de 470 hôtels et 48 800 chambres répartis dans 48 pays.

- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAOU
(Directeur Développement Franchise)
philippe.bijaoui@accor.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 240
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 13

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** 800 € HT à 1 250 € HT/chambre
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

INDIANA CAFÉ

42 bis, boulevard de Bonne-Nouvelle
75010 PARIS
Tél. 01 43 35 02 34
Mail : olivier.dutertre@indianacafe.fr
Site web : www.indianacafe.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Brasserie américaine. Tex-mex
- **Création de l'enseigne :** 1988
- **Ouverture de la première franchise :** 1994
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Le premier restaurant INDIANA CAFÉ a ouvert en 1988, rue Quentin Bauchart à Paris 8^e. Précurseur du burger, de l'happy hour et des tacos, l'expérience INDIANA CAFÉ, ce sont de grands espaces, des décors ethniques, des cocktails latinisés, une ambiance musicale pointue et décontractée pour tous. INDIANA CAFÉ, c'est le croisement entre l'étendue nord-américaine, de New York à la Californie, et l'héritage de la brasserie française. Deux marqueurs identitaires de notre franchise réunis autour d'une figure : l'indien. INDIANA CAFÉ est plus qu'une simple expérience de restauration : c'est entrer dans l'esprit d'une brasserie américaine.
- **Contact franchise et développement :**
M. Selim BOULAKHRAS
(Animateur Réseau)
selim.boulakhras@indianacafe.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 14
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 8
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 80 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 1 700 et 1 900
- **Apport personnel en K€ :** De 200 à 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 800 et 1 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur, restaurateur, commerçant
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 40 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formations des équipes y compris le dirigeant en salle et en cuisine.

IRRIJARDIN

Route de Toulouse
A64 – Sortie 28
31410 NOÉ
Tél. 05 61 90 89 00
Mail : mstorti@irrijardin.com
Site web : www.franchise.irrijardin.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Loisirs et équipements du jardin (vente de matériel et produits de piscine, arrosage et SPA)
- **Création de l'enseigne :** 1982
- **Ouverture de la première franchise :** 2003
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créé en 1989 IRRIJARDIN est à l'époque le premier point de vente en libre-service assisté à proposer des solutions d'arrosage à monter soi-même. La philosophie d'IRRIJARDIN est de rendre les produits « pro » accessibles aux particuliers. À la demande de ses clients l'entreprise s'oriente vers l'univers des piscines. En 1998, IRRIJARDIN crée une centrale d'achats. La franchise démarre en 2003 avec l'ouverture de 8 franchises en 2004. En 2021, IRRIJARDIN inaugure sa nouvelle plateforme logistique de plus de 8 000 m² à Noé, à côté de son siège social, renforçant ainsi sa qualité de service et son ancrage local. Aujourd'hui IRRIJARDIN compte 130 magasins (115 franchisés et 15 filiales) et prévoit 9 ouvertures en 2023.
- **Contact franchise et développement :**
M. Maxime STORTI
(Responsable Développement)
mstorti@irrijardin.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 15
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 115
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 12

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 70 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, Centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 250 et 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 960
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 200 et 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur passionné ayant le sens du service client avec une appétence aux produits commercialisés par l'enseigne IRRIJARDIN.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 13 500 €
- **Redevances directes :** 3,25 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 0,6 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

ISOLATION BY TRYBA

10, rue du Débarcadère
75017 PARIS CEDEX
Tél. 01 47 60 22 22
Mails : osimon@atrya.fr
aadjissa@isolationbytryba.fr
Site web : www.isolationbytryba.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Expert en travaux énergétiques (Isolation par l'extérieur, ravalement de façades, bardage, VMC, combles, PAC)

- **Création de l'enseigne :** 1988

- **Ouverture de la première franchise :** 2010

- **Étapes marquantes de son évolution :**

FCA spécialiste de la rénovation énergétique a été racheté en 2020 par le groupe ATRYA qui était actionnaire depuis 2013 de cette société.

Suite au rachat il y a eu une transformation totale du concept et de la marque avec la mise en place d'outils digitaux, d'un concept magasin, d'une animation réseau, d'un renforcement de nos procédures de recrutement ainsi que la création de nouveaux partenariats.

ISOLATION BY TRYBA rénove les maisons individuelles avec les métiers suivants (ITE, ravalement de façades, VMC, combles...).

Elle est rapidement devenue experte dans le domaine de la rénovation énergétique. Ses atouts (concept, formations, produits et garanties exclusifs, label ECORÉHA...) font d'elle un acteur incontournable dans le métier de la rénovation de l'habitat. Elle s'étend depuis 2010 dans un système de franchise comptant 17 agences sur le territoire français

- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 17
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 30 000 pavillons en province, 15 000 en région parisienne
- **Emplacement :** Magasin avec vitrine
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 50 et 60 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450 (année 1) à 1 000 (année 3)
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 70

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Candidats avec une orientation commerciale B to C et une appétence technique. L'esprit réseau sera un élément déterminant et l'esprit d'entreprise sera également privilégié. Le candidat passera par un « process » de recrutement afin de valider à chaque étape la motivation commune des deux parties. Le candidat après son passage en JIC (Journée d'information candidat) travaillera son dossier en vue du passage en commission d'agrément.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 5,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation 14 jours ouvrés minimum pris en charge par la tête de réseau. Isolation by TRYBA bénéficie de son propre centre de formation en Alsace. Ensuite formation continue avec accompagnement permanent par les équipes Isolation by TRYBA.

IXINA FRANCE

Aéroport CDG, Roissy-Charles de Gaulle
Immeuble Le Dôme, 5, rue de La Haye
93290 TREMBLAY-EN-FRANCE
Tél. 01 49 38 95 40
Mail : monmagasin@ixina.com
Site web : www.jouvreurmagasinixina.fr

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** IXINA, le franchiseur spécialiste de la cuisine équipée
- **Création de l'enseigne :** 1971
- **Ouverture de la première franchise :** 1997
- **Étapes marquantes de son évolution :**

IXINA France, filiale du groupe FBD, fondée en Belgique en 1971 et présente en France depuis 25 ans, compte plus de 180 magasins dans l'hexagone, répartis sur tout le territoire. Certifiée ISO 9001 par le Bureau Veritas et élue meilleure Chaîne de magasins de 2018 à 2023, IXINA est une marque résolument innovante : premier cuisiniste à se lancer dans la vente en ligne et initiateur de la visualisation 3D sur ce marché, IXINA développe en 2020, la « cuisine mappée » dans son nouveau concept magasin.

IXINA s'engage au quotidien à faire de chaque rêve de cuisine une réalité. IXINA poursuit son développement pour atteindre 240 magasins et devenir un acteur majeur sur le marché de la cuisine équipée répartis sur tout le territoire.

Depuis 2021, IXINA a lancé la bourse au talent pour que des professionnels talentueux puissent en bénéficier.

- **Contact franchise et développement :**
M. Benjamin BOHBOT
(Directeur Développement)
monmagasin@ixina.com
Mme Julie BACHARD
(Chargée de support développement et immobilier)
monmagasin@ixina.com

ixina

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 180
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 11

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N°1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 500
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 350 et 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Vous avez la fibre commerçante ? Des qualités de gestionnaire ? Une aptitude à manager une équipe d'environ cinq personnes ? Et de l'expérience dans la conception de cuisines ou l'aménagement de la maison ?
IXINA vous accompagne durant toutes les étapes d'ouverture ou de reprise !
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 3,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 4,5 (publicité) % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale de cinq semaines + deux en immersion (directeur et vendeurs), une semaine (directeur) + formation continue et e-learning + formation terrain.

JEAN LOUIS DAVID

104, avenue Charles-de-Gaulle
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. 01 45 61 69 70
Mail : marie.boudin@provalliance.fr
Site web : www.jeanlouisdavid.com

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Coiffure
- **Création de l'enseigne :** 1961
- **Ouverture de la première franchise :** 1979
- **Étapes marquantes de son évolution :**
La société a été créée en 1961 par Mr Jean-Louis DAVID, sous la dénomination GEROME COIFFURE SA. Sa première activité était l'exploitation d'un salon de coiffure situé à Paris (75008) 38, avenue de Wagram. En avril 2002, la société GEROME COIFFURE est acquise par le groupe américain REGIS CORPORATION, premier réseau mondial de coiffure avec plus de 9 000 salons dans le monde. Suite à la création d'une joint venture entre le groupe REGIS CORPORATION et la société FRANCK PROVOST COIFFURE le groupe devient PROVALLIANCE leader français de la coiffure. En 2021, PROVALLIANCE trouve un nouveau partenaire, CORE EQUITY qui acquiert une partie de son capital. L'équipe de coiffeurs est à votre écoute et vous accueille dans un univers élégant & moderne. 100 % urbain et ultra-connecté, votre salon JEAN LOUIS DAVID est à la pointe des dernières tendances.
- **Contact franchise et développement :**
M. Matthieu MAUTHÉ
(Directeur de la Franchise et du Développement)
M. Gilles BONNIER
(Directeur Suivi Réseau Jean Louis David)
M. Cedric LOSDAT
(Directeur Général BU Coiffure)

Jean Louis David

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 45
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 262
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis (centre-ville et centres commerciaux)
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 30 (en moyenne)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Coiffeur, investisseur
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :**
– 1 050 à 1 450 € HT puis 3 % par an en centre-ville,
– 1 450 à 1 850 € HT puis 3 % par an en centre commercial
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale + permanente et décentralisée pour les managers et leur équipe. Possibilité de stages illimités au Training Center.

JEFF DE BRUGES

Parc du Bel Air
12, avenue Joseph-Paxton
Ferrières-en-Brie
77614 MARNE-LA-VALLÉE CEDEX 3
Tél. 01 64 66 63 00
Mail : devenir.franchise@jeff-de-bruges.com
Site web : www.jeff-de-bruges.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution de chocolats, crèmes glacées, dragées et produits de confiserie
- **Création de l'enseigne :** 1985
- **Ouverture de la première franchise :** 1986
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Entreprise française JEFF DE BRUGES ouvre sa première boutique de chocolats en 1986, l'enseigne connaît immédiatement un grand succès. En 2012, JEFF DE BRUGES inaugure une boutique sur la prestigieuse avenue des Champs-Élysées. Aujourd'hui leader sur son marché, le réseau compte 524 magasins dont 472 en France.

En 2017, JEFF DE BRUGES devient cacaoculteur et garantit ainsi des procédés de culture du cacao respectueux de l'environnement et des bonnes conditions de travail.

Reconnu pour la qualité de ses chocolats et du service en boutique, JEFF DE BRUGES a été élue en 2022 « Marque préférée des Français* » dans la catégorie des boutiques spécialisées dans la vente de chocolats.

(*source OpinionWay, juin 2022).

- **Contact franchise et développement :**
M. Florian JAMBON
(Responsable Développement France & Export)
Mme Célia ANTOINE
(Responsable Développement France)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 86
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 386
- **Créations d'unités en 2022 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 30/40 m² et 25 m² (réserve)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 120 à 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 7 ans puis 5 ans
- **Droit d'entrée :** 16 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 2,8 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Apport de 30 à 40 % de l'investissement total
- **Formation proposée :** 6 semaines de formation initiale et 6 jours par an proposés.

JULES

152, avenue Alfred-Motte
59100 ROUBAIX
Tél. 03 20 99 36 36
Site web : www.jules.com

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente d'articles textile pour hommes
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 1991
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1991, création de l'enseigne CAMAÏEU HOMME.
 - 2000, le réseau racheté par l'AFM change de nom et devient JULES.
 - 2004, l'enseigne compte 200 magasins.
 - 2009, JULES, BRICE et BIZZBEE se regroupent pour créer la société HAPPYCHIC, entreprise multicanal de mode française.
 - 2013, JULES lance son dernier concept de magasin.
 - 2022, JULES compte désormais 526 magasins (dont 429 en propre) en France et à l'étranger.
- **Contact franchise et développement :**
 - M. Franck POILLON
(Directeur Général)
 - Mme Valérie AGUILLON
(Leader Omni business)
 - M. Yann VIVIER
(Directeur des Partenariats Internationaux)
 - M. Jérémy MARTIN
(Directeur Développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 386
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 62
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

JULES

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, centre-ville ou centre commercial à proximité d'enseignes de PAP leaders sur le marché, Retail Park
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 180 et 220 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 700
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250 en moyenne

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profil d'entrepreneur avec une expérience souhaitée dans le secteur Commerce distribution
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 10 K€
- **Redevances :** 2 % du CA HT
- **Commission :** 42 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Redevances informatiques
- **Formation proposée :** Formation initiale et formation permanente.

KEEP COOL

320A, rue Topaze
13510 ÉGUILLES
Tél. 04 42 20 39 40
Mail : developpement@keepcool.fr
Site web :
<https://www.keepcool.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** KEEP COOL, la salle de sport proche de chez vous. Découvrez notre concept de remise en forme dans plus de 250 salles de sport en France.
- **Création de l'enseigne :** 2002
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Depuis plus de 15 ans, Keepcool a pour vocation de mettre du sport dans le quotidien des Français en le démocratisant et en le rendant accessible à tous. Aujourd'hui plus que jamais, le sport est un pilier clé de notre santé et de notre bien-être. Il permet de se sentir bien dans sa tête et dans son corps, de se maintenir en forme et de s'évader le temps d'une séance.

À travers notre réseau de 270 clubs en France, Belgique, et Outre-Mer, nous proposons à nos adhérents une expérience sportive complète dans des lieux modernes et chaleureux avec une ambiance conviviale.

L'humain au cœur de notre concept : Au cours de son évolution, Keepcool a toujours placé ses adhérents et ses coaches au centre de sa réflexion pour leur offrir la meilleure expérience possible.

KEEP COOL, social sport club.

- **Contact franchise et développement :**
M. Robin ROCHETTE
(Responsable Développement franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 80
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 174
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 550 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 400
- **Appoint personnel en K€ :** 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Cadres en reconversion, commerçants, métiers du sport
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 36 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Inclus dans les droits d'entrée.
Formation Nouveau Gérant : 1 sem. (2 pers). Semaine d'intégration ; équipier 1 sem. (2 pers.). Formation Club 1 sem.

KELLER WILLIAMS

Centre d'affaires de la Boursidière
 Porte Maine
 Rue de la Boursidière
 92350 LE PLESSIS-ROBINSON
 Tél. 01 46 21 48 70
 Mail : developpement@kwfrance.com
 Site web : www.kwfrance.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau de franchises immobilières
- **Création de l'enseigne :** 1983
- **Ouverture de la première franchise :** 2016
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 Fondée en 1983 par Gary Keller et Joe Williams à Austin, Texas (États-Unis), KELLER WILLIAMS est la plus grande compagnie immobilière du monde avec plus de 200 000 membres et 1 000 Market Centers. Forte de son succès et des valeurs qu'elle véhicule, la compagnie se développe à l'international à partir de 2012 avec l'ouverture de ses premières master-franchises. Présente dans l'hexagone depuis 2016, la société Keller Williams France ne cesse de se développer et compte aujourd'hui 54 Market Centers et 3 000 membres.
- **Contact franchise et développement :**
 M. Armand VARTABEDIAN
 (Directeur du Développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 54
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 13

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Emplacement proche des axes routiers et stationnement, zone commerciale ou activité principalement
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 à 1 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 5 000 (à la 5^e année)
- **Apport personnel en K€ :** De 200 à 400
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Keller Williams France recherche des entrepreneurs et des leaders reconnus pour leurs compétences, conscients de la nécessité d'investir dans la formation et l'accompagnement de leurs agents. Pour résumer, des révélateurs de talents prêts à porter haut et fort la vision de notre compagnie.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 80 000 € HT
- **Redevances directes :** Redevance mensuelle de 10 % de la production
- **Redevances indirectes :** 54 €/mois par membre Keller Williams et 150 €/mois par Market Center
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation « Franchise Systems Orientation » dispensée aux franchisés KW avant leur prise de fonction, puis une fois tous les deux ans. Pour les agents : formations Ignite et Starter dispensées par les Market Centers.

KEYMEX IMMOBILIER

2, rue Marie-Sklodowska Curie
95150 TAVERNY
Tél. 01 71 68 14 40
Mail : contact@keymex.fr
Site web : www.keymex.fr



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Centres immobiliers régionaux
- **Création de l'enseigne :** 2016
- **Ouverture de la première franchise :** 2018
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 2016, ouverture du centre pilote Keymex Seine & Oise à Taverny (95).
 - 2017, développement de la marque, notoriété régionale et concept éprouvé.
 - 2018, lancement en réseau de Franchise et signature des premiers contrats de franchise.
 - 2021, 22 centres immobiliers régionaux en France et 1 Master Franchise en Argentine
- **Contact franchise et développement :**
contact@keymex.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 24
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 300 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Dirigeants d'entreprises. Entrepreneurs. Investisseurs
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 50 000 € HT
- **Redevances directes :** 8% du CA HT (6% du CA + 2% publicité)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation complète pour le franchisé et son équipe interne.

KFC

TOUR W
102, terrasse Boieldieu
92085 PARIS LA DÉFENSE CEDEX
Tél. 01 84 11 00 00
Mail : kfc.accueil@yum.com
Site web : www.kfc.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 2001
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Filiale du Groupe Yum! Brands, KFC est présente en France depuis 30 ans et compte près de 324 restaurants (319 sur le territoire et 5 dans les DOM). Grâce à ses 12 000 collaborateurs, l'entreprise sert plus de 200 000 clients par jour. Spécialiste du poulet, KFC France propose à ses consommateurs une offre accessible fondée sur des produits de qualité. Ceux-ci sont issus de filières d'approvisionnement rigoureusement sélectionnées et cuisinés selon des recettes uniques et un savoir-faire inimitable. KFC France est une entreprise engagée dans une démarche d'amélioration continue en matière de nutrition, de bien-être animal et d'environnement.
- **Contact franchise et développement :**
M. Nicolas GABRIEL
(Directeur Développement)
Mme Hanane LAHMIDI
(Responsable Contractuel Juridique & Franchise)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 324
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 25

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC.
- **Durée du contrat :** Franchise Totale: 10 ans renouvelable pour 10 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** 6% du CA HT
- **Redevances indirectes :** Contribution au marketing national: jusqu'à 5% du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

100, rue du Calvaire
59510 HEM
Tél. 03 20 81 47 83
Mail : p.lenne@kiabi.com
Site web : www.kiabi.com

KIABI

la mode à petits prix

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Leader français de la mode à petit prix pour toute la famille
- **Création de l'enseigne :** 1978
- **Ouverture de la première franchise :** 2005
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1978, création du premier magasin.
1993, KIABI part à la conquête de l'Europe.
2005, 70 millions d'articles vendus sur l'hexagone et le Web. Développement en Espagne et en Italie. Ouverture du premier magasin affilié en France.
2020, KIABI est leader du marché en France. Entreprise omnicanal, 9 500 collaborateurs, présente dans 20 pays.
- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe LENNE
(Responsable Administratif et Financier Affiliation)
p.lenne@kiabi.com
Mme Marina SAMSON

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 228
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 110
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 80 000 à 100 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Appoint personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, gestionnaire et manager, bien implanté dans le tissu économique local.
- **Durée du contrat :** 7
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** Commission sur CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Rénovation du magasin (dernier concept) à chaque renouvellement de contrat
- **Formation proposée :** 2 mois pour l'affilié et 1 mois pour le directeur magasin et 2 semaines pour les équipes de vente, théorique et pratique.

L'ONGLERIE

31, avenue de Canteranne, Parc d'activités
33600 PESSAC
Tél. 05 57 26 37 00
Mails : franchise@l-onglerie.fr
developpement@l-onglerie.fr
Site web : <https://www.l-onglerie.fr/devenir-franchisee-longlerie/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Prestataire de services en pose d'ongles, beauté des mains et des pieds. Cosmétique
- **Création de l'enseigne :** 1983
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Tout a commencé au Canada en 1975. Une Française, Françoise Lartiguelongue, y découvre le modelage des ongles en résine. L'ONGLERIE naît en 1983 au 52, rue du Château-d'Eau à Bordeaux, également siège social de la jeune entreprise. Aujourd'hui, L'ONGLERIE est le leader incontesté de la beauté des mains et des ongles, et compte 115 centres à travers la France, dont 2 centres pilotes à Bordeaux (33), et Pessac (33). Depuis le 7 octobre 2021, Angélique GASCOIN, multifranchisée L'ONGLERIE pendant seize ans, succède aux trois dirigeants et actionnaires de ces dix dernières années, Laurence Py-Revolve, François Leonard et Laurent Treuil.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Marie ROGER
(Responsable développement)
m.roger@l-onglerie.fr
Mme Salomé JUNQUA
(Assistante développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 113
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 30 et 60 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 120
- **Apport personnel en K€ :** 20
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
Nous recherchons avant tout des personnes avec l'esprit d'entreprendre voulant intégrer un réseau dynamique ! Aucune connaissance du métier n'est nécessaire car vous allez être formé pendant plusieurs semaines dans notre centre de formation.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 3,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale de plusieurs semaines : techniques de prothèse ongulaire et formation gestion (marketing, vente, recrutement, management...).

LA BOUCHERIE

Rue du Paon
ZI de la Romanerie Nord
49124 SAINT-BARTHÉLEMY-D'ANJOU
Tél. 02 41 969 969
Mail : franchise@la-boucherie.fr
Site web : <https://pro.la-boucherie.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration sur le thème de la viande
- **Création de l'enseigne :** 1987
- **Ouverture de la première franchise :** 1992
- **Étapes marquantes de son évolution :**
LA BOUCHERIE RESTAURANT : la façon la plus joviale de partager une bonne viande ! L'enseigne doit sa réputation à sa qualité, la convivialité de ses restaurants et au professionnalisme de son réseau. Les restaurants LA BOUCHERIE sont nés en 1974 et se développent en franchise depuis 1997. Aujourd'hui l'enseigne compte plus de 140 restaurants en France métropolitaine, dans les DOM-TOM et à l'étranger. LA BOUCHERIE est propriétaire de son propre atelier de découpe et d'affinage qui garantit la traçabilité et la qualité de la viande, de sa plateforme de distribution, de son centre de formation ainsi que d'une unité de création des recettes.
- **Contact franchise et développement :**
M. Jacky BARRETEAU
(Directeur Développement)
franchise@la-boucherie.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 27
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 139
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants (centre-ville) ou 25 000 habitants (périphérie)
- **Emplacement :** N° 1 et 1bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** De 200 à 250 m² (centre-ville) ou de 300 à 500 m² (périphérie)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 600 à 2 000
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** L'enseigne LA BOUCHERIE s'adresse aux personnes motivées par l'envie d'entreprendre, ayant une appétence pour le commerce, la gestion d'équipe et la relation clients. L'enseigne recherche sur toute la France des profils tels que des créateurs d'entreprise, repreneurs, commerçants, indépendants. Toute personne ayant déjà réussi dans un autre domaine d'activité avec des compétences de gestion d'entreprise et de management. L'expérience de la restauration n'est pas indispensable. Avant toute chose, ce qui fait la qualité d'un candidat c'est sa motivation, son envie d'entreprendre.
- **Durée du contrat :** 5 ans (centre-ville), 9 ans (périphérie)
- **Droit d'entrée :** 55 500 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale : 4 à 8 semaines

LA CABANE D'ACHILLE ET CAMILLE

7, rue de Serre
54000 NANCY
Tél. 03 83 40 88 89
Mail : franchise@achilleetcamille.com
Site web : <http://www.achilleetcamille.com/>



La cabane
d'Achille & Camille

L'éveil de votre enfant, autrement...

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Micro-crèches centrées sur le bien-être des enfants, des parents et des équipes pédagogiques. Large amplitude horaire. Approche Snoezelen.
- **Création de l'enseigne :** 2014
- **Ouverture de la première franchise :** 2018
- **Étapes marquantes de son évolution :**

LA CABANE D'ACHILLE & CAMILLE est un réseau de micro-crèches (structure accueillant 12 enfants maximum) créé en 2014 et développé en franchise depuis 2017. Nos Cabanes s'articulent autour du respect du rythme de l'enfant et la communication bienveillante. Nos Cabanes sont innovantes, toutes dotées d'un espace Snoezelen, favorisant le bien-être et la découverte sensorielle, mais aussi flexibles car elles s'adaptent aux besoins des parents actifs en étant ouvertes du lundi au vendredi de 05 h 30 à 22 h 30.

Le réseau est élu en 2020 « Révélation de la Franchise », validant ainsi le potentiel du secteur d'activité de la petite enfance et la pertinence de l'accompagnement apporté aux franchisés.

- **Contact franchise et développement :**
Mlle Sandra GONZALEZ
(Accueil réseau)
franchise@achilleetcamille.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 7
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 59
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 15

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 130 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 220
- **Apport personnel en K€ :** 10
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 180

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous souhaitons collaborer avec des franchisés ayant une réelle appétence pour la petite enfance et partageant les mêmes valeurs et aspirations que LA CABANE D'ACHILLE & CAMILLE.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** 4 % (animation) + 1,5 % (communication)
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :**
4 semaines + 2 jours.

LA CERVOISERIE

Pôle Cervoiserie
52, boulevard Winston-Churchill
17000 LA ROCHELLE
Tél. 05 46 09 89 95
Mail : magali@polecervoiserie.com
Site web : www.lacervoiserie.com



Trouvailles et retrouvailles!

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Cave et bar spécialisé dans la vente de bières de spécialités.
- **Création de l'enseigne :** 2004
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée il y a plus de dix ans la première CERVOISERIE a trouvé immédiatement son marché, en proposant environ 500 références de bières de spécialités aussi bien en vente à emporter qu'en dégustation sur place. La partie cave propose aussi un large choix de cadeaux et de spiritueux. Les CERVOISERIE sont implantées en zone commerciale et se positionnent sur le créneau de l'after-work.
- **Contact franchise et développement :**
M. Dominique BATARD
(Gérant)
dominique@polecervoiserie.com
Mme Magali RAGUIDEAU
(Responsable Développement)
developpement@polecervoiserie.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 34
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux, N° 2
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 400 et 800
- **Apport personnel en K€ :** 100 en moyenne
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Homme ou Femme, sens du contact, relationnel développé. Un profil commerçant et commercial. Bon gestionnaire et capable de manager une équipe. Investisseur possible.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 2 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 0,75 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 3 semaines (coût : 6 000 €)

LA COMPAGNIE DU LIT

44ter, boulevard Saint-Antoine
78150 LE CHESNAY
Tél. 06 72 85 89 03
Mail : gaele.faber@lacompaniedulit.fr
Site web : www.lacompaniedulit.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hyper-spécialiste matelas et sommiers de grandes marques de literie
- **Création de l'enseigne :** 1988
- **Ouverture de la première franchise :** 2008
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créée en 1988, l'enseigne LA COMPAGNIE DU LIT s'est développée régulièrement puis s'est ouverte à la franchise en 2008 pour renforcer son développement, et faire partie des leaders en tant que spécialistes literie en France. Les magasins, volontairement épurés, mettent en valeur les literies de grandes marques et une offre répondant au plus grand nombre.

Prévisions sur les trois années à venir : 30.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Gaële FABER
(Directrice développement)
gaele.faber@lacompaniedulit.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 64
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 38
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 40 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, 1 bis, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 900
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 1,5% du CA HT (la 1^{re} année), 2% du CA HT (la 2^e année), 3% du CA HT (la 3^e année)
- **Redevances indirectes :** 2% du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :**
Immersion en magasin entre 8 et 15 jours.
Formation produits
Formation efficacité commerciale
Formation gestion commerciale
Formation e-learning.

LA CÔTE ET L'ARÊTE

164, route de Revel
31400 Toulouse
Tél. 07 62 16 40 85
Mail : franchise@lacoteetlarete.fr
Site web : www.lacoteetlarete.fr

LA CÔTE & L'ARÊTE RESTAURANT

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Restauration
- **Création de l'enseigne :** 2012
- **Ouverture de la première franchise :** 2019
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2009, ouverture du restaurant LA PAILLOTE (même concept mais avec enseigne différente),
2012, ouverture du premier restaurant LA CÔTE & L'ARÊTE à Labège,
2014, ouverture du 2^e restaurant à Montauban,
2015, ouverture du 3^e restaurant à Toulouse centre, changement de nom de LA PAILLOTE à Aucamville en LA CÔTE & L'ARÊTE,
2016, lancement en franchise,
2017, lauréat des révélations de la franchise 2017, ouverture mi-avril du 5^e restaurant à Blagnac, participation au FORUM franchise Lyon le 19 octobre, ouverture du 6^e restaurant à Clermont-Ferrand !
2018, participation au salon de la Franchise,
Entre 2019 et 2022, ouverture de 9 nouveaux restaurants (Villenave d'Ornon (33), Chambéry (73), Albi (81), Tours (37), Claye Souilly (77), Bordeaux (33), Plaisance-du-Touch (31), Pau (64) et Beauvais (60).
- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 17
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 6
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Zone périphérique de grande ville
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 400 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 000
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Un candidat avec un projet, que ce soit une reconversion professionnelle ou un restaurateur indépendant qui souhaiterait intégrer un réseau. Plus que des compétences nous recherchons des qualités : commençant dans l'âme, aisance relationnelle, savoir créer du lien avec les autres. Mais aussi : sens de l'entrepreneuriat, être un bon gestionnaire. Petit plus : passion pour les bons plats maison et viandes de qualité.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Dix semaines.

LA CROISSANTERIE

Espace Clichy
5, rue Olof-Palme
92587 CLICHY CEDEX
Tél. 01 41 06 58 00
Mail : lacroissanterie@groupe-delineo.fr
Site web : www.lacroissanterie.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide à la française
- **Création de l'enseigne :** 1977
- **Ouverture de la première franchise :** 1979
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1977, création de la première boutique en France à Paris. En 2013, le cap des 200 restaurants en Europe est franchi. En 2014, LA CROISSANTERIE lance de nouvelles recettes de sandwiches conçues par le chef Norbert Tarayre. En 2017, une trentaine de restaurants ont vu le jour. Au 1^{er} janvier 2018, l'enseigne, devenue un des leaders de la restauration rapide à la française dénombre plus de 280 restaurants (France dont Dom-Tom, Belgique, et plusieurs pays en Afrique). En 2019 : rapprochement entre les enseignes LA CROISSANTERIE, MAISON PRADIER et ROBERTA. Une plateforme de marques est lancée et un nouveau nom est adopté : Groupe DELINEO. LA CROISSANTERIE est élue, pour la quatrième année consécutive, en 2022, « Meilleure Sandwicherie de l'année » (enquête Institut Inma Stratmarketing).
- **Contact franchise et développement :**
M. Ronan PENSEC
(Directeur Développement France)
r.pensec@groupe-delineo.fr
M. Philippe ODILE
(Responsable Développement Franchise)
p.odile@groupe-delineo.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 50
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 230
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 22

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 450 et 650
- **Apport personnel en K€ :** 100 et +
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur, investisseur, chef d'entreprise, gestionnaire et manager, doté d'une fibre commerçante et de qualités humaines.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale de 5 semaines minimum afin d'intégrer le process de fabrication des produits et le merchandising, l'organisation d'une journée...

LA GRANDE RÉCRÉ

2, avenue Clément-Ader
CS 30417 SERRIS
77706 MARNE-LA-VALLÉE CEDEX 4
Tél. 01 84 34 01 00
Mail : sgros@ludendo.com
Site web : www.lagranderecre.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** LA GRANDE RÉCRÉ accompagne le développement de l'enfant dans toutes ses phases.
- **Création de l'enseigne :** 1977
- **Ouverture de la première franchise :** 2003
- **Étapes marquantes de son évolution :**

LA GRANDE RÉCRÉ est une référence dans le jouet depuis 45 ans et est une marque française spécialisée dans le commerce des jeux, des jouets, de la fête et des loisirs pour l'enfant et la famille.

Pour son président-Fondateur Jean-Michel Grunberg : « Les forces de LA GRANDE RÉCRÉ résident dans son histoire et sa nature mêlant valeurs humaines, passion d'entreprendre et esprit commerçant. »

LA GRANDE RÉCRÉ est forte de plus de 1 000 collaborateurs « Parents Conseils » dans un réseau de 157 magasins dont 137 en France, de corners dans plus de 100 stations-service TOTAL d'autoroute, 30 villages Club Med, 7 magasins Galeries Lafayette affiliés (propriétés du groupe FIB), 103 hypermarchés Géant Casino et d'un site e-commerce lagranderecre.fr.

- **Contact franchise et développement :**
M. Stanislas GROS
(Directeur Commercial B to B)
sgros@ludendo.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 103
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 25
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 150 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** De 300 à plus de 700 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 250 (selon projet)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 18 000 € HT
- **Redevances directes :** 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Quatre semaines

LA MIE CÂLINE

ZAC du Clousis
18, rue des Essepes, CS 70718
85167 SAINT-JEAN-DE-MONTS CEDEX
Tél. 02 51 59 19 19
Mail : contact@lamiecaline.com
Sites web : www.lamiecaline.com
www.franchise.lamiecaline.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Terminal de cuisson en pains, viennoiseries, pâtisseries, sandwiches, salades et produits traiteur
- **Création de l'enseigne :** 1985
- **Ouverture de la première franchise :** 1986

Étapes marquantes de son évolution :

LA MIE CÂLINE est avant tout une aventure humaine. Depuis 1985, date de l'ouverture en Vendée de son premier magasin, LA MIE CÂLINE s'est développée partout en France. Son fondateur André Barreteau, fils et petits-fils d'artisans, a créé un réseau de plus de 240 magasins qui fédère aujourd'hui près de 2 200 franchisés et collaborateurs. En 2008, LA MIE CÂLINE ouvre ses premiers points de vente en périphérie de ville, et elle initie une stratégie d'amélioration continue visant à réduire son impact environnemental. Avec « À cœur d'agir », son programme d'actions RSE né en 2019, l'enseigne s'engage dans la transition écologique et solidaire notamment autour du bien-être au travail avec l'engagement suivant : prendre soin des humains autant que du bon pain.

Contact franchise et développement :

Mme Véronique GRONDIN
(Chargée de Recrutement Franchise)
veroniqueg@lamiecaline.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 13
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 228
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, en centre-ville ou en périphérie de ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 820
- **Apport personnel en K€ :** 110
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 460

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Un franchisé LA MIE CÂLINE doit avoir à la fois des qualités de commerçant et de chef d'entreprise. Il est aussi un homme ou une femme de terrain qui va participer à la préparation, à la cuisson des produits et à la vente
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** Royalties : 5 % du CA HT mensuel et Redevance publicitaire : 2 % du CA HT mensuel
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale : huit semaines théorie/pratique + missions perfectionnement obligatoires. Formation continue : catalogue de formations spécifiques

LA PATATERIE

16, rue Frédéric-Bastiat
ZI Nord
87280 Limoges
Tél. 05 55 35 87 94
Mail : contact@lapataterie.com
Site web : www.lapataterie.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Restauration commerciale assise
- **Création de l'enseigne** : 1996
- **Ouverture de la première franchise** : 1999
- **Étapes marquantes de son évolution** :

LA PATATERIE est une chaîne de restauration française créée en 1996 ayant développé un concept unique en se spécialisant dans une cuisine conviviale mettant en valeur la pomme de terre.

LA PATATERIE, c'est avant tout la valorisation du métier de « restaurateurs Patatiers ». L'enseigne soutient la mise en place de partenariats durables avec des producteurs locaux, artisans et PME. Ainsi, plus de 70 % des produits servis en restaurant sont issus du secteur agricole français.

Le nouveau concept décoratif de l'enseigne, présenté pour la première fois en mars 2020 sur le site d'Avrainville, se veut résolument cosy et toujours aussi convivial, dans une atmosphère végétale et chaleureuse.

Avec ce nouveau projet, LA PATATERIE veut inviter ses clients à prendre le temps de consommer selon leurs envies, le temps d'un verre, d'un repas... ou les deux !

- **Contact franchise et développement** :
Mme Marine GADIOUX
(Développement)
marine.gadioux@lapataterie.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 69
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement** : Périphérie, zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente** : 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 700
- **Apport personnel en K€** : 120 à 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 550

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Un entrepreneur-restaurateur.
Un restaurateur aux affaires, proche de ses clients.
Un cadre confirmé qui aime manager des équipes.
Un commerçant doublé d'un vrai chef d'entreprise.
- **Durée du contrat** : 7 ans
- **Droit d'entrée** : 45 000 €
- **Redevances directes** : 4,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : 1 % du CA HT (communication)
- **Autres obligations financières** : NC
- **Formation proposée** : NC

LA VIE CLAIRE

1982, route départementale 386
69700 MONTAGNY
Tél. 04 72 67 80 00
Mail : recrutementfranchise@lavielaire.com
Site web : www.lavielaire.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Alimentation biologique – Produits naturels
- **Création de l'enseigne** : 1946
- **Ouverture de la première franchise** : 1950
- **Étapes marquantes de son évolution** :
1946, création de la société par H. Geffroy. 1980, rachat par Bernard Tapie. 1996, rachat par le Groupe Distriborg (dirigé par Régis Pelen). Juillet 2000, reprise par Régis Pelen, actionnaire majoritaire.
- **Contact franchise et développement** :
M. Bruno PELEN (Directeur Réseau)
bpelen@lavielaire.com
M. Xavier LARROQUE
(Directeur Développement)
xlarroque@lavielaire.com
Mme Adeline MICHEL
(Assistante de direction réseau franchise)
amichel@lavielaire.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 146
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 252
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 22

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : Personnalisée pour chaque étude
- **Emplacement** : N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente** : 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 1 200
- **Apport personnel en K€** : 30 % de l'investissement min.
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : NC
- **Durée du contrat** : 5 ans
- **Droit d'entrée** : 20 000 € HT
- **Redevances directes** : NC
- **Redevances indirectes** : 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières** : 80 % achats à la centrale
- **Formation proposée** : 8 semaines.

LA VIGNERY

3, rue Joseph-Jacquard
ZA du Bel Air, BP 04
78511 RAMBOUILLET
Tél. 01 34 85 30 21
Mails : apereira@lavignery.fr
carfaoui@lavignery.fr
Site web : www.franchise-lavignery.fr/



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Cave à vins
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créé en 2005, LA VIGNERY est un concept situé entre le caviste de centre-ville et la grande distribution, avec un savoir-faire de plus de 15 ans et plus de 3 500 références de vins, bulles, spiritueux, bières et accessoires.

LA VIGNERY s'est d'abord développée en succursales durant les premières années afin de valider son modèle commercial et son modèle économique. Fin 2015, LA VIGNERY s'est ouverte à de nouveaux partenaires en s'ouvrant à la franchise avec la commission-affiliation. Le réseau compte à fin 2022, 9 succursales et 14 affiliés – ainsi que de nombreux projets.

- **Contact franchise et développement :**
M. Antony PEREIRA
(DG – Exploitation, Offre, Développement)
apereira@lavignery.fr
M. Clément ARFAOUI
(Animateur Réseau)
carfaoui@lavignery.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 9
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 14
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants à moins de 15 minutes
- **Emplacement :** Retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 250 et 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 800
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** La passion du vin et des spiritueux : des connaissances à minima sur les vins, les spiritueux, les champagnes et les bières. Une âme de commerçant : sens de l'accueil, de la vente et le plaisir de transmettre sa passion. Une vraie volonté d'entreprendre. Un dynamisme opérationnel : une présence terrain indispensable, gage de réussite. Savoir diriger et orienter des équipes de vente passionnées du vin. La passion de la vente.
- **Durée du contrat :** 7 ans (commission-affiliation)
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 6 semaines avant ouverture + formation continue durant 7 ans.

LDLC

LDLC Distribution
2, rue des Érables
69760 LIMONEST
Tél. 04 26 68 17 81
Mail : franchise@ldlc.com
Site web : www.franchise.ldlc.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente de produits informatique et high-tech. Services associés (montage, réparation et SAV)
- **Création de l'enseigne :** 1996
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1996, lancement du site LDLC.com. 1998, ouverture de la première boutique à Lyon. 2012, lancement officiel du Projet Franchise. 2014, ouverture de la première franchise LDLC à Bourgoin-Jallieu, suivie de quatre autres ouvertures. 2015, 5 ouvertures de magasins franchisés. 2016, LDLC devient membre de la Fédération Française de la Franchise. Le Groupe LDLC rachète Materiel.net. Ouverture de 9 boutiques LDLC dont 7 en franchise. 2017, Ouverture de 5 boutiques LDLC en franchise. 2018, Ouverture de 12 boutiques LDLC dont 9 en franchise. 2019, Ouverture de 11 boutiques LDLC dont 9 en franchise. 2020, Ouverture de 6 boutiques LDLC en franchise. 2021, Ouverture de 6 boutiques LDLC en franchise. Au 31 décembre 2022, LDLC détient 80 boutiques en propre dont 52 en franchise en France.
- **Contact franchise et développement :**
M. Julien BONNAN
(Responsable développement)
franchise@ldlc.com

LE RÉSEAU (en France)

- Nombre d'unités propres : 28
- Nombre d'unités franchisées ou affiliées : 52
- Créations d'unités franchisées en 2022 : 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 200
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Qualités indispensables pour la réussite du projet : 1. Être commerçant dans l'âme. 2. Avoir un attrait pour l'univers high-tech. 3. Être un bon gestionnaire. 4. Avoir l'esprit d'entreprise. 5. Avoir un état d'esprit réseau, marque.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 37 350 €
- **Redevances directes :** 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** De 300 € à 900 € HT / mois (redevance informatique)
- **Formation proposée :** Initiale de 25 jours + accompagnement rapproché à l'ouverture.

LE COMPTOIR DE MATHILDE

952, Chemin de Piolenc
84850 CAMARET-SUR-AIGUES
Tél. 04 65 55 00 00
Mail : franchise@lecomptoirdemathilde.com
Site web : www.lecomptoirdemathilde.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Chocolaterie et épicerie fine
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Avec son chocolat de grignotage, sa pâte à tartiner haut de gamme (sans huile de palme, sans OGM et à forte teneur en pâte de noisettes), ses alcools de spécialité et ses condiments LE COMPTOIR DE MATHILDE propose un concept de boutique unique façon « retour aux sources » : décoration basée sur du bois de recyclage, décors anciens, ambiance cosy, bande-son nostalgique.

Autant d'éléments qui correspondent à une clientèle à la recherche de produits de qualité, goûteux, régressifs et abordables.

Une épicerie fine accessible à tous, des produits Made in France, régressifs et de qualité. Un concept qui séduit en France mais aussi à l'étranger.

- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 9
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 131
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 24

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 50 000 habitants
- **Emplacement :** Emplacement n° 1 – Flux important – Centre-ville et Centre commercial
- **Superficie moyenne du point de vente :** 45 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 320 et 500
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 140

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant de proximité ou entrepreneur expert de sa zone d'implantation, amoureux et ambassadeur du savoir-faire français, nos candidats souhaitent valoriser une production artisanale de gourmandises chocolatées, sucrés et salés à destination d'une clientèle familiale.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 18 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Trois semaines.

LE JARDIN DES FLEURS

Le Plaza
185, boulevard du Maréchal-Leclerc
CS 61880
33064 BORDEAUX
Tél. 05 57 81 20 81
Mail : developpement@floranova.fr
Site web : www.lejardindesfleurs.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fleuristes en libre-service
- **Création de l'enseigne :** 1987
- **Ouverture de la première franchise :** 1989
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Pionnier des réseaux de fleuristes en libre-service, le JARDIN DES FLEURS accompagne depuis 30 ans des porteurs de projets vers la réussite grâce à un modèle économique rentable sur un marché qui ne connaît pas la crise. Élue Meilleure chaîne de magasins de l'année pour la septième année consécutive, l'enseigne est également en tête des réseaux sociaux. La stratégie digitale fait aujourd'hui partie intégrante du développement de l'enseigne.
- **Contact franchise et développement :**
M. Vincent BENARD
(Responsable Développement)
v.benard@floranova.fr
SERVICE DÉVELOPPEMENT
developpement@floranova.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 20
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 63
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 12 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 350 et 1 000
- **Apport personnel en K€ :** De 30 à 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des hommes et des femmes avec l'esprit d'entreprendre ! Aucune connaissance du métier n'est obligatoire, la formation de dix semaines permet d'être opérationnel dès l'ouverture de votre magasin.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 17 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance communication de 1,5 % sur CA HT
- **Formation proposée :** – Formation initiale (dix semaines), dans un centre de formation en interne.
– Formation continue pour les responsables de magasin et les fleuristes.

LÉON

55, rue Deguingand
92300 LEVALLOIS-PERRET
Tél. 01 53 45 83 83
Mail : franchiseleon@groupeflo.fr
Site web : www.restaurantleon.fr



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Restauration à thème Fish Brasserie
- **Création de l'enseigne :** 1893
- **Ouverture de la première franchise :** 1989
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Les amateurs de moules frites connaissent obligatoirement LÉON (ex-LÉON DE BRUXELLES). Créée à Bruxelles en 1893, l'enseigne est devenue la référence française en matière de restaurants spécialisés dans les produits de la mer. En décembre 2019, le réseau est passé entre les mains du groupe Bertrand, autre grand spécialiste de la restauration (BURGER KING, AU BUREAU, HIPPOPOTAMUS, brasserie Lipp...) qui fait évoluer le concept en Fish Brasserie, spécialiste des produits de la mer.

Le réseau principalement succursaliste se développe aujourd'hui à la franchise. En 2022, le premier solo nouveau concept a ouvert à Dreux. Les restaurants rénovés en Fish Brasserie voient leur CA augmenter de plus de 25 %.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Naoual MERHFOUR
(Directrice développement de la franchise)
M. Erwan JALINIER
(Directeur général adjoint)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 54
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 27
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** Zone commerciale, périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 450 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1400
- **Apport personnel en K€ :** 100 à 300
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant ; gestionnaire ; manager ; entrepreneur. Restaurateurs souhaitant transformer leur restaurant ; investisseurs ; cadres supérieurs ; hôteliers souhaitant faire évoluer leur offre de restauration.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 + 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Frais de formation et d'assistance à l'ouverture : 15 000 € HT
- **Formation proposée :** 4 semaines.

LEONIDAS

Boulevard Jules-Graindor 41-43
 B-1070 BRUXELLES
 BELGIQUE
 Tél. +32 2 522 19 57
 Mail : sales@leonidas.be
 Site web : www.leonidas.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fabrication et commercialisation en gros et au détail de produits de confiserie, de chocolat et de sucre
- **Création de l'enseigne :** 1913
- **Ouverture de la première franchise :** 1960
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 1913, Leonidas Kestekides, confiseur grec et passionné de confiserie, écrivait les premières lignes d'une histoire, composée de pralines, de délices et de pur plaisir. Il était à mille lieues de penser qu'il allait fonder un véritable empire. Arrivée au ^{xxi}e siècle, l'entreprise familiale traditionnelle fait place à une structure professionnelle solide, avec plus de 1 200 points de vente dans le monde et près de 300 en France. Différents concepts (boutique classique, shop in shop, kiosque, Chocolates&Café) permettent de répondre aux différents projets et environnements commerciaux tout en véhiculant l'image des valeurs de LEONIDAS : la tradition et le savoir-faire mais aussi la modernité et le dynamisme. Aujourd'hui, la société poursuit la mission que s'était fixée Leonidas Kestekides : « créer des moments de bonheur pour tous » !

- **Contact franchise et développement :**
M. David LESKENS

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 12
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 285
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 18

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N°1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 40 à 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 30 à 40% de l'investissement
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Dynamiques, motivés, ayant le goût du contact, entrepreneurs
- **Durée du contrat :** Contrat sans durée limitée
- **Droit d'entrée :** 0
- **Redevances directes :** 0
- **Redevances indirectes :** 0
- **Autres obligations financières :** Apport personnel 50 K€ minimum
- **Formation proposée :** Formation intégration de trois semaines dès l'entrée dans le réseau + formation continue + E-learning

LES 3 BRASSEURS

4, rue de l'Espoir
59260 LEZENNES
Tél. 06 18 26 60 53
Mail : julien.lisbona@les3brasseurs.com
Site web : www.3brasseurs.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Microbrasserie restaurant
- **Création de l'enseigne :** 1986
- **Ouverture de la première franchise :** 1986
- **Étapes marquantes de son évolution :**
LES 3 BRASSEURS est un réseau de restaurants qui propose un concept de restauration associé à une microbrasserie, dans une ambiance chaleureuse et conviviale.

Les restaurateurs LES 3 BRASSEURS sont avant tout des passionnés, qui souhaitent proposer un lieu vivant et animé. L'originalité de notre réseau réside dans la fabrication des bières qui sont imaginées et confectionnées sur place, dans la microbrasserie dédiée.

Le réseau LES 3 BRASSEURS, à la rentabilité significative, est composé 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.

- **Contact franchise et développement :**
julien.lisbona@les3brasseurs.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 25
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 45
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Zone commerciale, N° 1 ou 1 bis centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 600 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 3 000
- **Apport personnel en K€ :** 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 1 700

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Manager, entrepreneur, goût accru pour le métier de restaurateur. Partager nos valeurs de simplicité, générosité et convivialité.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** location microbrasserie à partir de 3 500 € HT / mois + assistance technique microbrasserie 2 238 € HT / mois
- **Formation proposée :** Franchisé / chef / Brasseurs
Durée : 8 à 12 semaines.

LES MENUS SERVICES

11-13, rue de La Rochefoucauld
92100 BOULOGNE-BILLANCOURT
Tél. 06 61 35 83 78
Mail :
franchise@les-menus-services.fr
Site web :
<https://franchise.les-menus-services.com/>



LA CONFIANCE À DOMICILE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Spécialiste et leader du portage de repas au domicile de personnes âgées
- **Création de l'enseigne :** 2003
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
L'enseigne LES MENUS SERVICES a été créée en 2003 par Alain BALANDREAUD. Elle se distingue par la qualité et la variété des repas qu'elle sert chaque jour à ses clients et par sa capacité à décliner son offre sur les principaux régimes, y compris les repas mixés. En 2022, LES MENUS SERVICES a servi 4 millions de repas sur tout le territoire français auprès de personnes âgées qui ne souhaitaient plus ou ne pouvaient plus cuisiner elles-mêmes leurs repas. Dans le cadre de l'offre globale de services, LES MENUS SERVICES propose aussi des prestations de ménage et de repassage à domicile, de téléassistance, de petits bricolages, d'assistance administrative et bien plus encore...
- **Contact franchise et développement :**
Mme Perrine LURON
(Correspondante des candidats à la franchise)
franchise@les-menus-services.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 112
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 12

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profil commercial et manager. Capacité à développer et à entretenir un réseau de prescripteurs. Conscient du rôle qu'il a auprès de ses clients.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 5,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 4 semaines dont 1 semaine de théorie et 3 semaines de pratique. Coût : 8 000 € HT

MACLEM

Z.I. Les Sardenas
805, allée des Suilles
13680 LANÇON-PROVENCE
Tél. 04 90 45 55 55
Mail : franchise@maclem.fr
Site web : www.maclem.fr

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Climatisation – Pompes à chaleur – Énergies renouvelables
- **Création de l'enseigne :** 2015
- **Ouverture de la première franchise :** 2020
- **Étapes marquantes de son évolution :**

MACLEM est la première franchise spécialisée en climatisation, pompe à chaleur et énergies renouvelables. Fondée en 2015, l'enseigne place la réactivité, la qualité et l'humain au cœur de son projet de développement.

Notre expertise, notre savoir-faire et notre accompagnement nous permettent d'apporter une solution sur mesure et adaptée à chacun des besoins de nos clients.

- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 25
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 10



L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Environ 140 000 habitants
- **Emplacement :** Aucun
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 300
- **Apport personnel en K€ :** 9
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 33

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Idéalement technico-commercial dans les énergies renouvelables. Un simple commercial avec une réelle capacité d'adaptation et relationnelle aura tous les outils pour développer son agence
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 23 000 €
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Incluse dans les droits d'entrée – 3 semaines.

MAIL BOXES ETC.

37 bis, rue du Général Leclerc
92130 ISSY-LES-MOULINEAUX
Tél. 01 41 90 12 10
Mail : franchise@mbefrance.fr
Site web : www.mbe-franchising.fr



MAIL BOXES ETC.[®]

#PeoplePossible

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Prestataire de services dans l'envoi de colis, l'impression et la domiciliation BtoB | BtoC
- **Création de l'enseigne :** 1980
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
MAIL BOXES ETC. a été créé aux États-Unis en 1980. Le réseau s'est exclusivement développé sous forme de franchise. Depuis 2009, la marque est détenue par MBE Worldwide SA basée à Milan, qui était déjà propriétaire de la Master Franchise pour plusieurs pays en Europe. MBE France est une filiale de MBE Worldwide implantée depuis 2012 pour animer et développer le marché français. Avec presque 100 centres ouverts sur l'ensemble du territoire, MAIL BOXES ETC. ne cesse de croître, sur un marché qui est lui aussi en pleine croissance.
- **Contact franchise et développement :**
Mlle Jordane KECK
(Responsable Développement)
jkeck@mbefrance.fr
M. Alexandre NIVAUT
(Chargé Développement)
franchise@mbefrance.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 93
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 7

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 82

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Envie d'entreprendre, commercial BtoB, polyvalent, volonté de s'impliquer dans le point de vente et au sein d'un réseau de franchise.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 22 000 € HT
- **Redevances directes :** 6,5% (royalties) + 1,5% (marketing)
- **Redevances indirectes :** 2% du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 7 semaines

MAISONS PIERRE

36, avenue Pierre-Brossolette
Immeuble Pyramide, étage 2
92240 MALAKOFF
Tél. 01 55 60 27 50
Mail : franchise@maisons-pierre.com
Site web : <https://www.maisons-pierre.com/franchise/>



MAISONS PIERRE

Votre bien-être se construit ici.

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Constructeur de maisons individuelles
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 2016
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créé en 1984, le groupe MAISONS PIERRE réalise la construction de maisons individuelles principalement sur le bassin parisien. Avec plus de 55 000 constructions réalisées, l'entreprise est devenue l'un des leaders en France de l'accèsion à la propriété. MAISONS PIERRE est membre du Pôle Habitat de la FFB et de la Fédération Française de la Franchise. Aujourd'hui, la volonté de MAISONS PIERRE est de se développer en réseau de franchise et devenir le premier constructeur de maisons individuelles au niveau national. Actuellement, le réseau compte 20 agences franchisées en activité et, en 2022, MAISONS PIERRE prévoit d'ouvrir plus d'une dizaine d'agences en franchise. L'objectif du réseau est de se développer sur l'ensemble du territoire français.

- **Contacts franchise et développement :**

M. Jean-Michel BOURNERIAS

(Chargé de développement Franchise)

jean-michel.bournerias@maisons-pierre.com

Mme Stéphanie GIROUX

(Chargée de communication)

stephanie.giroux@maisons-pierre.com

Mme Agathe BESNIER

(Assistante de Direction et ADV)

agathe.besnier@maisons-pierre.com

M. Jérôme BLAVETTE

(Animateur Commercial)

jerome.blavette@maisons-pierre.com

M. Pedro GODINHO

(Animateur Commercial)

pedro.godinho@maisons-pierre.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 45
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 20
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 250 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 3 000
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur en bâtiments, cadres en reconversion professionnelle, directeurs commerciaux, professionnels de l'immobilier.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** NC

MÉDOR ET COMPAGNIE

300, rue Louis-Rustin
CS 44106 ARCHAMPS
74162 SAINT-JULIEN-EN-GENEVOIS
Tél. 06 42 76 62 01
Mails : abodet@medoretcie.com
Site web : www.medoretcompagnie.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Animalerie spécialisée dans l'alimentation et les accessoires pour chiens et chats
- **Création de l'enseigne :** 2003
- **Ouverture de la première franchise :** 2013
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Constatant le manque d'un véritable spécialiste chien et chat sur le marché de l'animalerie, Stéphane Broda, directeur de l'enseigne mûrit son projet et crée MÉDOR ET COMPAGNIE® en 2003.
Aujourd'hui, forte d'une expérience de 19 ans sur le marché de l'animalerie, l'enseigne se positionne, plus que jamais comme le spécialiste de l'alimentation et des accessoires pour chien et chat.
- **Contact franchise et développement :**
M. Alain BODET
(Directeur développement)
abodet@medoretcie.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 40
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 16
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 450 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 780
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 220

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Un état d'esprit entrepreneur. Une volonté de réussir. Un sens du commerce aiguisé. Le goût de la conquête client et de la fidélisation. Une attitude bienveillante et la capacité de tisser une relation de proximité avec les clients. Un bon potentiel managérial.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 1,85 % du CA TTC
- **Redevances indirectes :** 0,7 % du CA TTC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Initiale : 4 à 6 semaines en magasin pilote (utilisation des outils informatiques, connaissance du concept, technique de vente, les gammes).

MEMPHIS

SAS KING MEMPHIS
194, avenue des Romarins
34130 SAINT-AUNÈS
Tél. 04 66 67 91 65
Mail : secretariat@memphis-coffee.com
Site web : www.memphis-restaurant.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration à thème
- **Création de l'enseigne :** 2009
- **Ouverture de la première franchise :** 2011
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Poussez la porte d'un restaurant MEMPHIS et laissez-vous emporter par ce concept original inspiré des vrais « diners » américains. Créé en 2009, MEMPHIS a su se positionner sur le marché français comme le leader des diners américains grâce à une croissance soutenue, le réseau comptant aujourd'hui plus de 80 restaurants. L'enseigne fait référence, notamment comme spécialiste du burger en restauration assise. Prendre un repas dans un restaurant MEMPHIS, c'est l'assurance de vivre une expérience unique dans un univers propice au voyage, à la détente et au partage. Pour ses 10 ans, afin de répondre aux envies et aux modes de consommation des clients d'aujourd'hui, l'univers MEMPHIS a évolué pour devenir la référence des *diners* des années 2020.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Edith DABLANC
(Assistante développement),
developpement@memphis-coffee.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 8
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 70
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 50 000 habitants min.
- **Emplacement :** N° 1, 1bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** env. 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 200
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Sensibilité au métier de la restauration et aux services clients. Dynamique, sens du management et du commerce, gestion d'une équipe allant de 10 à 35 salariés, capacité à la gestion d'un à plusieurs établissements.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 45 000€ HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT (redevance enseigne)
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (redevance publicitaire)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation théorique et pratique équipe de gestion : 1 mois, ERP : 3 semaines + Formation continue sur site à l'ouverture.

MERCI +

27, rue Victor-Schoelcher
68200 MULHOUSE
Tél. 09 69 37 56 00
Mail : developpement.franchises@viasphere.fr
Site web : www.franchise-viasphere.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Service de ménage, repassage à domicile et jardinage
- **Création de l'enseigne :** 2003
- **Ouverture de la première franchise :** 2006
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2003, création de la marque.
2006, création du réseau de franchise.
2010, acquisition de MERCI + par le Groupe ViaSphere, groupe français leader du service aux particuliers et aux entreprises.
2021, MERCI + se développe également en zone semi rurale avec le concept de microfranchise, un format allégé avec beaucoup d'avantages pour les porteurs de projets
- **Contact franchise et développement :**
Mme Mina ZANAT
(Directrice Pôle Franchise)
mina.zanat@viasphere.fr
M. Frédéric FERET
(Responsable Développement Pôle Franchise)
frederic.feret@viasphere.fr
Mme Virginie BENOMAR-BULACH
(Directrice d'activité)
virginie.benomar@mercipius.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 17
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 26
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 100 000 habitants
- **Emplacement :** N°1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 40 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 65 et 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Les franchisés MERCI + viennent d'horizons très différents. Pourtant, ils présentent tous les mêmes qualités et compétences. Si vous vous reconnaissez dans ce profil, n'hésitez plus et rejoignez-nous :
 - **Esprit d'entreprise :** chez MERCI +, vous êtes le patron de votre agence.
 - **Fibre commerciale :** vous êtes le premier vendeur de votre agence et de vos prestations.
 - **Capacité à diriger :** vous recrutez et managez votre équipe d'intervenants.
 - **Sens du service :** la satisfaction de vos clients est au centre de vos préoccupations.
 - **Ambition :** vous souhaitez réussir professionnellement et financièrement.
 - **Esprit d'équipe et respect,** notamment dans vos relations avec vos salarié(e)s.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 3,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 4 à 6 semaines

MERCURE

ACCOR
ACC 300
2, rue de la Mare-Neuve
91000 ÉVRY-COURCOURONNES CEDEX
Tél. 01 61 61 61 62
Mail :
fr.communication.partenaires@accor.com
Site web : www.mercure.com

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie et restauration
- **Création de l'enseigne :** 1973
- **Ouverture de la première franchise :** 1975
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créée en France en 1973, MERCURE est une marque milieu de gamme qui allie la force d'un réseau international à des expériences authentiques et locales. L'engagement de la marque envers la qualité garantit un niveau de service constant et fiable dans chaque MERCURE à travers le monde, tandis que le design unique de chaque hôtel reflète le caractère et la culture de sa localité. Dans chaque hôtel MERCURE, les équipes sont reconnues pour leur passion, leur enthousiasme et partagent leurs connaissances de la scène locale. Les hôtels MERCURE sont idéalement situés en centre-ville, en bord de mer ou en montagne, avec plus de 250 hôtels en France. La marque poursuit activement son développement en France et à l'international.

- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAOUÏ
(Directeur Développement Franchise)
philippe.bijaoui@accor.com

MERCURE

HOTELS

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 215
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Selon ville
- **Emplacement :** Selon ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** 1 500 à 2 000 € HT par chambre construite
- **Redevances directes :** Pourcentage du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

MIDAS

1, rue de l'Union
92500 RUEIL-MALMAISON
Tél. 01 30 82 56 93
Mail : recrutement-franchise@midas.fr
Site web : franchise.midas.fr

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Entretien et réparation rapide de l'automobile
- **Création de l'enseigne :** 1976
- **Ouverture de la première franchise :** 1979
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1976, implantation de MIDAS en France.
1979, premier franchisé MIDAS en France.
1980, 17 centres MIDAS en France.
2009, 333 centres avec une évolution du portefeuille produits. Lancement de « LA Révision ».
2010, lancement du pneumatique MIDAS : le pneu TENOR.
2020, Éco Prévention, habilitation sur véhicules hybride et électrique à 100 %
- **Contact franchise et développement :**
M. Julien GOURAND
(Directeur Général)
jgourand@midas.fr
M. Ludovic DUGABELLE
(Directeur Marketing Produit & Client)
ldugabelle@midas.fr
Mme Inès CHARARA
(Chargée Recrutement Franchisés)
icharara@midas.fr
M. Sébastien ÉTIENNE
(Directeur Développement)
setienne@midas.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 15
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 352
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 11

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** Centre commercial, centre-ville, ZAC, retail park
- **Superficie moyenne du point de vente :** 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 650
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 190 et 220

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des hommes et des femmes qui ont envie de se réaliser en devenant chef d'entreprise au sein d'un réseau structuré et dynamique. Nos futurs franchisés sont de véritables entrepreneurs avec le sens du commerce, la passion du client et une réelle aptitude au management d'équipes de 4 à 6 personnes.
- **Durée du contrat :** 10, puis 5 ans renouvelable
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 4,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 4 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale de six semaines (deux théoriques, quatre pratiques) et formation permanente gratuite.

36-38, rue de la Princesse
78430 LOUVECIENNES
Tél. 01 39 18 92 20
Mail : developpement@mikit.fr
Site web : <https://devenir-franchise.mikit.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Constructeur de maisons individuelles
- **Création de l'enseigne :** 1983
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Le concept unique d'accès à la propriété MIKIT, est né il y a 40 ans avec un objectif : permettre au plus grand nombre d'acquies une maison individuelle de grande qualité en réalisant jusqu'à 30 % d'économie. MIKIT prend en charge l'intégralité du projet du client (proposition de terrains, recherche des financements, construction traditionnelle dans les règles de l'art). L'absence de stock à gérer et l'investissement modéré permettent une rentabilité importante. L'école de formation MIKIT, la MIKIT ACADEMIE permet un démarrage rapide et une mise à jour permanente du savoir-faire. Les supports marketing et la communication nationale permettent d'atteindre un niveau de notoriété élevé.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Laurence NAVARRO
(Responsable développement)
developpement@mikit.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 130
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 30

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Zone de chalandise exclusive
- **Emplacement :** Centre-ville, bonne visibilité sans être un emplacement N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 2 000 K€ (franchise) et 150 K€ (commission courtier)
- **Apport personnel en K€ :** 30 % de l'investissement
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :**
100 (franchise)
40 (courtage-affiliation)

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Gestionnaire à profil commercial.
- **Durée du contrat :**
7 ans (franchise)
4 ans (courtage-affiliation)
- **Droits d'entrée :**
37 000 € HT (franchise)
10 000 € HT (courtage-affiliation)
- **Redevances directes :**
6 % du CA (franchise)
- **Redevances indirectes :**
2,5 % du CA HT (franchise)
1 200 € HT / an (courtage-affiliation)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale + formations permanentes. Programme mensuel comportant des formations dans chaque discipline. Formation en e-learning.

MONCEAU FLEURS

145, rue Jean-Jacques-Rousseau
92130 ISSY-LES-MOULINEAUX
Tél. 01 80 00 20 34
Mail : developpement@emova-group.com
Site web : www.monceaufleurs.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente de fleurs en libre-service
- **Création de l'enseigne :** 1965
- **Ouverture de la première franchise :** 1998
- **Étapes marquantes de son évolution :**
MONCEAU FLEURS : Une enseigne emblématique. C'est en 1965 que l'aventure MONCEAU FLEURS naît à Paris, avec l'ouverture du premier magasin en face du parc Monceau. Cette enseigne de plus de 170 magasins propose des fleurs, plantes et bouquets en libre-service pour toutes les occasions de la vie en mettant en avant l'élégance à la française. Nombreux services : livraison, carte-cadeau, programme de fidélité et abonnement pour les professionnels. Ouvert 7 J/7.
Les valeurs de l'enseigne : Innovation, liberté, rapport qualité/prix et émotion. 50 ans plus tard, le réseau continue son développement en propre et en franchise.
- **Contact franchise et développement :**
M. Olivier GINOUX
(Directeur développement immobilier et technique)
o.ginoux@emova-group.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 36
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 146
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 12

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 25 000 habitants
- **Emplacement :** N°1 et 1 bis, axes entrées/sorties de ville et structurants, retail park et zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 80 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 210

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Pas de connaissances horticoles requises. Les franchisés viennent d'horizon très divers : grande distribution, restauration rapide, commerçants, finance, publicité, seul, en couple ou en association...
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Jusqu'à 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** 7 000 € (formation et assistance à l'ouverture)
- **Formation proposée :** Huit semaines de formation (théorique et pratique).

MONDIAL TISSUS

840, route du Mas-Rillier
69140 RILLIEUX-LA-PAPE
Tél. 04 37 85 12 30
Mail : franchise@mondialtissus.com
Site web : www.franchise.mondialtissus.fr

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente au détail de tissus d'habillement, d'ameublement et de mercerie
- **Création de l'enseigne :** 1981
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1981, un succès immédiat ! Création du réseau MONDIAL TISSUS.
1987, naissance d'un leader. À cette époque, nous affirmons déjà notre place de n° 1 dans la vente de tissu au mètre et d'articles de mercerie.
2010, un dirigeant inspirant. L'arrivée de Denis Levy est un nouveau souffle pour l'enseigne. Nous réalisons maintenant des projets tissus sur mesure, pour accompagner au plus près les ambitions de nos clients.
2015, la franchise est en marche. Lancement de notre site e-commerce et ouverture du premier magasin en affiliation à Évreux : c'est un succès !
2020, leader plus que jamais !
2025, nos ambitions ont du souffle ! Nous comptons 150 magasins sur le territoire et à l'étranger.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Sophie LAMBIN
(Directrice du Développement)
slambin@mondialtissus.com
M. David GIAPPESI
(Responsable du Développement)
dgiappesi@mondialtissus.com
Mme Alice MERCERON
(Chargée du Développement)
amerceron@mondialtissus.com

Mondial TISSUS

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 85
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 28
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 600 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 200
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Pas de profil en particulier
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 18 000 €
- **Redevances directes :** 7 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Trois à quatre semaines de formation dans nos magasins école. Deux semaines de formation pour l'équipe du franchisé.

MONOP'

14-16, rue Marc-Bloch
92116 CLICHY CEDEX
Tél. 01 78 99 90 00
Mail : lallamel@monoprix.fr
Site web : www.monoprix.fr

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Alimentation, petite restauration, dépannage
- **Création de l'enseigne :** 2004
- **Ouverture de la première franchise :** 2009
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Véritable concentré de Monoprix, monop' a été créé en 2005 et est un concept totalement nouveau en France. monop', c'est un petit magasin de 150 à 300 m² qui répond aux besoins et attentes des clients. monop' a l'avantage d'être pratique et accueillant: il privilégie le confort d'achat et une atmosphère conviviale et intime grâce à un décor coloré. Il offre aux clients la possibilité de composer en cinq minutes un repas à consommer sur place ou à emporter. Malgré sa superficie réduite, monop' offre un large choix de produits avec plus de 5 200 références allant du frais et ultra-frais à l'épicerie en passant par l'hygiène et la beauté. De plus, monop' s'est adapté au rythme d'une clientèle citadine et active.

- **Contact franchise et développement :**

Mme Anne COUILLARD
(Chef de service Juridique Franchise, Partenariat et International)

acouillard@monoprix.fr

M. Ludovic ALLAMEL

(Responsable recrutement Franchisé)

lallamel@monoprix.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 76
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 27
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 40 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 255 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 500
- **Apport personnel en K€ :** 250
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 600

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** 1,5% du CA TTC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Aide à l'ouverture, immersion en magasin, catalogue de formation à la demande du franchisé.

MONOPRIX

14-16, rue Marc-Bloch
92116 CLICHY CEDEX
Tél. 01 78 99 90 00
Mail : lallamel@monoprix.fr
Site web : www.monoprix.fr

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Alimentation, beauté, habillement, droguerie
- **Création de l'enseigne :** 1932
- **Ouverture de la première franchise :** 1932
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Tous les jours, MONOPRIX réinvente le métier de commerçant et rend le quotidien moins quotidien. Nos magasins s'engagent à apporter à leurs clients plaisir, qualité, surprise et simplicité pour que chaque jour soit différent, étonnant, prometteur... c'est tout l'esprit commerçant de MONOPRIX !

MONOPRIX a l'ambition de contribuer à la dynamique des villes et de s'impliquer durablement dans la vie locale. Présent dans plus de 250 villes en France, MONOPRIX participe activement à l'essor économique des centres-villes et à la vitalité de leurs quartiers. Notre esprit se traduit aussi par l'engagement en faveur d'un commerce durable. Nous pensons, achetons et vendons de façon responsable.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Anne COUILLARD
(Chef de service Juridique Franchise, Partenariat et International)
acouillard@monoprix.fr
M. Ludovic ALLAMEL
(Responsable recrutement Franchisé)
lallamel@monoprix.fr
M. David MOULIN
(Directeur Développement et Franchise)
dmoulin@monoprix.fr

MONOPRIX

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 286
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 33
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 40 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 1 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 5 000
- **Apport personnel en K€ :** 400
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** À partir de 2 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** DES PARTENAIRES : implantés localement et experts de leur région ; aux ambitions fortes de développement avec un profil d'entrepreneur disposant d'une assise financière solide et souhaitant s'investir pour une relation unique, de proximité et de confiance mutuelle.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** NC
- **Redevances directes :** 0,5 % du CA TTC alimentaire et 2 % du CA TTC non alimentaire
- **Redevances indirectes :** 0,15 HT % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Aide à l'ouverture, immersion en magasin, catalogue de formation à la demande du franchisé.

MY BEERS

10, rue de l'Abbaye-de-Léoncel
26300 CHÂTEAUNEUF-SUR-ISÈRE
Tél. 04 69 61 40 36
Mail : contact@mybeers.fr
Site web : <https://www.mybeers.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Concept hybride de bar, cave à bière et street-food
- **Création de l'enseigne :** 2013
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 2013, trois amoureux de la bière s'allient et s'engagent à faire découvrir les bières du monde entier au grand public. La cave à bière voit naturellement le jour. La volonté est aussi de créer un endroit convivial, familial et chaleureux pour initier et faire découvrir des bières méconnues du grand public. C'est pourquoi le bar de dégustation est apparu comme une évidence. C'est donc un espace mi-cave, mi-bar, qui a été mis en place. C'est également une position unique dans le marché de la bière puisque MY BEERS propose plusieurs activités dans un même lieu :

- Vente au détail à la cave,
- Dégustation au bar,
- Offre de street-food gourmande,
- Vente aux particuliers, professionnels et associations,
- Location de tirage pression pour tous événements.

- **Contact franchise et développement :**

M. Elmonic DONABEDIAN

elmo.y@hotmail.fr

M. Laurent NEUVILLE

l.neuville@mybeers.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 26
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N°1, parking, périphérie ou centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 700
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Tout type de profil dynamique, entrepreneur et engagé. Nous assurons une formation complète
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** 3 % du CA TTC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** un mois (5 000 €).

NACHOS

Hangar 10
Quai Ferdinand-de-Lesseps
76000 ROUEN
Tél. 06 07 17 98 72
Mail : franchise@nachos.fr
Site web : www.nachos-franchise.fr


#mangersain

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Enseigne de restauration rapide d'inspiration mexicaine
- **Création de l'enseigne :** 2013
- **Ouverture de la première franchise :** 2017
- **Étapes marquantes de son évolution :**
NACHOS est une enseigne de restauration rapide d'inspiration mexicaine basée sur le manger sain. Nous proposons quatre plats (fajita – ou burrito –, tacos, bowl et quesadillas), composés à la demande et sous les yeux du client. Notre particularité ? Des fruits et des légumes cuisinés sur place, des viandes françaises de qualité, sauces et guacamole faits maison. NACHOS se distingue de ses concurrents par la qualité et la fraîcheur des produits proposés.
- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 6
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 15
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 70 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 en centre-ville, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 90 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 900
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** La connaissance du secteur de la restauration est un plus, pas une obligation. Nos processus ont été conçus afin de simplifier l'exploitation des restaurants. Le candidat doit posséder des compétences de gestion et de management, avoir le sens du contact client et une aisance relationnelle.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 € HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** 5 000 € (formation initiale)
- **Formation proposée :** 5 semaines

NATILIA

78, rue Élisée-Reclus
69150 DÉCINES-CHARPIEU CEDEX
Tél. 04 82 91 74 45
Mail : recrutement@ast-reseaux.fr
Site web : <http://franchise.maison-natilia.fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Construction de maisons individuelles à ossature bois
- **Création de l'enseigne :** 2009
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Le réseau NATILIA, premier constructeur de maisons à ossature bois en France, est né en 2009 de la volonté d'AST Groupe, société cotée en Bourse et troisième constructeur de maisons individuelles, de proposer une maison à haute performance énergétique et accessible au plus grand nombre. NATILIA bénéficie d'un produit exclusif et différenciant sur le marché, grâce à son ossature bois Made in France et son outils de production unique : l'usine POBI.

Le concept NATILIA bénéficie d'une double isolation thermique, d'une empreinte carbone faible et permet de réaliser des économies d'énergie et de réduire le temps de construction.

Avec la mise en place de la RE 2020, le système constructif en ossature bois devient enfin une réalité pour tous !

- **Contact franchise et développement :**
Mme Anne-Sophie BOIVIN
(Responsable développement Réseaux)
recrutement@ast-reseaux.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 60
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Périphérie, parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 70 et 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 600
- **Apport personnel en K€ :** 65
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 160

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Vous êtes un homme ou une femme de terrain à l'écoute de vos interlocuteurs. Véritable gestionnaire, votre sensibilité financière et votre rigueur seront une des clés du développement de votre entreprise.
Vous avez l'ambition d'un manager, vous souhaitez fidéliser la clientèle, vos partenaires et développer une véritable synergie avec les autres agences du réseau : vous avez le profil recherché par NATILIA.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 650 €/mois + 0,8 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Inclus dans le droit d'entrée. Quatre semaines de formation théorique à Décines (69) : commerce, technique. Une semaine de formation pratique.

NATURALIA

12-14, rue Marc-Bloch
92110 CLICHY
Tél. 01 78 99 98 07
Mail : servicedeveloppement@naturalia.fr
Site web : www.naturalia.fr

NATURALIA
Soyez libre d'être nature.

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution de produits biologiques
- **Création de l'enseigne :** 1973
- **Ouverture de la première franchise :** 2003
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créé en 1973, filiale de Monoprix depuis 2008, NATURALIA est la première enseigne de distribution spécialisée bio en région parisienne, à Nice, Marseille, Strasbourg et dans les DOM-TOM. L'enseigne est présente dans plus de 70 villes en France et au Luxembourg avec plus de 250 magasins. NATURALIA est le premier distributeur alimentaire certifié B Corp. L'enseigne propose jusqu'à 10 000 produits bio sur naturalia.fr.

En 2013, NATURALIA propose de partager son savoir-faire en ouvrant son concept à la Franchise.

Fort de cette réussite, NATURALIA poursuit cette même dynamique, en proposant la « location gérance » à des partenaires désireux d'entreprendre.

- **Contact franchise et développement :**

M. Renaud MARET
(Directeur Immobilier et Technique)
rmaret@naturalia.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 200
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 50
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 19

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 150 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 600
- **Apport personnel en K€ :** 120 (30 K€ pour la location gérance)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 500 (30 K€ pour la location gérance)

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, entrepreneur
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** 2,5 % du CA TTC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Cinq semaines + formation continue.

NESTENN

Centre d'Affaires Grand Var
Bât. A
1110, chemin des Plantades
83130 LA GARDE
Tél. 0806 800 116
Mail : developpement@nestenn.com
Site web : www.nestenn.com

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Franchise immobilière
- **Création de l'enseigne :** 2017
- **Ouverture de la première franchise :** 1957
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 1957, AVIS-IMMOBILIER est la première franchise immobilière française. L'enseigne SOLVIMO a, quant à elle, été lancée en 2003. Début 2015, la direction du réseau est reprise par Olivier ALONSO et Delphine ROUXEL, spécialistes de la franchise immobilière depuis plus de 20 ans. Les réseaux SOLVIMO et AVIS-IMMOBILIER bénéficient ainsi d'une plateforme de services communs. Après deux années de découverte et de collaboration les franchisés des deux enseignes ont manifesté leur volonté d'aller plus loin et de sceller leur rapprochement par une marque commune lancée fin 2017 : NESTENN. À la fin de l'année 2022 l'enseigne comptabilise plus de 470 agences franchisées.
- **Contact franchise et développement :**
M. Romain ODANO
(Responsable Développement)
r.odano@nestenn.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 470
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 60

nestenn

GRUPE D'AGENCES IMMOBILIÈRES

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 50 000 habitants à 60 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, rue commerçante, si possible angle de rue, possibilité de stationnement
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 420
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100 à 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Compétences commerciales, managériales et de gestion. Esprit entrepreneurial partageant nos valeurs. Anciens cadres, commerçants ou commerciaux attirés par le monde de l'immobilier. Conseillers immobiliers ou agents immobiliers soucieux de rejoindre une enseigne dynamique et structurée.
- **Durée du contrat :** 6 ans
- **Droit d'entrée dans le réseau :** 22 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT avec une redevance mensuelle minimum de 750 € HT/mois
- **Redevances indirectes :** 380 € HT/mois
- **Autres obligations financières :** Redevance informatique 125 € HT/mois
- **Formation proposée :** 6 semaines alternant formation théorique et stages pratiques.

NICOLAS

1, rue des Oliviers
94320 THIAIS
Tél. 01 41 73 81 81
Mail : jmmainan@nicolas.com
Site web : www.nicolas.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Distribution via un réseau de magasins spécialisés de vins, champagnes et spiritueux
- **Création de l'enseigne :** 1822
- **Ouverture de la première franchise :** 1995
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Tout commence en 1822 sous Louis XVIII quand Louis Nicolas révolutionne le mode de consommation du vin en proposant la vente du vin en bouteilles. La Maison Nicolas est fondée à Paris avec l'ouverture d'une boutique et de trois dépôts, ce sont alors les prémices d'une grande aventure humaine. À l'époque où le vin se buvait sur place, ou s'achetait en tonneau, l'idée de Louis Nicolas va tout changer. En 1840, Louis Nicolas met en place la livraison à domicile qui marque un nouveau tournant dans l'histoire du vin. L'innovation passant aussi par l'offre, NICOLAS fut le premier à proposer en 1966 le Beaujolais Nouveau à grande échelle. En 1995, il met à l'honneur les Vins de Pays de France.

- **Contact franchise et développement :**

M. Philippe SABOT
(Responsable Commercial France)
psabot@nicolas.com

M. Jean-Marc MAIGNAN
(Responsable développement franchise)
jmmainan@nicolas.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 493
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 9
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 20 000 habitants à 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 50 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 300
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 185

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous souhaitons des candidats avec un engagement fort aux valeurs de notre marque et c'est pour cela que nous cherchons avant tout des personnes passionnées par le vin et capables de délivrer un service d'excellence.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 € HT
- **Redevances directes :** Redevance proportionnelle : 0 %. Achats extérieurs : 10 % HT sur le montant des achats extérieurs
- **Redevances indirectes :** Montant annuel consacré à la publicité : 1 % du CA HT pour un minimum de 1 500 €
- **Autres obligations financières :** Montant publicitaire minimum consacré par le franchisé pour l'ouverture : 1 500 €
- **Formation proposée :** 5 semaines.

NINKASI

267, rue Marcel-Mérieux
69007 LYON
Tél. 07 78 81 08 23
Mail : contact.franchise@ninkasi.fr
Sites web : www.ninkasi.fr
<https://www.facebook.com/Ninkasifr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Bière – Burger – Musique. Nos lieux sont des pubs modernes où il fait bon de se retrouver
- **Création de l'enseigne :** 1997
- **Ouverture de la première franchise :** 2010
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Création en 1997 du NINKASI à Lyon Gerland sur une idée simple : implanter le concept des microbrasseries américaines en France. L'idée est de créer l'alchimie parfaite entre la production de bières de qualité, une offre de restauration en partenariat avec des acteurs locaux et l'organisation de concerts et soirées, le tout dans des lieux de vie chaleureux et conviviaux.
2010, ouverture de la première franchise à Lyon.
2012, installation de la fabrique de bière à Tarare (69).
De 2017 à 2020, accélération du développement avec 11 ouvertures,
2021, ouverture de quatre NINKASI : OL Vallée-Décines (69), Dijon (21), Mâcon (71), Aubières (63)
2022, ouverture de NINKASI Vénissieux Grand Parilly (69) et NINKASI Grésy-sur-Aix (73)
- **Contact franchise et développement :**
Mme Clémence LELARGE
(Responsable Développement)
clemence.lelarge@ninkasi.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 9
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 17
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 35 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 150 et 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 400
- **Apport personnel en K€ :** 100 à 250 selon format
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 550 et 1 200 selon format

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous cherchons des femmes et des hommes désireux de vivre une aventure entrepreneuriale dans un réseau dynamique avec des valeurs fortes. Véritable commerçant, vous pilotez votre centre de profit en bénéficiant d'un accompagnement personnalisé de la tête de réseau.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** Entre 30 K€ et 45 K€ HT selon format
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % de marketing et communication
- **Autres obligations financières :** De 0,8 à 1,5 % pour la musique selon format
- **Formation proposée :** En rejoignant le NINKASI, vous bénéficierez d'une formation complète de 60 jours et d'une assistance avant, pendant et après l'ouverture.

NOCIBÉ

2, rue de Ticléni
59493 VILLENEUVE-D'ASCQ
Tél. 03 20 71 53 80
Mail : ssabattucci@nocibe.fr
Site web : www.nocibe.fr

NOCIBÉ
LA BEAUTÉ PARTAGÉE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Parfums, cosmétiques, maquillages, crèmes de soin et institut de beauté
- **Création de l'enseigne :** 1984
- **Ouverture de la première franchise :** 2000
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1984, création de la première parfumerie NOCIBÉ par Daniel VERCAMER.
 - 2000, le cap des 100 magasins est atteint. NOCIBÉ s'ouvre à la franchise en reprenant le groupe THE-LEM (49 magasins).
 - 2003, ouverture du 300^e magasin. NOCIBÉ devient le troisième acteur majeur du marché de la parfumerie sélective.
 - 2014, le Groupe DOUGLAS, leader européen de la parfumerie sélective (1 700 magasins implantés dans 19 pays) rachète NOCIBÉ qui fusionne avec DOUGLAS FRANCE pour devenir le n° 2 du marché avec plus de 500 points de vente.
 - 2021, NOCIBÉ est le plus grand réseau français de distribution sélective de parfums et cosmétiques, le deuxième en termes de chiffre d'affaires.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Sylvie SABATTUCCI
ssabattucci@nocibe.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 428
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 113
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 100
- **Apport personnel en K€ :** 30 % de l'investissement global (minimum 150 K€)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 250 et 300 (selon le choix de l'assortiment du stock)

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Tout candidat ayant déjà une expérience de commerçant de proximité, ayant le sens client, des compétences en management et en gestion et un intérêt particulier pour les produits de parfumerie, cosmétiques, soins. Une expérience dans l'activité « institut de beauté » est la bienvenue. Pour développer cette activité dans les zones géographiques qui restent à développer en France.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Huit jours de formation initiale : franchise, concept, vente et parfums + huit jours terrain pour les non parfumeurs.

NORAUTO FRANCHISE

2A, boulevard Van Gogh
59650 VILLENEUVE-D'ASCQ
Tél. 03 59 31 82 70
Mail: franchise@norauto.fr
Site web : www.norauto-franchise.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Centre auto
- **Création de l'enseigne :** 1970
- **Ouverture de la première franchise :** 1981
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 2003, le groupe NORAUTO reprend MAXAUTO (créé en 1970) et devient Mobivia Groupe en 2010. Forte de l'expérience acquise dans le cadre de l'exploitation de son réseau de franchise, l'enseigne MAXAUTO devient en 2011 NORAUTO FRANCE FRANCHISE : l'entité chargée de développer la franchise et d'accompagner les franchisés au sein de NORAUTO. Dès lors, NORAUTO FRANCE accélère son développement et déploie progressivement dans son réseau l'ensemble des gammes et des services présents dans l'offre NORAUTO (e-commerce, pare-brise, 2Roues, carte grise...) pour atteindre les 100 unités en juillet 2014. À date, le réseau NORAUTO France compte 420 centres, dont plus de 140 en franchise.

- **Contact franchise et développement :**
M. Thibaut CASTRO DELANNOY
(Chargé de recrutement)
castrodelannoy@norauto.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 270
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 140
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 800 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 600
- **Apport personnel en K€ :** 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 550

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Commerçant, doté d'un très bon relationnel. Bon gestionnaire, manager capable d'entraîner une équipe de 6 à 10 personnes, entrepreneur, homme de terrain disposant d'une forte capacité de travail, goût pour le technique.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** La redevance mensuelle de franchise varie de 1,9 à 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Au minimum quatre mois de formation pratique, complétée par une formation théorique : la certification Entrepreneur franchisé (gestion, management...).

NOVOTEL

ACCOR
ACC 300
2, rue de la Mare-Neuve
91000 ÉVRY-COURCOURONNES CEDEX
Tél. 01 61 61 61 62
Mail :
fr.communication.partenaires@accor.com
Site web : www.novotel.com

NO VO TEL

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Hôtellerie et restauration
- **Création de l'enseigne :** 1967
- **Ouverture de la première franchise :** 1967
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créée en 1967, NOVOTEL est la marque fondatrice du groupe Accor. Les hôtels NOVOTEL proposent des lieux de vie à la fois chaleureux et multifonctionnels où les clients peuvent reprendre le contrôle du temps pour profiter des moments qui comptent vraiment : des chambres spacieuses au design simple et élégant, une restauration saine et équilibrée, des salles de réunion spécialisées et un personnel attentif.

Les valeurs fondamentales de NOVOTEL sont l'innovation, l'engagement dans le développement durable, un niveau de qualité exigeant et homogène, et la générosité envers les familles.

Le réseau NOVOTEL est présent dans plus de 60 pays avec plus de 530 hôtels.

- **Contact franchise et développement :**
M. Philippe BIJAOUÏ
(Directeur Développement Franchise)
philippe.bijaoui@accor.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 85
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Selon ville
- **Emplacement :** Selon ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 12 ans
- **Droit d'entrée :** 2 000 à 3 000 € HT par chambre
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** NC

O'MALO

10, rue du Rang-de-Veseaux
88200 SAINT-NABORD
Tél. 03 29 26 70 86
Mail : contact@omalo.fr
Site web : <https://www.omalo.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide
- **Création de l'enseigne :** 2008
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2001, ouverture d'un premier fast-food à Plombières-les-Bains dans les Vosges : "Chez Malo".
2004, un second restaurant du même nom s'ouvre à Gérardmer sur les mêmes principes : service sur place ou à emporter, proposition, de menus variés.
2008, élaboration d'un concept et d'une charte propre aux restaurants, l'enseigne "O'Malo Restaurant Fast-Food" est née.
2014, 18 restaurants O'Malo ont ouvert leurs portes sur le Grand Est, une dizaine est encore à venir, l'objectif étant une implantation au niveau national
2022, ouverture de 10 franchises en France.
- **Contact franchise et développement :**
M. Mathieu ULUS
(PDG)
omalo.fastfood@yahoo.fr
Mlle Meral ULUS
(Assistante de direction)
meral.y@omalo.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 11
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 27
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Entre 5 et 20 minutes de transport
- **Emplacement :** Zone commerciale, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 120 et 350 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 600 et 1000
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 250

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Cadre/manager du secteur tertiaire; salarié de la restauration ou de la vente; restaurateur indépendant.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 €
- **Redevances directes :** Pourcentage du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale du franchisé et du responsable (60 jours) Coût: 10 K€ HT).

O'TACOS

106, avenue Marx-Dormoy
92120 MONTROUGE
Tél. 01 85 78 06 20
Mail : contact.franchise@o-tacos.com
Site web : <https://o-tacos.com/fr/franchises>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** O'TACOS est une chaîne de restauration rapide créée en 2007 et spécialisée dans les tacos français
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondée en 2007 à Grenoble (France), O'TACOS a ouvert son premier restaurant en 2011 à Bordeaux et poursuit depuis son incroyable croissance. O'TACOS a ouvert près de 70 restaurants par an, et finit l'année 2022 avec 320 restaurants. Leader sur son marché en France et au Benelux, O'TACOS propose une version revisitée de tacos, alliant une cuisine rapide et traditionnelle. Avec sa célèbre sauce fromagère qui connaît un grand succès, O'TACOS offre une réelle alternative au fast-food classique. Le goût unique de ses produits est plébiscité par ses nombreux fans, notamment sur les réseaux sociaux.
- **Contact franchise et développement :**
M. Iheb JEBALI
(Responsable développement)
iheb.jebali@o-tacos.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 256
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 35

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 20 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des personnes motivées par la franchise, le challenge. Dynamique, le nouveau franchisé devra faire preuve d'intérêt pour la marque, en plus des compétences commerciales et managériales.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Théorique (2 semaines franchisé et/ou manager) et pratique (3 semaines franchisé, manager(s), équipiers polyvalents)

O2 CARE SERVICES

85, boulevard Marie et Alexandre Oyon
72100 LE MANS
Tél. 06 86 08 09 88
Mail : franchise@o2.fr
Sites web : www.o2.fr, www.o2-franchise.fr,
www.o2recrute.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** O2 est le n° 1 du service à domicile en France. Le réseau contribue à la qualité de vie des particuliers en leur apportant des services à domicile personnalisés : ménage-repassage, garde d'enfants, aide aux séniors, soutien scolaire, jardinage, handicap et incapacité temporaire.
- **Création de l'enseigne :** 1996
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1996, création de deux sociétés d'aide à la personne : Unipôles et At Home
 - 1999-2000, fusion des deux sociétés, création d'O2
 - 2009, création de l'activité garde d'enfants -de 3 ans et d'agences spécialisées en garde d'enfants
 - 2011, création du service d'aide à domicile pour les personnes âgées
 - 2012, développement de l'enseigne en franchise et création de la micro-franchise jardinage
 - 2013, création du service d'aide à domicile pour les personnes en situation de handicap
 - 2017, création de la franchise jardinage
 - 2018, création de l'activité bricolage
 - 2020, création de l'activité soutien scolaire
 - 2022, après plus de 25 ans d'expérience, O2 est élue marque préférée des Français et passe le cap des 500 agences !
- **Contact franchise et développement :**
 - Mme Marina CHARRIER
 - (Directrice développement)
 - marina.charrier@ouicare.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 192
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 300
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Environ 30 000 ménages
- **Emplacement :** Facilement accessible par les salariés
- **Superficie moyenne du point de vente :** 45 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Environ 325 (en année 2)
- **Apport personnel en K€ :** 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 81,5

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des entrepreneurs souhaitant investir dans un métier qui a du sens. Il faut être doté d'une fibre commerciale, d'un sens du service et d'une volonté de travailler dans un secteur où l'humain est au cœur des échanges. Le partage de nos valeurs de respect, d'excellence, d'attitude positive et d'esprit d'équipe est essentiel.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 46 500 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** O2 délivre une formation complète assurant une transmission du savoir-faire par le terrain et par le théorique. L'enseigne possède son propre organisme de formation agréé par l'Etat (Académie des Services à la personne) pour préparer le titre de RSP (Responsable du secteur des services à la personne) et le DISAP (Dirigeant d'Intervention sociale des Services à la personne) nécessaires pour prêter les activités auprès des jeunes enfants et des personnes dépendantes.

ON AIR

37, quai de l'Apport-Paris
91100 CORBEIL-ESSONNES
Tél. 06 28 78 71 27
Mail : franchise@onair-fitness.fr
Site web : <http://onair-fitness.fr/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Club de remise en forme
- **Création de l'enseigne :** 2017
- **Ouverture de la première franchise :** 2019
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Créée en 2017, après plus de 20 ans d'expérience sur le marché du fitness, la marque ON AIR FITNESS se développe sous contrat de franchise depuis 2019 et compte fin 2022 26 clubs ouverts sur toute la France. Sport, Musique, Design, tels sont les éléments définissant un concept novateur de salle de sport s'adressant aux millenials !
- **Contact franchise et développement :**
M. Alexis BOLLE
(Développeur)
alexisbolle@onair-fitness.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 6
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 20
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 1 000 et 2 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 400
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneur et investisseur
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 42 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** NC.

ORCHESTRA

200, avenue des Tamaris
ZAC Saint-Antoine
34130 SAINT-AUNES
Tél. 04 99 130 800
Mail : jmfestival@orchestra-premaman.com
Site web : www.orchestra.com

ORCHESTRA®
MODE ENFANT • MATERNITÉ • PUÉRICULTURE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Distribution et conception de mode enfant 0 à 14 ans (vêtements, chaussures, accessoires) maternité et puériculture
- **Création de l'enseigne** : 1995
- **Ouverture de la première franchise** : 1999
- **Étapes marquantes de son évolution** : 1995, création. 1996-1998, définition du concept, création des structures. 1998-2000, développement et ouverture d'une vingtaine de succursales. 2010, lancement du Club Orchestra. 2012, expansion à l'international (Grèce, Chine...). ORCHESTRA et PRÉMAMAN unissent leur expertise sur le marché de l'enfant pour former le Groupe Orchestra-Prémaman. 2013, BABY 2000 vient renforcer le Groupe en matière de puériculture. Aujourd'hui ORCHESTRA c'est près de 650 magasins à travers le monde, une présence dans 40 pays et plus de 5 millions de membres Club ! Avec l'implantation de nombreux mégastores, les parents ont le spécialiste qui leur facilite la vie.
- **Contact franchise et développement** :
M. Pierre MESTRE
(Président Directeur Général)
info@orchestra.fr
M. Jean-Michel ESTIVAL
(Directeur de la Franchise & International)
jmfestival@orchestra-premaman.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 143
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 108
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 8

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement** : Périphérie, n° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente** : Entre 500 et 3 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : Entre 1 000 et 6 000
- **Apport personnel en K€** : 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 500 €/m²

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Commerçant
- **Durée du contrat** : 9 ans
- **Droit d'entrée** : 10 000 € HT
- **Redevances directes** : Commission sur CA sur marques propres, achats directs sur marques nationales en puériculture
- **Redevances indirectes** : NC
- **Autres obligations financières** : 0,5% sur communication
- **Formation proposée** : Formation pouvant aller jusqu'à trois mois (au siège social et en magasin formateur).

Le Plaza
185, boulevard du Maréchal-Leclerc
CS 61880
33064 BORDEAUX
Tél. 05 57 81 20 83
Mail : developpement@floranova.fr
Site web : www.oya-fleurs.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Boutique de fleurs
- **Création de l'enseigne :** 1997
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Le premier réseau de boutiques de fleurs tendance. Avant-gardiste depuis ses débuts en 1997, OYA ne cesse de proposer l'inattendu, la créativité dans le design floral, à ses clients. Réinventer un métier, optimiser l'espace, structurer l'offre, dynamiser les ventes... OYA a une identité différenciante, un positionnement produit unique et un merchandising propre et structuré.
- **Contact franchise et développement :**
M. Vincent BENARD
(Responsable développement)
developpement@floranova.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 15
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 5 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 70 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 100 et 450
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 90

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Devenir franchisé OYA, c'est avoir envie de gérer une boutique, une équipe, de satisfaire sa clientèle grâce à des produits tendances. La motivation, le sens du commerce et l'envie de s'investir sont les facteurs clés de votre succès.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 8 750 € HT
- **Redevances directes :** 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Cinq semaines.

PAUL

344, avenue de la Marne
CS 64022
59704 MARCQ-EN-BAROEUL
Tél. 03 20 78 32 32
Mail : nlacaes@groupeholder.com
Site web : www.paul.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Boulangerie, pâtisserie, viennoiserie, sandwicherie et petite restauration
- **Création de l'enseigne :** 1889
- **Ouverture de la première franchise :** 1990
- **Étapes marquantes de son évolution :**
PAUL, Maison de Qualité fondée en 1889 est d'abord une affaire familiale. Aujourd'hui, PAUL recouvre un réseau de plus de 800 boulangeries-pâtisseries dans le monde, proposant à plus de 5,5 millions de clients mensuels (en France) des pains rustiques et de fantaisie, des viennoiseries, des pâtisseries ainsi que des sandwiches. L'enseigne propose également une petite restauration dite « boulangère ».
- **Contact franchise et développement :**
M. Pierre BONIN
(Directeur Immobilier et Développement)
pbonin@groupeholder.com
M. Patrice GARDAIRE
(Responsable National Développement Franchise)
pgardaire@groupe-paul.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 85
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 315
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 20

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 20 % des investissements minimum
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Le candidat idéal a une forte motivation pour notre marque et nos produits, une expérience professionnelle réussie, des aptitudes démontrées de meneur d'hommes et d'encadrement d'équipes. Un fort pouvoir relationnel et commercial. Des facultés à développer dans le temps plus d'un magasin. Un bon tissu relationnel local.
- **Durée du contrat :** 7 ans (contrat renouvelable)
- **Droit d'entrée :** 48 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation technique vente, fabrication, gestion + assistance à l'ouverture + assistance et conseils pendant la durée du contrat.

PETITS-FILS

183, rue de Javel
75015 PARIS
Tél. 01 84 01 11 15
Mail : franchise@petits-fils.com
Sites web : <https://www.petits-fils.com/>
<https://franchise.petits-fils.com/>

Petits fils
SERVICES AUX GRANDS-PARENTS

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réseau national d'agences spécialisées dans l'aide à domicile pour les personnes âgées
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2012
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Juillet 2007, création de PETITS-FILS à Boulogne-Billancourt. 2012, ouverture de la première agence franchisée PETITS-FILS à Montrouge. 2017, premier renouvellement de contrat de franchise et première multifranchise PETITS-FILS. Janvier 2019, adhésion à la FFF. Novembre 2019, PETITS-FILS passe le cap des 100 agences. Novembre 2020, PETITS-FILS révèle une nouvelle identité de marque, plus moderne et dynamique. Février 2022, PETITS-FILS est la 36^e entreprise française la plus créatrice d'emplois (palmarès *Le Figaro*). Novembre 2022, PETITS-FILS compte plus de 250 agences d'aide à domicile.
- **Contact franchise et développement :**
M. Laurent WATTEZ
(Directeur du développement)
developpement@petits-fils.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 245
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 40

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Selon le nombre de personnes âgées
- **Emplacement :** NC
- **Superficie moyenne du point de vente :** 30 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 300 et 600 (en année 3, selon niveau d'invest.)
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 55 et 78

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneurs polyvalents avec des qualités en gestion, organisation, commercial et management. Le franchiseur se charge d'enseigner le métier aux franchisés. Le/la franchisé.e doit partager les valeurs de professionnalisme de PETITS-FILS : s'occuper de ses clients avec la même exigence de qualité que s'il s'agissait de ses propres grands-parents.
- **Durée du contrat :** 7 ans (renouvelable)
- **Droit d'entrée :** 12 000 € HT à 19 800 € HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale : quatre semaines (dont une semaine de stage en agence) ; formation annuelle ; séminaire annuel.

PHOOD

2, rue Marc-Sangnier
33130 BÈGLES
Mail : info@phood.fr
Site web : <https://www.phood.fr/>



LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Street Gastronomie Premium d'inspiration vietnamienne
- **Création de l'enseigne :** 2015
- **Ouverture de la première franchise :** 2018
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2011, ouverture du premier point de vente PHOOD rue du Pas-Saint-Georges à Bordeaux (33).
2018, ouverture du 2^e point de vente PHOOD centre commercial Rives-d'Arcins à Bègles (33). Ouverture du 3^e point de vente PHOOD franchisé à Orléans (45).
2019, ouverture du 4^e point de vente PHOOD à Paris, rue Cadet (75009).
2020, ouverture du 5^e point de vente franchisé PHOOD rue Bonnac à Bordeaux (33).
2021, ouverture du 6^e point de vente PHOOD centre commercial Vache-Noire à Arcueil (94). Ouverture du 7^e point de vente franchisé PHOOD rue de la Promenade-de-la-Plage à Cagnes-sur-Mer (06).
2022, ouvertures prochaines à Lyon, Angers, Saint-Médard-en-Jalles, Nancy...
- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** NC
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 40 000 habitants
- **Emplacement :** Centre commercial, n° 1, 1bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 120 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 850
- **Apport personnel en K€ :** 100 à 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 400

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Cadre et cadre supérieur en reconversion. Investisseur multifranchisé. Professionnel de la restauration.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** 5 K€ minimum (Pack communication d'ouverture restaurant)
- **Formation proposée :** Phood Academy (certifiée Qualiopi) : 6 semaines.

1, route Militaire
77305 FONTAINEBLEAU CEDEX
Tél. 01 41 09 66 66
Mail : recrutement_franchise@picard.fr
Site web : www.picard.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente de produits surgelés en magasin
- **Création de l'enseigne :** 1973
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1974, ouverture du premier magasin à Paris.
 - 1987, PICARD inaugure son 100^e magasin et commence à s'installer en province.
 - 2012, PICARD s'installe en Belgique.
 - 2013, PICARD ouvre son 900^e magasin en France, met le cap sur l'île de La Réunion.
 - 2014, ouverture du premier corner au Japon et premier magasin au Luxembourg.
 - 2015, lancement de la franchise en France et ouverture du millième magasin.
 - 2017, installation du premier Snack-Bar en magasin; lancement du programme relationnel Picard & Moi.
 - 2019, déploiement du distributeur automatique, le Snack-Bar connecté.
 - 2020, lancement du plan de croissance Proxima et déploiement du Click & Collect.
 - 2021, nouvelle plateforme de marque et d'une nouvelle application mobile.
- **Contact franchise et développement :**
 - M. Yvan AUDIAU
(Responsable franchise)
 - M. Yann DINEUFF
(Directeur développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1 041
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 41
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 20

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 250 à 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
Commerçant et développeur.
- **Durée du contrat :** 6 ans + 4 ans tacite reconduction
- **Droit d'entrée :** 25 000 € HT
- **Redevances directes :** 2,5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 4 semaines en magasin-école

PITAYA

Mail : contact@pitaya-thaistreetfood.com
 Site web :
<https://www.pitaya-thaistreetfood.com/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Premier réseau de restauration Thai Street Food
- **Création de l'enseigne :** 2010
- **Ouverture de la première franchise :** 2015
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Premier concept de street food thaï fonctionnant en réseau en France, PITAYA confirme son développement avec près de 170 restaurants et prévoit l'ouverture de près de 40 restaurants supplémentaires pour l'année 2023.

Née à Bordeaux en 2010, l'enseigne s'est développée en France à travers un réseau de franchises et succursales et a démarré en 2019 son développement international : Benelux, Espagne, Suisse, Royaume-Uni, Émirats Arabes Unis...!

Le concept repose sur des valeurs simples : des plats sains et créatifs avec des ingrédients frais et de qualité, cuisinés au wok à la minute sous les yeux des clients et proposés toute l'année sur place, à emporter et en livraison.

- **Contact franchise et développement :**
Mme Cyrielle LEBARBIER
(Chargée de Développement)
c.lebarbier@pitaya-thaistreetfood.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 166
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1 ou 1 bis centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 à 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 900 (potentiel) – 1000 (CA HT annuel moyen réseau)
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :**
À partir de 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Bon manager, bon gestionnaire, une âme de commerçant, ayant une affinité certaine pour la restauration
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Trois semaines de formation initiale

PIZZA COSY

656, rue George-Sand
42350 LA TALAUDIÈRE
Tél. 07 48 72 53 48
Mail : franchise@pizzacosy.fr
Site web : <https://franchise.pizzacosy.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Concept de pizzeria fast-good : restauration rapide de qualité
- **Création de l'enseigne** : 2010
- **Ouverture de la première franchise** : 2017
- **Étapes marquantes de son évolution** :
2010, ouverture de la première pizzeria à Saint-Etienne (42).
2017, ouverture de la première franchise.
2018, ouverture de 9 franchises.
2019, ouverture de 4 franchises + 1 succursale.
2020, ouverture de 9 franchises.
2021, ouverture de 13 franchises + 3 succursales.
2023, objectif 100 points de vente.
- **Contact franchise et développement** : NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 53
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 12

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : Métropole + 25 000 habitants
- **Emplacement** : Centre-ville, n° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente** : 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 730
- **Apport personnel en K€** : 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 365

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Hommes ou femmes de terrain capables d'être impliqués dans l'activité quotidienne de leur pizzeria. Ces personnes doivent partager les valeurs de PIZZA COSY qui sont celles du bien manger et des bons produits.
- **Durée du contrat** : 7 ans
- **Droit d'entrée** : 30 000 € HT
- **Redevances directes** : 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières** : NC
- **Formation proposée** : Huit à dix semaines.

POINT CHAUD

24, rue des Technologies
B-4432 ALLEUR
BELGIQUE
Tél. +32 43 61 68 20
Mail : info@pointchaud.be
Site web : www.pointchaud.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Sandwicherie à la française (Vente de produits boulangerie. Viennoiserie. Pâtisserie. Restauration rapide à la française). Fabrication boulangerie
- **Création de l'enseigne :** 1981
- **Ouverture de la première franchise :** 1981
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1980, premier point de vente. 1981, création de la société Point Chaud. 1986, création de la holding Point Chaud. 1988, adhésion de l'enseigne à la FFF. 1990, ouverture des premiers points de vente à l'étranger (Allemagne, puis Belgique). 6 janvier 2011, liquidation judiciaire HPS SAS et reprise franchise par POINT CHAUD SAS. 30 juin 2014, reprise franchise et marques par SA PCSI, filiale à 100 % de SA HOLDING PCS, société faitière de droit belge
- **Contact franchise et développement :**
Mlle Juliette DEPREAY
(Directrice réseau franchise)
jdepreay@pointchaud.be
Mlle Julie KODECK
(Gestionnaire Développement réseau)
jkodeck@pointchaud.be

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 1
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, n° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 180 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 850 et 900
- **Apport personnel en K€ :** 80
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 400 et 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Seul ou en couple, entre 25 et 49 ans, apport financier, expérience en management, sens des responsabilités et du commerce.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** Fixe mensuel: 40 € par mois; 0,60 % du CA HT au titre de la redevance publicitaire
- **Autres obligations financières :** 25 % d'apport sur investissement global
- **Formation proposée :** Formation initiale de 6 à 12 mois.

POKAWA

7, rue de Bucarest
75008 PARIS
Tél. 06 04 10 46 31
Mail : fanny.desfeux@pokawa.com
Site web : www.pokawa.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Cuisine d'inspiration hawaïenne, Poké Bowls
- **Création de l'enseigne :** 2017
- **Ouverture de la première franchise :** 2019
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2017 création de la marque Pokawa ;
De 2017 à 2019 ouverture de 15 restaurants en propre, puis fin 2019 de la première franchise.
2020, ouverture de 11 franchises et 6 succursales.
2021, ouverture de 35 restaurants dont 30 franchises.
2022, ouverture 44 restaurants dont 34 franchises.
Ouverture à l'international : Master Franchise Belgique, Luxembourg, Espagne, Suisse.
Prochainement au Portugal, et des ouvertures prévues en gares et aéroports.
Aujourd'hui nous comptons 110 restaurants en France et à l'international.
L'objectif pour 2023 est d'ouvrir 40 restaurants.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Fanny DESFEUX
(Chargée de Développement)
fanny.desfeux@pokawa.com
T 06 04 10 46 31
Mme Inaam AKDIM
(Assistante Développement franchise)
inaam.akdim@pokawa.com
T 06 02 20 39 82

LE RÉSEAU (en France)

- Nombre d'unités propres : 35
- Nombre d'unités franchisées ou affiliées : 67
- Créations d'unités franchisées en 2022 : 34

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** N° 1 en centre-ville, centre commercial et zones commerciales
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 000 après deux ans d'activités
- **Apport personnel en K€ :** De 80 à 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 350

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Idéalement expérience dans la restauration et dans la franchise.
Franchisé avec des connaissances de son territoire.
Compétences en management et gestion.
Une personne convaincue et motivée par le concept et ses produits.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 € HT
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** 7 000 €.

POMME DE PAIN

6-8, rue André-Voguet
94200 IVRY-SUR-SEINE
Tél. 01 53 62 50 19
Mail : fabrice.silvan@pommedepain.fr
Site web : www.pommedepain.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide à la française
- **Création de l'enseigne :** 1980
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**

À l'origine, des passionnés, partis aux États-Unis, ont l'idée, revenus en France, d'adapter la restauration rapide américaine au savoir-faire culinaire français. C'est le début d'un rêve et d'un projet qui, en 1980, voit naître une sandwicherie chaleureuse et conviviale, qui offre le bon goût du savoir-faire français avec des sandwiches bien faits et des produits sélectionnés pour leurs qualités.

À partir de 1995, l'Enseigne se développe sur les réseaux autoroutiers, aériens et ferroviaires.

Au fil du temps, POMME DE PAIN innove et anticipe les attentes de ses clients en faisant évoluer le concept... 2004, 2008, 2016... et ce n'est pas fini...

En 2016, POMME DE PAIN a décidé de remettre en focus son métier : le sandwich fait à la commande et devient LA MAISON DU SANDWICH !

- **Contact franchise et développement :**
NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 40
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 38
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, n° 2
- **Superficie moyenne du point de vente :** 120 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 400
- **Apport personnel en K€ :** 25 à 30 % du montant total du projet
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Avoir le sens du contact et de la communication. Montrer de l'enthousiasme et de la passion. Avoir la capacité à respecter un système et des manières de faire. Disposer d'une bonne force mentale et physique. Avoir une vision claire de votre projet.
- **Durée du contrat :** 9 ans.
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 8 semaines sur des restaurants intégrés (4 semaines : acquisition des bases ; 4 semaines : mise en application dans un restaurant avec un environnement commercial similaire au projet).

PRÉSERVATION DU PATRIMOINE

99, rue du Moulin-des-Landes
44980 SAINTE-LUCE-SUR-LOIRE
Tél. 0 805 29 40 40
Mail : contact@ppfr.fr
Site web : www.preservationdupatrimoine.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Spécialiste des travaux de rénovation visant à réaliser des économies d'énergie.
- **Création de l'enseigne :** 2005
- **Ouverture de la première franchise :** 2016
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2005, création de PPHF Nantes par Michaël Brochard et Gwenaël Vaillant. Leur volonté : se différencier de la concurrence et proposer une prestation de qualité.
2008, création de PPO : la pose de fenêtre est intégrée à l'offre PPHF. Les premiers chantiers sont sous-traités à l'entreprise d'Antonio Silva Neto. Michaël, Gwenaël et Antonio décident de s'associer en créant PPO dont l'activité principale est la menuiserie.
2010, création d'une agence PPO à Romorantin et élargissement de l'offre avec la maçonnerie puis, en 2011, l'étanchéité et la couverture (dans le neuf).
2014, création de PRÉSERVATION DU PATRIMOINE au Mans.
2016, développement en franchise.
Début 2023, 35 franchises partout en France.
- **Contact franchise et développement :**
M. Michaël BROCHARD
(Directeur Général)
m.brochard@athome-groupe.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 6
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 35
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 20 000 habitants
- **Emplacement :** Parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m² (entrepôt) ; 100 m² (bureaux)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 850 (année 1)
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 158

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Trois compétences clés : commercial, manager, gestionnaire. Le profil idéal du franchisé : 25-45 ans, expériences significatives dans le domaine commercial, animation des équipes (manager), la vente auprès du particulier (BtoC).
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 18 000 €
- **Redevances directes :** 9 % royalties
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** 10 000 € HT (formation initiale commerciale et technique)
- **Formation proposée :** Commerciale, management, technique, juridique, comptabilité / financement.

QUADRO

ZA Sud du Valmer
10, rue de la Tuilerie
72400 CHERRE
Tél. 02 43 71 28 78
Mail : contact@magasin-quadro.fr
Site web : franchise.quadro.fr

Quadro[®]
Intérieurs sur-mesure

LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Aménagement intérieur 100 % sur-mesure pour 100 % de la maison
- **Création de l'enseigne** : 2011
- **Ouverture de la première franchise** : 2011
- **Étapes marquantes de son évolution** :

L'enseigne QUADRO est le regroupement en 2019 des enseignes Agem et Quadro. Ce rapprochement est issu du rachat de la société Quadro par la société Agem. QUADRO est ainsi devenu le réseau leader en nombre de points de vente en matière d'aménagement intérieur sur-mesure. Depuis 2016, l'offre s'est enrichie d'une gamme de cuisine et de verrières. Les usines du groupe fabriquent la totalité des produits proposés par les magasins QUADRO. Cette offre complète fait de QUADRO le seul acteur du marché proposant des solutions 100 % sur-mesure pour 100 % de la maison. Le concept QUADRO permet ainsi de concevoir des solutions très performantes en matière de gain de place, de volume de rangement et d'ergonomie, avec un design dans l'air du temps !

- **Contact franchise et développement** :

M. Laurent RAYMOND
(Directeur Général)
laurent.raymond@agemsa.fr
M. Slav SAVOV
(Directeur du Développement)
slav.savov@magasin-quadro.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 12
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 58
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 10

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement** : Zone commerciale, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente** : Entre 100-150 (centre-ville) et 150-250 m² (zone commerciale)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 500 à 800 (centre-ville) et 800 à 1 200 (zone commerciale)
- **Apport personnel en K€** : 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Commerçant et gestionnaire, avec un intérêt affirmé pour l'univers de la maison (design, déco) et une capacité à appréhender la technique.
- **Durée du contrat** : 5 ans
- **Droit d'entrée** : 10 000 €
- **Redevances directes** : Redevance publicitaire fixe de 1 500 € + 2,5 % CA achats
- **Redevances indirectes** : NC
- **Autres obligations financières** : Redevance fonctionnement : 390 €/mois
- **Formation proposée** : Technique et conception ; méthode de vente ; dirigeant.

QUALITY

Immeuble HELIOS
2, rue Christophe-Colomb
92300 MASSY
Tél. 01 81 91 81 00
Mail : jonathan.miels@choicehotels.com
Site web : www.choicehotels.fr



LA SOCIÉTÉ

Informations disponibles au 1^{er} janvier 2022

- **Activité :** Concession de franchise hôtelière
- **Création de l'enseigne :** 1939
- **Ouverture de la première franchise :** 1993
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1939, création de Quality Courts United.
1974, ouverture du premier hôtel européen, le Quality Motel à Ratingen, en Allemagne de l'Ouest.
1995, premier aux États-Unis à lancer un site Internet de réservation d'hôtel, offrant un accès en temps réel à notre système de réservation via Internet.
2008, déploiement en Europe de Choice Privileges®, un programme de fidélité international primé qui compte désormais plus de 44 millions de membres dans le monde.
2011, première installation PMS ChoiceADVANTAGE® en France.
2012, 5 000^e établissement sur le territoire américain.
2015, ouverture d'un bureau Choice Hôtels européen basé à Amsterdam.
- **Contact franchise et développement :**
M. Rustom VICKERS
(Head of Franchise Development, EMEA)
rustom.vickers@choicehotels.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** NC
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, grands axes
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Professionnels de l'hôtellerie (investisseurs / exploitants)
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** À partir de 230 € par chambre
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Installation du système de gestion hôtelière (PMS) du franchiseur, pose des enseignes
- **Formation proposée :** ChoiceUniversity (e.learning)

QUICK

45, avenue Victor-Hugo
Parc des Portes de Paris, bât. 264
93300 AUBERVILLIERS
Tél. 01 49 51 64 64
Mail : anne-sophie.caron@quick.fr
Site web : www.quick.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Restauration rapide à base de hamburger
- **Création de l'enseigne** : 1980
- **Ouverture de la première franchise** : 1989
- **Étapes marquantes de son évolution** :

QUICK sera toujours là pour vous ! Pionnier depuis plus de 40 ans en France et acteur incontournable de la restauration rapide hamburger, l'histoire de QUICK ne finit pas de s'écrire et de s'enrichir, s'inscrivant dans la création, l'innovation, l'originalité, la modernité, le sens de l'écoute et du partage.

La marque, qui bénéficie d'une notoriété parmi les plus fortes du secteur sur le plan national, est dans une formidable dynamique de croissance depuis près de trois ans et le recentrage opéré sur ses burgers iconiques, son offre famille, la rénovation de son parc de restaurants et sa spécificité unique sur la protéine Halal. QUICK s'engage à offrir la meilleure qualité de service à ses hôtes !

- **Contact franchise et développement** :
Mme Anne-Sophie CARON
(Responsable Administration Franchise)
anne-sophie.caron@quick.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 117
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 4

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : NC
- **Emplacement** : Zones périphériques Drive
- **Superficie moyenne du point de vente** : 400 à 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 2 400
- **Apport personnel en K€** : 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 800

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Entrepreneur exploitant. Commerçant. Manager. Gestionnaire de business unit. Avec le sens du contact. Une expérience en restauration est appréciée mais elle n'est pas obligatoire.
- **Durée du contrat** : 9 + 9 ans
- **Droit d'entrée** : 40 000 €
- **Redevances directes** : 5 % du CA HT (marque)
- **Redevances indirectes** : 5 % du CA HT pour frais de publicité nationale
- **Autres obligations financières** : Néant
- **Formation proposée** : Formation initiale : 3 mois (pratique et théorique).

RÉAUTÉ CHOCOLAT

1, rue de la Roberderie
ZI de Bellitourne
53200 CHATEAU-GONTIER-SUR-MAYENNE
Tél. 02 43 70 63 04
Mail : contact@reaute-chocolat.com
Site web : www.reaute-chocolat.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Fabrication et distribution de chocolats, biscuits, confiseries
- **Création de l'enseigne :** 1954
- **Ouverture de la première franchise :** 2008
- **Étapes marquantes de son évolution :**
La boulangerie pâtisserie familiale fondée en 1954 par Roland et Madeleine RÉAUTÉ à Château-Gontier-sur-Mayenne marque le début de l'aventure. En 1989, les enfants des fondateurs se spécialisent dans le chocolat et fournissent les épiceries fines telles que Hédiard, La Tour d'Argent, Maxim's...
En 1998, ils ouvrent un premier magasin, point de départ du développement du réseau, avant de lancer leur premier magasin franchisé en 2008. En 2015, le groupe familial BUTON reprend la société et poursuit le développement sur les traces de la famille RÉAUTÉ. En 2023, c'est 61 magasins ouverts en France.
- **Contact franchise et développement groupe :**
Mme Catherine LEROY
(Directrice développement réseaux)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 37
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 24
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 1

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Zone commerciale de villes d'au moins 20 000 habitants
- **Emplacement :** Parc d'activités
- **Superficie moyenne du point de vente :** 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recherchons des profils dynamiques et entreprenants qui partagent les valeurs de la marque et souhaitent investir dans une entreprise française leader et familiale.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 1,5 à 4 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** néant
- **Formation proposée :** Assistance à l'ouverture (5 000 € HT). Formation (5 000 € HT).

RENT A CAR

1, rue Antonin-Mercié
75015 PARIS
Tél. 0820 20 51 51
Mail : franchise@rentacar.fr
Site web : www.rentacar.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Location de véhicules
- **Création de l'enseigne :** 1996
- **Ouverture de la première franchise :** 1996
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1996, reprise de la marque et création de la société.
 - 1997, création de 32 agences.
 - 1998, 131 agences.
 - 2003, entrée de GROUPAMA dans le capital à hauteur de 20%.
 - En 2021, 485 agences, dont 154 succursales, 8 agences en filiale et 323 agences sous contrat de franchise.
- **Contact franchise et développement :**

M. Pascal AMIARD
(Développeur Réseau)
pascal.amiard@rentacar.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 160
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 329
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 26

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Centre-ville, Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 300
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 4 ans
- **Droit d'entrée :** 20 000 €
- **Redevances directes :** 6 % CA HT
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Cinq journées.

REPAR'STORES

Parc Marcel-Dassault
325, rue Henri-Farman
34430 SAINT-JEAN-DE-VÉDAS
Tél. 04 67 07 30 00
Mail : contact@reparstores.com
Site web : www.reparstores.com

Répar'stores
Les experts en simplicité

LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Réparation et modernisation de volets roulants et de stores toutes marques
- **Création de l'enseigne** : 2009
- **Ouverture de la première franchise** : 2009
- **Étapes marquantes de son évolution** :

Fondée en 2009, REPAR'STORES est la première entreprise nationale de réparation et de modernisation de stores et volets roulants toutes marques. En 2021, le chiffre d'affaires est de 68 millions d'euros pour les franchisés et de 42 millions d'euros pour la tête de réseau. REPAR'STORES s'affiche comme un réseau fort ayant dépassé le cap des 260 agences. En 2022, lors de la cinquième édition du "Grands Prix des Réseaux" (un concours organisé par *Verre & Protections Mag*), REPAR'STORES a été lauréat dans la catégorie : "Meilleure e-réputation".

- **Contact franchise et développement** :
M. Guillaume VAROBIEFF
(Directeur général)
guillaume.varobieff@reparstores.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 225
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 20

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 100 000 habitants
- **Emplacement** : Pas de local pour l'activité
- **Superficie moyenne du point de vente** : NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 330
- **Apport personnel en K€** : À partir de 5
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 45

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Des créateurs d'entreprise, ayant un intérêt pour les métiers manuels et possédant de bonnes aptitudes commerciales. Pas d'expérience nécessaire dans le domaine du bâtiment.
- **Durée du contrat** : 6 ans
- **Droit d'entrée** : 20 000 €
- **Redevances directes** : 4 % CA mensuel HT (maximum 300 € HT mensuel)
- **Redevances indirectes** : NC
- **Autres obligations financières** :
Formation : 7 000 € HT
- **Formation proposée** : Six semaines : technique, commerce, comptabilité, gestion.

SAINT ALGUE

104, avenue Charles-de-Gaulle
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. 01 45 61 69 70
Mail : marie.boudin@provalliance.fr
Site web : www.saint-algue.com

SAINT ALGUE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Coiffure
- **Création de l'enseigne :** 1977
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fort de son expérience dans le secteur de la coiffure, Gérard Glemain, ouvre son premier salon en 1960 et fonde en 1977 le groupe SAINT ALGUE avec l'ouverture d'un salon situé à PARIS.

En septembre 2001, le GROUPE GERARD GLEMAIN est racheté par le groupe américain REGIS CORPORATION, premier réseau mondial de coiffure avec plus de 9000 salons dans le monde. Suite à la création d'une Joint Venture entre le groupe REGIS CORPORATION et la société Franck Provost en 2008, le groupe devient PROVALLIANCE leader français de la coiffure. En 2021, PROVALLIANCE trouve un nouveau partenaire, CORE EQUITY qui acquiert une partie de son capital.

SAINT ALGUE a à cœur d'accueillir ses clients dans des salons chaleureux où l'espace est dédié au bien-être. Chez SAINT ALGUE, venez découvrir la coiffure qui vous ressemble.

- **Contact franchise et développement :**
M. Matthieu MAUTHÉ
(Directeur de la Franchise et du Développement)
M. Frédéric AUFFRET
(Directeur suivi réseau SAINT ALGUE)
M. Cédric LOSDAT
(Directeur Général BU Coiffure)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 25
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 233
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville et centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 90 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 30 (en moyenne)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Coiffeur, investisseur
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 12.000 € HT
- **Redevances directes :**
– 950 à 1 150 € HT puis 3 % par an en centre-ville,
– 1 050 à 1 350 € HT puis 3 % (en moyenne) en centre commercial
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Formation initiale + permanente et décentralisée pour les managers et leur équipe. Possibilité de stages illimités au centre de perfectionnement

SIGNARAMA

3, rue Léo-Fränké
75013 PARIS
Tél. 01 46 28 05 80
Mail : sami.fossat@signarama.fr
Site web : www.franchise-de-signaletique.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Réaliser tous les supports de communication sur mesure utilisés par les professionnels
- **Création de l'enseigne :** 1986
- **Ouverture de la première franchise :** 2002
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Le concept est né aux États-Unis, créé par Ray Titus à New York en 1985. Après avoir construit le savoir-faire initial pendant deux ans, Ray lança le développement du réseau de franchise à partir de la Floride en 1987. Le développement mondial s'est fait par le biais de master-franchisés. Porté par Olivier et Rouba Fossat, le projet de SIGNARAMA France a commencé par la création du magasin pilote ouvert à Paris en 2002. Le développement du réseau débute en 2005 et SIGNARAMA devient membre de la FFF en 2007. SIGNARAMA regroupe aujourd'hui plus de 800 franchisés dans 35 pays. En France, le réseau compte plus d'une cinquantaine de magasins.

- **Contact franchise et développement :**
M. Sami FOSSAT
(Directeur Commercial)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 0
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 51
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 6

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 10 000 entreprises
- **Emplacement :** Périphérie, N° 2
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 60 et 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 450
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 35 (hors immobilier)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Cadres dirigeants, commerciaux ou techniciens qui sortent du salariat. Commerçants, imprimeurs, agences de communication ayant une pratique technique du métier, souhaitant rejoindre un collectif et développer l'activité.
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 39 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Formation initiale: quatre à six semaines (technique, commercial, manager). Formation continue : deux jours/an pour le franchisé + équipe

SIGNORIZZA

11, boulevard du Maréchal-Foch
49000 ANGERS
Tél. 02 52 75 02 60
Mail : contact@signorizza.fr
Site web : www.signorizza.com



SIGNORIZZA

PASSIONNEMENT PIZZA

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restaurant pizzeria, cuisson au feu de bois, sur place, à emporter, en livraison
- **Création de l'enseigne :** 2019
- **Ouverture de la première franchise :** 2019
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Erwan et Sandrine ROUXEL reprennent en 2018 100 % de l'actionnariat d'un franchiseur. Ils définissent une nouvelle stratégie de marque et un positionnement qui aboutissent à la création de la marque SIGNORIZZA en 2019, au déploiement du nouveau concept et au développement de l'enseigne.
- **Contact franchise et développement :**
M. Nicolas SICARD
(Directeur d'enseigne)
nicolas.sicard@signorizza.fr
M. Benjamin SHERIDAN
(Développeur)
benjamin.sheridan@signorizza.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 21
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1, périphérie, zone de loisirs ou de restauration, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 920
- **Apport personnel en K€ :** 120 à 200
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 500 à 750

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Nous recrutons des franchisés épicuriens qui ont un esprit de partage, le goût du service client. Ils doivent avoir un fort esprit entrepreneurial, être impliqués dans leur exploitation et comprendre les enjeux de la commercialisation de leur restaurant. Ils doivent aussi nécessairement être de bons gestionnaires et avoir de bonnes compétences managériales.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 35 000 €
- **Redevances directes :** 3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Redevance marketing et communication nationale : 0,85 % du CA HT
- **Formation proposée :** Formation pour le franchisé et l'équipe d'encadrement : 45 jours et 15 jours avant ouverture pour l'équipe complète.

Société Fournier
CS 10003
74230 THÔNES
Tél. 04 50 24 65 20
Mail : developpement@socooc.com
Site web : www.socooc.com



Des cuisinistes pas comme les autres

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Cuisines et meubles de cuisine
- **Création de l'enseigne :** 2007
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Créé en 2007, SoCoo'c casse les codes du marché en dédramatisant et en simplifiant l'achat d'une cuisine. Notre raison d'être : rendre accessible la cuisine de spécialiste au plus grand nombre. Pour cela, SoCoo'c propose des modèles avec un rapport qualité/prix très compétitif.

L'enseigne imagine et fabrique toutes ses cuisines en France, dans ses usines nichées en Haute-Savoie. À chaque étape du parcours d'achat, SoCoo'c accompagne ses clients en toute clarté : du prix en passant par les pratiques commerciales jusqu'au partage d'expertise. En magasin, les Kitcheners conçoivent pour et avec leurs clients la cuisine qui répondra à leurs besoins, en toute bienveillance, bonne humeur et simplicité.

- **Contact franchise et développement :**
M. Hervé HORNAIN
(Développeur Réseau)
hhornain@socooc.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 81
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 104
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 11

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 50 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 2 600
- **Apport personnel en K€ :** 60
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 300

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Passionné-e par la relation client, le challenge et le management, notre futur-e franchisé-e doit avoir un attrait pour l'aménagement de l'habitat et une capacité à fédérer, motiver et fidéliser. Mais avant tout, nous recherchons des personnes avec une âme de commerçant, venant de tous horizons, pas forcément du monde de la cuisine. Ouvrir un magasin SoCoo'c, c'est s'investir durablement dans une aventure professionnelle et humaine enrichissante !
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** NC
- **Redevances indirectes :** 2 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Complète, dirigeants et vendeurs.

SPAR

1, cours Antoine-Guichard
42008 SAINT-ÉTIENNE CEDEX 1
Tél. 04 77 45 30 48
Mail : infoentreprendre@groupe-casino.fr
Site web : www.franchise-groupecasino.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Les magasins SPAR et SPAR SUPERMARCHÉ proposent une offre de produits locaux et des rayons traditionnels bien agencés.
- **Création de l'enseigne :** 1932
- **Ouverture de la première franchise :** 1955
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondée en 1932, l'enseigne SPAR est devenue le leader mondial du commerce alimentaire avec ses 13 500 points de vente dans le monde, répartis dans 49 pays. SPAR a su conquérir le globe à travers un concept liant la proximité et l'entrepreneuriat. En 1997, le Groupe Casino reprend SPAR sur le territoire français et devient franchiseur exclusif de l'enseigne dans l'hexagone. Depuis, en France, l'enseigne compte plus de 900 magasins, en proximité ou en supermarché. Les magasins SPAR sont leaders des zones touristiques, que ce soit sur les littoraux ou à la montagne. Ils proposent un vaste assortiment de marques nationales, de marques propres Casino et de produits locaux.
- **Contact franchise et développement :**
Mlle Laurence BENEDETTO
(Responsable du recrutement)
lbenedetto@groupe-casino.fr
M. Stéphane DESVALLET
(Directeur d'exploitation Nord)
M. Rémi TUILLIER
(Directeur d'exploitation Sud)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 900
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** SPAR : implantation toute zone
– SPAR SUPERMARCHÉ : implantation urbaine ou périurbaine ou saisonnière (mer / montagne)
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis,
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 200 et 1 000 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 1 000 et 5 000
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 40 (SPAR) / 75 (SPAR SUPERMARCHÉ)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Notre réseau recherche des personnes attirées par la grande distribution ayant le goût d'entreprendre et le sens du commerce. Des personnes motivées et engagées dans la relation client, la gestion et le management.
Avec ou sans expérience en tant qu'entrepreneur, nous mettons à votre disposition notre savoir-faire par un accompagnement et une formation sur-mesure pour devenir le commerçant de demain..
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** 1,20 % du CA TTC
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Notre parcours est pensé pour s'adapter aux profils de candidats et offrir une formation adaptée au rythme de chacun.

SPEED BURGER

43, avenue du Grésillé
49000 ANGERS
Tél. 02 41 25 27 78
Mail : franchise@speed-burger.com
Site web : <https://franchise.speed-burger.com>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide et livraison à domicile de burgers, restauration sur place et à emporter
- **Création de l'enseigne :** 1995
- **Ouverture de la première franchise :** 2004
- **Étapes marquantes de son évolution :**

En 2004, après avoir soigneusement modélisé le concept depuis 1995, l'enseigne se développe en franchise. Aujourd'hui, le concept SPEED BURGER est parfaitement adapté au marché : en effet, l'enseigne propose de la restauration sur place dans une ambiance cocooning et chaleureuse en complément de la livraison à domicile (à vélo électrique) et de la vente à emporter !

- **Contact franchise et développement :**
M. Bruno BOURRIGAUULT
(Dirigeant)
franchise@speed-burger.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 1
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 28
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 2

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 30 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente :** 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 500 après deux années d'activité
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 180

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** L'envie d'entreprendre, de s'inscrire dans une aventure au sein d'un réseau solide, la volonté de s'impliquer au quotidien et sur le terrain dans une aventure passionnante sont les clés pour réussir : IMPLICATION & MOTIVATION
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 16 000 € HT
- **Redevances directes :** Royalties à partir de 3 % du CA HT mensuel
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Redevance Internet : 300 € par mois
- **Formation proposée :** Formation initiale : 20 jours (possibilité de former un ou plusieurs salariés). Accompagnement ouverture : 10 jours.

SPEEDY

72-78, avenue Georges-Clemenceau
CS 50001
92722 NANTERRE CEDEX
Tél. 01 41 20 30 40
Mail : franchise@speedy.fr
Site web : www.speedy.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Entretien et réparation rapide automobile
- **Création de l'enseigne :** 1978
- **Ouverture de la première franchise :** 1991
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1978, création de SPEEDY SA. 1990, création du département franchise. 1995, rachat de la société VIRAGE et de ses 70 points de vente. En 2004, rachat de la société AXTO et de ses 43 centres. En 2016, Bridgestone EMEA fait l'acquisition de SPEEDY. En 2022, le réseau compte près de 500 centres en France et plus de 70 aux DOM-TOM et à l'étranger. SPEEDY est élu pour la neuvième année consécutive « meilleur service client de l'année » (catégorie réparation automobile).
- **Contacts franchise et développement :**
M. Jean-Pierre BARNIER
(Directeur International & Business Development)
M. Mehdi M'HAMED
(Directeur des Opérations Réseau France)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 205
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 273
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 34

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 70
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 150 et 200

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Doté d'un réel sens commercial. Aptitude à manager de petites équipes (en moyenne 3 personnes). Bon gestionnaire.
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** hors CA pneumatiques : redevances d'enseigne 5 %, participation publicitaire 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** Six semaines en moyenne.

STUDIOSANTE®

315, allée des Hêtres
69760 LIMONEST
Tél. 04 72 34 14 66
Mail : info@studiosante.fr
Site web : www.studiosante.fr

STUDIOSante®
COORDINATEUR DE SOINS HÔPITAL / DOMICILE

LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Coordination de soins hôpital/ domicile spécialisée dans la perfusion et l'assistance nutritionnelle, de l'hôpital au domicile du patient.
- **Création de l'enseigne :** 2004
- **Ouverture de la première franchise :** 2007
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2004, création de l'enseigne STUDIOSANTE®.
2007, ouverture de l'enseigne en franchise.
2008, STUDIOSANTE® lauréat du Trophée des Espoirs de la franchise.
2011, l'enseigne STUDIOSANTE® est certifiée ISO 9001.
2012, création du concept SUITE DE SOINS® & création de la filiale Studiosystems®, éditrice de logiciels.
2014, développement des logiciels Tom et Tom 3 pour la coordination, facturation et suivi des prescripteurs.
2018, obtention du Label Quali'PSAD.
2019, lancement de EYO®STUDIO, Assistant Intelligent qui permet le dépistage de la dénutrition & lancement de l'application de la Lampe d'Aladin & Co, Assistant Intelligent.
2021, création du concept Orthopaedic Studio®.
2022, obtention de la certification Qualiopi.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Mélissa AIT-SALAH
(Chargée de développement)
mait-salah@studiosante.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 35
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 5

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** Département
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 à 100 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 30
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 5 semaines.

TAOBENTO

150, avenue de l'Espace
Bâtiment A4
59118 Wambrechies
Tél. 06 88 71 84 01
Mail : blepoutre@taobento.com
Site web : www.taobento.com

taobento®
ASIAN CUISINE

LA SOCIÉTÉ

[nouvelle franchise]

- **Activité :** Restauration rapide avec parcours mixte libre-service, comptoir, commande en ligne, multi-spécialiste de la cuisine asiatique
- **Création de l'enseigne :** 2018
- **Ouverture de la première franchise :** 2021
- **Étapes marquantes de son évolution :**
2011, création du Groupe en juin par Grégoire Leclercq.
2012, entrée au capital du Groupe.
2016, création du concept l'Atelier Sushi (sushis préparés devant les clients).
2018, l'Atelier Sushi devient taobento à Marquette-lez-Lille et Lille.
2020, ouverture du 3^e restaurant à Villeneuve d'Ascq (Le Sart) / taobento est lauréat du Réseau Nord Entreprendre.
2021, ouverture du concept à la franchise, taobento est Révélation française de la Franchise, ouverture du 4^e restaurant à Wasquehal, ouverture du premier restaurant franchisé en novembre à Avelin (59).
2022, ouverture du second restaurant franchisé à Sévrier, et des troisième et quatrième à Carvin (62) et Pessac (33).
- **Contact franchise et développement :**
M. Baptiste LEPOUTRE
(Responsable développement et animation)
blepoutre@taobento.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 3
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 5
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 60 000 habitants
- **Emplacement :** Centre-ville, en périphérie urbaine dans des retail park et des zones commerciales, en centre-ville dans une rue commerçante n° 1 fréquentée 7/7 midi et soir.
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 150 et 250 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1500 et 2500
- **Apport personnel en K€ :** 100 à 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 400 et 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :**
– profil exploitant opérationnel, un bon commerçant orienté client, sensibilité pour les métiers de bouche
– volonté d'être le patron d'une équipe de 10 à 20 personnes et prêt à piloter son activité et à investir son argent et son temps dans la réussite de son projet
– avoir l'ambition de gérer plusieurs points de vente à terme, partager les valeurs taobento autour du produit et des valeurs humaines
- **Durée du contrat :** 10 ans
- **Droit d'entrée :** 30 000 €
- **Redevances directes :** 6 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières :** Apport nécessaire 100 à 150 K€
- **Formation proposée :** 6 semaines.

130, boulevard de la Liberté
59000 LILLE
Tél. 0800 73 00 04
Mail : gpapillon@tomandco.fr
Site web : www.tomandco.fr



Votre animal et vous

LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Animalerie spécialisée dans l'alimentation, les accessoires, les services et conseils aux propriétaires d'animaux.
- **Création de l'enseigne** : 1990
- **Ouverture de la première franchise** : 1991
- **Étapes marquantes de son évolution** :

L'enseigne fut créée en 1990 en Belgique par le groupe Delhaize, en s'inspirant du succès des animaleries spécialisées aux États-Unis. À ses débuts, ce sont 2 700 produits dédiés aux chiens et chats. L'enseigne a ajouté au fil des années des services complémentaires : vente d'animaux vivants (rongeurs, poissons, oiseaux, reptiles) ; développement de marques de distributeurs ; parapharmacie, toilettage en libre-service... Elle se démarque par la qualité des conseils prodigués par ses équipes et par l'organisation d'animations en magasin. En 2021, TOM&CO est un groupe indépendant, solide financièrement, représenté par un réseau de 190 magasins, à 95 % franchisés, distribuant 7 000 références.

En 2022, le groupe Verlinvest rentre au capital de TOM&CO pour permettre une accélération du développement

- **Contact franchise et développement** :
M. Guillaume PAPILLON
(Directeur Opérations et Développement)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 13
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 47
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : 15

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : À partir de 25 000 habitants
- **Emplacement** : Centres commerciaux, N° 1 et 1 bis
- **Superficie moyenne du point de vente** : 500 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 1 200
- **Apport personnel en K€** : 200 (montant pour deux magasins)
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : 450

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Des hommes ou des femmes, entrepreneurs, tentés par la création de plusieurs magasins en franchise, sa gestion et son développement commercial.
- **Durée du contrat** : 7 ans
- **Droit d'entrée** : 25 000 €
- **Redevances directes** : 5 % du CA HT
- **Redevances indirectes** : 1 % du CA HT
- **Autres obligations financières** : Néant
- **Formation proposée** : 6 semaines de formation initiale puis formation continue.

TOP OFFICE

8, rue Pierre-et-Marie-Curie
59260 LEZENNES
Tél. 03 28 80 01 00
Mail : affiliation@top-office.com
Site web : www.top-office.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente au détail de fournitures de bureau, papeterie, mobilier, équipement informatique
- **Création de l'enseigne :** 1996
- **Ouverture de la première franchise :** 2008
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Dans les années 90, Patrick MULLIEZ et André GUILBERT ont eu l'idée de proposer aux professionnels un lieu où ils pourraient trouver toutes les fournitures et tout le matériel de bureau : le premier magasin TOP OFFICE a ouvert ses portes en 1996 à Villeneuve d'Ascq (59). L'enseigne se développe et ouvre 19 magasins en propre. En 2006, les premiers magasins en contrat d'affiliation ouvrent avec Rennes, Saint-Malo et Dinan. TOP OFFICE réalise son activité à travers 33 magasins, un site marchand (www.top-office.com) et, depuis 2017, via des commerciaux terrain. Le savoir-faire distinctif réside à travers une gamme de produits large capable de répondre aux besoins de tous les professionnels, sur les marchés de la fourniture de bureaux, l'informatique, l'aménagement de bureaux et des services associés (atelier impression).

- **Contact franchise et développement :**

M. Claude MIRANDE
(Directeur commercial)
claude.mirande@top-office.com

M. Aymeric BRIEST
(Responsable de Développement)
aymeric.briest@top-office.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 22
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 11
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 0

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Zone commerciale
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 600 et 900 m² de surface de vente + ajout réception et locaux sociaux (100 m²)
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 1 200 et 1 600 (à maturité)
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 250 et 300 selon les surfaces

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Investisseurs (multisites) et entrepreneurs avec un profil de commerçant. L'intégration sur le réseau économique local est nécessaire afin de capter la clientèle Pro.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 €
- **Redevances directes :** 4,5 à 5,5% du CA HT. Taux appliqué sur marge
- **Redevances indirectes :** Contribution au marketing national : 3 à 3,8% du CA HT facturation pub – CRM/reversement RFA et COOP (3 à 3,8% du CA HT)
- **Autres obligations financières :** Dépôt de garantie de 15% du stock (valeur moyenne du stock 200 K€)
- **Formation proposée :** Ouverture : trois semaines + accompagnement avant et après l'ouverture du point de vente : conventions produits, réunions régionales.

TOUT & BON

41, rue de la Distillerie
59493 VILLENEUVE-D'ASCQ
Tél. 03 20 07 91 57
Mail : gghesquieres@toutetbon.fr
Site web : <http://franchise-toutetbon.fr/>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** TOUT & BON est le premier réseau de traiteur en franchise, spécialisé dans la restauration 100 % livrée en entreprise
- **Création de l'enseigne :** 2010
- **Ouverture de la première franchise :** 2014
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 2010, TOUT & BON est fondé à Lille par Marc-Antoine Toulemonde qui ouvre un restaurant salad-bar en centre-ville de Lille.
 - 2011, lancement de l'activité livraison de plateaux-repas. L'offre s'élargit avec une activité traiteur. En trois ans TOUT & BON a multiplié par sept son chiffre d'affaires et décide de lancer en franchise.
 - 2014, lancement de la franchise, ouverture à Lomme et Paris XIII^e.
 - 2015, Marne-la-Vallée.
 - 2016, Mérygnac.
 - 2017, Saint-Herblain (Nantes) et Écully.
 - 2018, Aix-en-Provence, Rennes, Rouen, Tours, Bordeaux-Lac et Angers.
 - 2019, premiers établissements en multifranchise. Ouvertures de Blagnac, Villeurbanne, Le Blanc-Mesnil, Metz, Grenoble, Montpellier, Saint-Denis, Nantes-sud et Neuilly.
 - 2020, ouvertures d'Orléans et Reims.
 - 2021, ouverture d'Ivry-sur-Seine.
 - 2020, ouvertures de Nice, Massy et Cergy.
- **Contact franchise et développement :**
M. Grégoire GHESQUIERES
(Directeur réseau et développement)
gghesquieres@toutetbon.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 5
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 25
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** NC
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 100 et 200 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 50
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Capacité à manager, sens commercial fort, gestionnaire. Appétence pour le secteur de la restauration traiteur.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 40 000 € HT
- **Redevances directes :** 8,3 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** 0,3 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** 1,5 % du CA HT (communication locale)
- **Formation proposée :** 4 à 6 semaines puis suivi annuel.

TRYBA

ZI Le Moulin
BP 27
67110 GUNDERSHOFFEN
Tél. 06 60 18 45 15
Mail : mascencio@tryba.fr
Site web : www.franchise-tryba.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente et pose de fenêtres, portes, volets, portes de garage et accessoires sur-mesure
- **Création de l'enseigne :** 1980
- **Ouverture de la première franchise :** 1984
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1980, création de TRYBA par Johannes Tryba en Alsace.
 - 1984, lancement du réseau de franchise en France.
 - 2002, première menuiserie française à obtenir la certification ISO 9001, puis ISO 14001 en 2009.
 - 2012, TRYBA crée la franchise participative ou Carré Tryba, avec pour objectif de devenir concessionnaire en trois ans.
 - 2014, lancement de Tryba Financement pour les clients.
 - 2017, nouveau logo, nouvelle signature, nouvelle charte graphique pour les magasins.
 - 2018, lancement du triple vitrage en série.
 - 2020, année des 40 ans. Politique digitale accrue pour plus de contacts transmis au réseau.
 - 2022, nouvelles gammes produits avec des profilés plus fins. Nouvelle charte graphique plus colorée, avec plus de digital dans les magasins.
 - 2023, TRYBA compte plus de 190 concessionnaires et plus de 315 points de vente dont 19 Carrés !
- **Contact franchise et développement :**
Mme Marie Emmanuelle ASCENCIO
(Responsable développement réseau)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 10
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 315
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 16

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 150 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1 et 1 bis, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** NC
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 1 350
- **Apport personnel en K€ :** NC
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 120

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Profils de commerciaux et managers d'équipe. Qualités recherchées : aptitudes commerciales et relationnelles, leadership, rigueur, sens de l'engagement.
- **Durée du contrat :** 3 ans, puis renouvellement par tacite reconduction
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** Néant
- **Redevances indirectes :** 1,5 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** À l'arrivée : trois semaines. Puis accompagnement gratuit sur le terrain durant six mois par la cellule ouverture.

TUTTI PIZZA

44, bis route de Fronton
31140 AUCAMVILLE
Tél. 05 62 75 72 80
Mail : info@tutti-pizza.com
Site web : www.tutti-pizza.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Restauration rapide de PIZZA à emporter et à livrer
- **Création de l'enseigne :** 1989
- **Ouverture de la première franchise :** 2001
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1989, ouverture du premier restaurant, avenue Crampel à Toulouse (31).
2001, lancement de la franchise DFTP (Développement Franchise Tutti Pizza) en charge du développement de la marque TUTTI PIZZA.
2005, le réseau compte 14 points de vente.
2010, lancement de la commande en ligne.
2012, lancement de la nouvelle identité de marque TUTTI PIZZA et de son nouveau concept.
2013, ouverture du premier point de vente en Pays-de-Loire à Saint-Macaire-en-Mauges (49).
2014, ouverture du premier Tutti Matic (Distributeur automatique de pizzas fraîches) à Launaguet (31).
2017, concept optimisé et innovant.
Objectif 2024 : 100 restaurants.
- **Contact franchise et développement :**
M. Théo LAGUARRIGUE
(Responsable développement)
P 06 21 48 81 47

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 2
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 88
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 9

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 3 000 à 6 000 habitants
- **Emplacement :** Axe passant visible
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 40 et 90 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** entre 250 et 450
- **Apport personnel en K€ :** 40
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Que vous soyez : un salarié aguerri, un jeune entrepreneur ou en reconversion, ce qui compte c'est votre valeur entrepreneuriale !
- **Durée du contrat :** 9 ans
- **Droit d'entrée :** 15 000 € HT
- **Redevances directes :** 5 % du CA HT (redevance d'exploitation) ; redevance publicitaire fixe définie en convention annuelle
- **Autres obligations financières :** 2 000 € HT droit d'accès au savoir-faire
- **Formation proposée :** Formation initiale de 20 jours (3 000€ HT).

UCAR

10, rue Louis-Pasteur
92100 BOULOGNE
Tél. 01 70 95 60 49
Mail : cla@ucar.fr
Sites web : <https://ucar.fr/franchise>
<https://ucar.fr>



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Location et partage de véhicules.
- **Création de l'enseigne :** 1999
- **Ouverture de la première franchise :** 2000
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 - 1999, création du groupe UCAR.
 - 2000, première offre de location longue durée en France pour les particuliers et première marque blanche.
 - 2002, lancement de l'offre Low Cost en location courte durée et développement d'activité location en concession automobile.
 - 2003, création du réseau de franchise.
 - 2005, entrée de AXA au capital.
 - 2007, ouverture de la 100^e agence.
 - 2011, Ucar est coté sur Euronext Growth à Paris.
 - 2012, Jean-Claude Puerto, Président fondateur, participe à l'émission *Patron Incognito*.
 - 2016, UCAR lance avec l'IAE de Poitiers le premier diplôme universitaire en location automobile.
 - 2018, UCAR devient UCAR RENT SMARTER et se positionne comme acteur majeur de l'automobile partagée.
 - 2019, signature de la quatrième marque blanche.
 - 2020, déploiement de l'offre LOUER-ACHETER-PARTAGER.
 - 2022, fusion avec le Groupe COSMOBILIS pour devenir leader de l'Automobilité
- **Contact franchise et développement :**
 - M. Cyrille LABORDE
(Directeur Développement Réseau Franchise)
cla@ucar.fr
 - M. Alexandre FAILLAT
(Directeur Réseau UCAR)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 4
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 440
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 10 000 habitants
- **Emplacement :** Centres commerciaux, Zone commerciale automobile, axe routier majeur, centre-ville
- **Superficie moyenne du point de vente :** 25 à 50 m² + parking
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 100
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** 100

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Entrepreneurs, cadres, professionnels de l'automobile, commerçants, jeunes diplômés. Qualités humaines : engagement, honnêteté, confiance ; qualités professionnelles : gestionnaire et sens du commerce, maîtrise des nouvelles technologies.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 16 000 €
- **Redevances directes :** 8 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Constitution d'une société au capital de 100 K€
- **Formation proposée :** Une semaine de cours + stage pratique immersion totale de 3 semaines minimum en agence, coût 4 000 € HT.

VIE & VÉRANDA

14, rue Henri-Becquerel
69320 FEYZIN
Tél. 04 72 89 08 08
Mail : c.thoinet@vie-veranda.com
Sites web :
<https://franchise.vie-veranda.com/>
www.vie-veranda.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité** : Conception et fabrication de vérandas personnalisées
- **Création de l'enseigne** : 1984
- **Ouverture de la première franchise** : 1992
- **Étapes marquantes de son évolution** :

En 1984, la société Kit Véranda est fondée en région Rhône-Alpes. Cette société commercialise des vérandas aluminium et bois sur-mesure, ainsi que des sas d'entrée et des loggias. En 1996, la société est rachetée par Guy Pinoncély et Mario Normand. En 1998, l'enseigne change de nom pour devenir VIE & VÉRANDA. En 2010, la deuxième génération de dirigeants arrive à la tête de l'entreprise. Lucas Pinoncély devient alors le président de la société. Au fil des années, les produits et services proposés ont évolué pour se spécialiser autour de gammes de vérandas au positionnement haut de gamme utilisant des matériaux comme le bois ou l'aluminium. Aujourd'hui, le réseau VIE & VÉRANDA est en fort développement et couvre la moitié du territoire français avec 45 points de vente.

- **Contact franchise et développement** : NC

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres** : 18
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées** : 27
- **Créations d'unités franchisées en 2022** : NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise** : Propriétaires de maisons individuelles
- **Emplacement** : Zone commerciale, zones industrielles, (surface nécessaire à la mise en place d'un showroom constitué de plusieurs vérandas)
- **Superficie moyenne du point de vente** : 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT** : 1 000
- **Apport personnel en K€** : À partir de 25
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier)** : Entre 60 et 150

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché** : Le profil idéal de candidat à la franchise VIE & VÉRANDA est un professionnel ayant déjà une ou plusieurs expériences dans les métiers commerciaux. Il affiche un esprit d'entrepreneur et n'a pas peur de toucher à tous les aspects de la gestion d'entreprise : gestion financière, ressources humaines, comptabilité, communication, commercial, etc. Le candidat a un vrai plus lorsqu'il a déjà une expérience dans le secteur du bâtiment, et plus particulièrement de l'habitat, puisque la véranda est un produit technique et réglementé.
- **Durée du contrat** : 5 ans
- **Droit d'entrée** : 25 000 € HT
- **Redevances directes** : 5 000 € / an
- **Redevances indirectes** : NC
- **Autres obligations financières** : Redevance publicité nationale et pack com locale
- **Formation proposée** : Formation initiale, produits, chiffrage & logiciel, méthode de vente, commerciale (niveau I et II), métré, pose.

VILLAVERDE

Parc Saint-Hubert
23, rue du Creuzat
CS 25004
38081 L'ISLE-D'ABEAU
Tél. 04 74 18 42 42
Mail : accueil@sevea.fr
Site web : www.villaverde.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Jardinerie, décoration, animalerie
- **Création de l'enseigne :** 2006
- **Ouverture de la première franchise :** 1986
- **Étapes marquantes de son évolution :**

Rachat de la SARL Système V par les franchisés le 13 novembre 1997 au travers de la société civile des franchisés détenant le capital de la SARL, transformée en SA en 1998. Mars 2006, changement d'enseigne, de L'ESPACE ENCHANTÉ VILMORIN en VillaVerde. Décembre 2011, création de la SAS SEVEA, née de la fusion des deux centrales jardin : POLLEN et VillaVerde. SEVEA continue d'exploiter les deux enseignes : VillaVerde (franchise) et BAOBAB (affiliation). 2014, naissance d'une nouvelle enseigne d'affiliation « Version VillaVerde ».

Depuis 2016, un nouveau concept VillaVerde est mis en place sur l'ensemble de notre réseau. Ce concept inclut un nouveau parcours client, une nouvelle identité et une nouvelle offre produits (MDD).

2021, développement du microconcept « Les animaux auxiliaires de jardin » : notre magasin d'Aubièra a été le premier à en bénéficier.

- **Contact franchise et développement :**

M. Dirk ROOSEN
(Directeur Développement)
dirk.roosen@sevea.fr
M. Laurent DAMEZ
(Directeur exploitation)
laurent.damez@sevea.fr

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 17
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 119
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 80 000 habitants
- **Emplacement :** Périphérie, centres commerciaux
- **Superficie moyenne du point de vente :** 4 300 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** NC
- **Apport personnel en K€ :** 20 % de l'investissement
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** NC

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Professionnel du végétal, de la distribution spécialisée, manager, commerçant, gestionnaire.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 8 000 €
- **Redevances directes :** En moyenne 0,3 à 1,2 % du CA HT (cotisations services)
- **Redevances indirectes :** 0,6 à 1,2 % du CA HT (communication nationale)
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Thèmes variés de formation continue pour les franchisés et leurs salariés + une formation initiale pour les franchisés.

1, cours Antoine-Guichard
42008 SAINT-ÉTIENNE CEDEX 1
Tél. 06 84 82 02 59
Mail : infoentreprendre@groupe-casino.fr
Site web : www.franchise-groupecasino.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Alimentaire de proximité.
- **Création de l'enseigne :** 1999
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**
Fondée en 1999, l'enseigne VIVAL a permis aux petites et moyennes communes rurales, mais aussi aux quartiers urbains de bénéficier d'une enseigne de proximité adaptée aux besoins de la clientèle. Implanté partout en France, VIVAL est le réseau comptant le plus grand nombre de franchisés : son nombre d'implantations permet de placer VIVAL parmi les premières enseignes de franchise alimentaire en France. Les ambitions de l'enseigne ne s'arrêtent pas là : VIVAL accélère son expansion, pour offrir à tous les villages et quartiers une large palette de services (relais postal, point PMU, point de retrait colis...), mais aussi un assortiment regroupant plus de 4 000 références disponibles.
- **Contact franchise et développement :**
Mlle Laurence BENEDETTO
(Responsable du recrutement)
lbenedetto@groupe-casino.fr
M. Rémi TUILLIER

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** NC
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 1 700
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** 800 / 1 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 60 et 150 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Entre 200 et 1 000
- **Apport personnel en K€ :** 20
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** variable

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Notre réseau recherche des personnes attirées par la grande distribution ayant le goût d'entreprendre et le sens du commerce. Des personnes motivées et engagées dans la relation client, la gestion et le management.
Avec ou sans expérience en tant qu'entrepreneur, nous mettons à votre disposition notre savoir-faire par un accompagnement et une formation sur-mesure pour devenir le commerçant de demain.
- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** Néant
- **Redevances directes :** 70 € HT / mois
- **Redevances indirectes :** Néant
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Notre parcours est pensé pour s'adapter aux profils de candidats et offrir une formation adaptée au rythme de chacun.

WELDOM

Rue Guy-Boulet
 ZI de Breuil-le-Sec
 60840 BREUIL-LE-SEC
 Tél. 03 44 77 80 00
 Mail : recrutement-franchise@weldom.fr
 Site web : www.weldom.fr



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Bricolage et équipement de la maison
- **Création de l'enseigne :** 1999
- **Ouverture de la première franchise :** 1999
- **Étapes marquantes de son évolution :**
 WELDOM développe depuis 1999 un réseau de distribution de produits de bricolage, jardinage, de décoration de la maison et de services comptant à ce jour plus de 240 points de vente bénéficiant de la marque et de la notoriété de l'enseigne WELDOM. L'ensemble de ces magasins propose aux consommateurs des produits pour l'entretien, la réparation et l'amélioration de l'habitat et sont implantés en secteur rural ou urbain (petite ville rurale, ville moyenne ou centre-ville). Appartenant à ADEO, leader européen du marché de l'amélioration de l'habitat (Leroy Merlin, Bricoman...), WELDOM est l'enseigne de proximité la plus dynamique sur le marché du bricolage et vient d'ailleurs d'être récompensée des prix de Meilleure Chaîne de magasins et de Meilleure Franchise de l'année 2023 dans sa catégorie.
- **Contact franchise et développement :**
 M. Karim HOUCHI
 (Responsable acquisition et développement des entrepreneurs)

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 23
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 422
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 49

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** De 5 000 à 30 000 habitants environ à 5 minutes.
- **Emplacement :** Périphérie
- **Superficie moyenne du point de vente :** 2 540 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 3 800
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :**
 À partir de 500

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** En tant que chef d'entreprise, le franchisé WELDOM doit posséder de véritables qualités d'entrepreneur et de manager pour gérer son établissement tout en respectant l'état d'esprit WELDOM et ses valeurs.
- **Durée du contrat :** 5 ans
- **Droit d'entrée :** 6 100 €
- **Redevances directes :** 3,3% du CA HT de cotisation enseigne et 0,7% du CA HT de cotisation notoriété
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Système d'exploitation magasin : 1 à 2% du CA HT
- **Formation proposée :** Coût : 6 500 €.

YVES ROCHER

Service Recrutement Partenaires
7, chemin de Bretagne
92444 ISSY-LES-MOULINEAUX CEDEX
Tél. 01 41 08 55 00
Mail : yr.recrut.franchise-gerance@yrnet.com
Site web : www.franchise.yves-rocher.fr



YVES ROCHER

Bretagne, France



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Produits cosmétiques et soins esthétiques
- **Création de l'enseigne :** 1959
- **Ouverture de la première franchise :** 1970
- **Étapes marquantes de son évolution :**
1959, Monsieur Yves Rocher installe son premier Laboratoire de Cosmétique végétale dans le grenier de la maison familiale à la Gacilly, en Bretagne.
1969, ouverture du premier magasin, boulevard Haussmann à Paris.
1970, ouverture du premier magasin en franchise à Grenoble.
2000, ouverture de la boutique en ligne via le site www.yves-rocher.fr.
2007, la marque Yves Rocher devient N° 1 de la Cosmétique végétale en France.
2019, la marque fête ses 60 ans et 100 millions d'arbres plantés par la Fondation Yves Rocher en 2020.
- **Contact franchise et développement :**
Mme Stéphanie VINCENT
(Responsable Recrutement Franchisés)
stephanie.vincent@yrnet.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 8
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 192
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** NC

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 8 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** 80 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** Dès 350
- **Apport personnel en K€ :** À partir de 60 en franchise et 30 en location-gérance
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 100 et 130

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** Passionné par le commerce de proximité, vous souhaitez animer votre équipe, piloter votre entreprise avec une seule ambition la satisfaction de vos clients. Vous êtes issus de l'univers du retail et êtes très opérationnel, rejoignez-nous !
- **Durée du contrat :** 3 ans en location-gérance – 7 ans en franchise
- **Droit d'entrée :** 2 000 à 10 000 € HT
- **Redevances directes :** Produits : 2 % en franchise, 7 à 15 % en location-gérance du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** NC
- **Formation proposée :** Le parcours d'intégration dure cinq semaines et comprend une partie théorique et une mise en pratique en magasins.

YVES THURIÈS CHOCOLATIER RÉCOLTANT

ZA La Vialette
Belcastel
81150 MARSSAC-SUR-TARN
Tél. 05 63 53 05 05
Mail : contact@yvesthuries.com
Site web : www.yvesthuries.com



LA SOCIÉTÉ

- **Activité :** Vente au détail chocolatier récoltant.
- **Création de l'enseigne :** 1991
- **Ouverture de la première franchise :** 2000
- **Étapes marquantes de son évolution :**
En 1992, Yves Thuriès, deux fois Meilleur Ouvrier de France, crée la Chocolaterie Excellence. À ce savoir-faire extraordinaire de chocolatier français, nous ajoutons la maîtrise totale des matières premières par l'exploitation en direct de nos propres plantations de cacao en Équateur qui fournit l'un des plus beaux crus au monde et de notre exploitation de noisettes dans le Sud-ouest de la France qui apporte à nos bonbons de chocolat un goût particulièrement raffiné. Nous sommes ainsi les seuls à proposer au plus grand nombre une offre d'un chocolatier récoltant reconnu deux fois Meilleur Ouvrier de France.
- **Contact franchise et développement :**
M. Ghislain des PALLIERES
(Responsable développement réseau)
g.despallieres@yvesthuries.com

LE RÉSEAU (en France)

- **Nombre d'unités propres :** 30
- **Nombre d'unités franchisées ou affiliées :** 40
- **Créations d'unités franchisées en 2022 :** 3

L'UNITÉ TYPE

- **Zone de chalandise :** À partir de 15 000 habitants
- **Emplacement :** N° 1
- **Superficie moyenne du point de vente :** Entre 40 et 65 m²
- **Chiffre d'affaires annuel moyen en K€ HT :** 180
- **Appoint personnel en K€ :** 50 à 150
- **Investissement en K€ HT (hors immobilier) :** Entre 50 et 80

L'ACCÈS AU RÉSEAU

- **Profil recherché :** NC
- **Durée du contrat :** 5+5 ans
- **Droit d'entrée :** 19 500 €
- **Redevances directes :** 2 % du CA HT
- **Redevances indirectes :** NC
- **Autres obligations financières :** Néant
- **Formation proposée :** 3 semaines.

— Franchiseurs, développez votre enseigne rejoignez-nous !



Adhérez
à la Fédération Française de la Franchise

En adhérant à la Fédération Française de la Franchise, vous serez accompagné à toutes les étapes, de la création au développement de votre réseau de franchise



Vous serez soutenu et représenté par la Fédération Française de la Franchise auprès des pouvoirs publics et des acteurs du monde économique.



Vous partagerez les expériences et les bonnes pratiques avec nos adhérents et nos experts.



Vous profiterez de tarifs préférentiels sur Franchise Expo Paris, le rendez-vous annuel international majeur de la franchise.



RÉMI DE BALMANN
Coordinateur du Collège
des Experts de la Fédération
Française de la Franchise

LE COLLÈGE DES EXPERTS DE LA FFF

Pourquoi faire appel à un expert de la franchise et, plus spécialement, à un membre du Collège des experts de la Fédération Française de la Franchise ?

Parce que créer un réseau et le promouvoir harmonieusement requiert de maîtriser ce que l'on peut appeler « le métier de franchiseur ».

Et parce que devenir franchisé requiert de s'être entouré des meilleurs conseils pour mûrir son projet et faire les bons choix.

Parrainés par des franchiseurs adhérents de la FFF, les cinquante experts du Collège sont des professionnels du monde des réseaux qui s'engagent à adhérer et à faire adhérer aux principes fondamentaux du Code de Déontologie, défendu par la FFF.

Ce Collège était à l'origine essentiellement composé d'avocats et d'experts-comptables. Des consultants spécialisés en management des réseaux, des conseils en finances et en assurances, des spécialistes du marketing et de la communication sont ensuite venus apporter leurs expériences et leurs compétences au sein de ce Collège. Ils ont, plus récemment, été rejoints par des conseils en stratégie digitale ou en webmarketing qui apportent au Collège leur maîtrise des nouvelles technologies au service des réseaux.

Chaque année se déroulent sur une demi-journée quatre ou cinq réunions (les « plénières ») dont le programme est organisé par le coordinateur, élu pour des mandats de deux ans renouvelables et qui est statutairement « chargé d'assurer la liaison entre le Collège et la délégation générale ».

À l'occasion de chaque plénière, trois ou quatre experts interviennent sur un thème de leur spécialité et prodiguent à cette occasion leurs conseils pour faire évoluer les « bonnes pratiques ».

L'idée étant que – comme dans les réseaux eux-mêmes – la mise en commun des idées fasse grandir chacun !

“

Pour que
la mise en
commun
des idées
fasse
grandir
chacun !

”

RÉMI DE BALMANN

Avocat à la Cour d'Appel de Paris,
Associé-Gérant et responsable
du département Distribution franchise
du cabinet D, M & D,
Ruban d'Or de la franchise
rebalmann@dmd-avocats.com

CONSEILS JURIDIQUES

Avocats

M^e François-Xavier AWATAR
 M^e Hubert BENSOUSSAN
 M^e Vincent BERGER
 M^e Olivier BINDER
 M^e Alain COHEN-BOULAKIA
 M^e Pierre CUSSAC
 M^e Rémi de BALMANN
 M^e Rémi DELFORGE
 M^e Stéphan FESCHET
 M^e Frédéric FOURNIER
 M^e Jean-Baptiste GOUACHE
 M^e Christophe GRISON
 M^e Hélène HELWASER
 M^e Marc LANCIAUX
 M^e Martin LE PÉCHON
 M^e Jean-Marie LELOUP
 M^e Cécile PESKINE
 M^e Régis PIHÉRY
 M^e Sébastien SEMOUN
 M^e François-Luc SIMON
 M^e Grégoire TOULOUSE
 M^e Olga ZAKHAROVA-RENAUD

Conseil / Avocat en
propriété intellectuelle

M^e Vanessa BOUCHARA
 M. Éric SCHAHL

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT
DE FRANCHISE

M. Sylvain BARTOLOMEU
 M. Christophe BELLET
 M. Franck BERTHOULOUX
 M. Thierry BISMUTH
 M. Benjamin CHAMBE
 M. Laurent DELAFONTAINE
 M. Laurent DUBERNAIS
 M. Olivier FOUQUÉRÉ

M. Emmanuel JURY

M. Laurent KRUCH
 M. Nicolas LOUIS-AMÉDÉE
 M. Olivier MIGNOT
 Mme Caroline MORIZOT
 M. François PELTIER
 Mme Virginie SABLÉ
 M. Jean-Paul ZEITLINE

CONSEILS COMPTABLES,
FINANCIERS ET ASSURANCES

Experts comptables

M. Jean-Pierre GOUY
 Mme Stéphanie PIZZUTTI
 Mme Olga ROMULUS
 M. David VANALDERWERELT
 M. Jérôme WITTMAN

Conseils en gestion, finance
et assurances

Mme Stéphanie CINATO DI FUSCO
 M. Jean-Philippe DELTOUR
 M. Benoît FOUGERAIS

CONSEILS EN MARKETING
ET COMMUNICATION

Mme Emmanuelle COURTET
 Mme Lise FERCOQ DUGUÉ
 Mme Agnès HEUDRON
 M. Julien SIOUFFI

CONSEILS
EN STRATÉGIE DIGITALE

M. Pascal CROZE
 M. Michel FAILLIE
 M. Fabien GUILLOSSOU
 Mme Nataliya ILYINA
 M. Abdel TAMRANE



MAÎTRE FRANÇOIS-XAVIER AWATAR

CONSEILS JURIDIQUES

CMS FRANCIS LEFEBVRE
174, rue de Créqui, 69003 LYON
P 06 29 11 29 03
Mail : francois-xavier.awatar@lyon.cms-fl.com
Site : <https://cms.law/fr/fra/>

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Le cabinet est présent dans tous les secteurs du droit: fiscalité, sociétés, social, économique, environnement, public, etc.

Nous sommes trois associés en droit économique :

- Laurent Romano en charge des aspects contrats et propriété intellectuelle
 - Olivier Leroy spécialiste du droit de la concurrence
 - François-Xavier Awatar, en charge du département droit de la distribution, spécifiquement du droit de la franchise
- L'équipe totalise près de 30 collaborateurs dont 10 dédiés à mon département.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

NC

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2011.

- Certificat à la profession d'avocat en 2011,
- Master 2 en droit des affaires / DJCE / certificat de spécialité en droit économique en 2010,
- Master 1 en droit des affaires en 2009

STRUCTURE DU CABINET

Le cabinet CMS FRANCIS LEFEBVRE est composé de plus de près de 600 avocats et de 113 associés pour un chiffre d'affaires global de plus de 200 millions d'euros. Le cabinet est une des filiales du réseau mondial CMS comprenant 8000 avocats et plus de 80 filiales dans le monde. Mon activité en franchise regroupe 10 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 2,4 millions d'euros.



M. SYLVAIN BARTOLOMEU

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

FRANCHISE MANAGEMENT
Tour Part-Dieu, 21^e étage, 129, rue Servient, 69326 LYON PART-DIEU CEDEX 03
Tél. 04 78 14 36 48 – P 06 75 19 84 68
Mail : bartolomeu@franchise-management.com
Site : www.franchise-management.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Conseil en franchise: accompagnement de franchiseurs et futurs franchiseurs,
- Création de réseaux (faisabilité, stratégie, montage, lancement), optimisation de réseaux (Diagnostic, audit-Benchmark, assesment, conduite du changement), modélisation de concepts, recrutement des équipes de tête de réseau (animateurs, développeurs, directeurs réseaux),
- En 30 ans, Franchise Management a accompagné plus de 400 enseignes représentant plus de 90 000 franchisés à travers le monde.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol, portuguais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.

- Enseignant en Master I & II management de la franchise (Université de Haute-Alsace / Université Lyon III / IAE),
- DESS Management de la franchise,
- Ingénieur maître en management des réseaux commerciaux,
- Ruban d'Argent de la Franchise.

STRUCTURE DU CABINET

2 associés et 12 consultants.



M. CHRISTOPHE BELLET

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

GAGNER EN FRANCHISE

18, rue Pasquier, 75008 PARIS – P 06 07 14 60 42

Mail : bellet.christophe@gagner-en-franchise.fr

recrutement@gagner-en-franchise.fr

Site : www.gagner-en-franchise.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Accompagnement dans la création et le lancement de votre réseau en franchise (le savoir-faire, business model, plan de formation, profil idéal des futurs franchisés...). Rédaction complète de manuels opératoires,
- Recrutement des futurs franchisés, sélection de vrais profils d'entrepreneurs,
- Accompagnement dans la stratégie commerciale et développement, aide à prendre le recul nécessaire pour piloter votre croissance, optimiser votre organisation, accompagner le management, fidéliser son réseau.

Nous accompagnons trente enseignes (franchise, concession, licence...) du service et du commerce en France et à l'international. En fonction des besoins et des spécificités, Christophe BELLET s'appuie sur ses consultants qui interviennent partout en France et à l'étranger.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1997.

- DEUST Gestion et administration (Bordeaux, 1986),
- 35 ans management pilotage réseaux : 12 ans opérationnel (Décathlon, Halle aux Chaussures, Foir'Fouille, Z), 12 ans de directions d'enseignes et directions générales (Beauty Success, Séphora, Clair de Baie, La Redoute),
- 11 ans consultant et dirigeant.

STRUCTURE DU CABINET

Christophe BELLET, équipe de quatre consultants dont deux spécialistes du recrutement de franchisés, deux consultants spécialisés dans l'accompagnement, dont un à l'international et la restauration. Un consultant spécialisé dans les services.



MAÎTRE HUBERT BENSOUSSAN

CONSEILS JURIDIQUES

CABINET HUBERT BENSOUSSAN & ASSOCIÉS

119, rue de Lille, 75007 PARIS

Tél. 01 47 03 34 09 – P 06 19 76 33 34

Mail : cabinet@hubertbensoussan.eu

Site : www.hubertbensoussan.eu

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Historiquement dédié à la franchise et plus généralement aux réseaux de distribution, le cabinet d'avocats Hubert Bensoussan & Associés accompagne les franchiseurs dans leur stratégie de vie en réseau et les précautions juridiques et stratégiques qu'elle impose.

Parmi les prestations du Cabinet :

- création de réseaux,
- conseils juridiques et stratégiques,
- rédaction des contrats nécessaires aux réseaux de franchise et assimilés,
- cession de réseau / achat de réseau,
- contrôle de la communication du réseau,
- prise en charge des situations potentiellement conflictuelles,
- négociation et/ou le contentieux judiciaire.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1990.

- Avocat,
- Diplôme universitaire de droit européen,
- Enseignant en Droit des réseaux de commercialisation à l'IUP de Colmar.

STRUCTURE DU CABINET

Dix avocats totalement dédiés à l'activité franchise et assimilé, dont un professeur agrégé des facultés de droit et un maître de conférences; deux assistantes juridiques.



MAÎTRE VINCENT BERGER

CONSEILS JURIDIQUES

KPMG Avocats
 Tour Europlaza, 20, avenue André-Prothin
 92927 PARIS LA DÉFENSE CEDEX
 Tél. 01 55 68 48 86
 Mail : vberger1@kpmgavocats.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Avocat à la cour,
- Fiscalité des entreprises,
- Fiscalité patrimoniale.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais courant, espagnol universitaire.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2000.
 – DEA (Master 2) Droit Fiscal – Université Panthéon Sorbonne,
 – Certificat d'aptitude à la profession d'avocat.

STRUCTURE DU CABINET

NC



M. FRANCK BERTHOULOUX

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

TGS FRANCE
 20, rue Victor-Schoelcher, 44100 NANTES
 P 06 12 62 08 78
 Mail : franck.berthouloux@tgs-france.fr
 Site : www.tgs-france.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Aider les femmes et les hommes en réseau (franchiseurs, franchisés) à se développer durablement :

- RECRUTEMENT : Analyse des profils psychologiques des franchisés : La Valeur Humaine Ajoutée®,
- ÉTUDES : Cartographie de la performance / Santé des franchisés,
- SAVOIR-FAIRE : Identification, codification du savoir-faire, base de connaissances digitale, Symétrie Expérience Franchisés / Expérience clients,
- DÉVELOPPEMENT PERSONNEL : Formation continue des franchisés, coaching, animation séminaires...
- ACCOMPAGNEMENT OPÉRATIONNEL.
- PARTAGE D'EXPÉRIENCE : Animation du club « L'Atelier des Enseignes® qui se développent en réseau » fédérant une quinzaine d'enseignes depuis 2012. Interventions dans de nombreux secteurs d'activité (privé & public).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1998.
 25 ans d'expérience en franchise (France et International). Ancien franchiseur (10 ans) et consultant depuis 2009. Coach professionnel certifié. Ruban d'Argent de la Franchise 2013. Membre du Jury des Révélation de la Franchise (depuis 2010). Références : 180 réseaux. Master en Commerce International

STRUCTURE DU CABINET

Depuis 1998, équipe interdisciplinaire spécialiste franchise & réseaux (consultants, coachs certifiés, experts système d'information, avocats, juristes, experts-comptables) qui aide les enseignes en réseau à se développer durablement, en visant l'équilibre santé des acteurs-performance.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, Espagnol.



MAÎTRE OLIVIER BINDER CONSEILS JURIDIQUES

CORNET-VINCENT-SEGUREL (CVS)
251, boulevard Pereire, 75852 PARIS Cedex 17
Tél. 01 40 73 73 40
Mail : obinder@cvs-avocats.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

En matière de franchise, Olivier BINDER accompagne une clientèle nationale et internationale pour les implantations ou développements de franchise en France. Il conseille, structure, rédige, les réseaux, entouré d'une équipe pluridisciplinaire (fiscalité, marques, corporate, propriété commerciale, urbanisme). Il gère les risques précontentieux, et les situations de crise, et assiste ses clients dans la recherche de solutions amiables (médiation, conciliation) ou à l'occasion de procédures arbitrales et judiciaires. Il les représente devant les Autorités administratives de concurrence, nationale ou européenne.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1987.

- Université de droit de Paris et HEC executive MBA.
- Membre de l'IBA/IFA (International Franchise Association) et de EFL (EuroFranchiseLawyers).

- Expert national France de l'IDI pour la franchise (International Distribution Institute).
- Arbitre référencé à la FFF et à la Chambre arbitrale internationale de Paris.

STRUCTURE DU CABINET

- CVS, un seul cabinet, 6 implantations en France : Bordeaux/Lille/Lyon/Nantes/Paris/Rennes.
- CVS est membre de trois réseaux internationaux : EUROJURIS (30 pays), ADVOC (73 pays), GLOBAL ADVOCATEN (25 pays)
- Olivier Binder est membre de EuroFranchiseLawyers-EFL (22 pays).

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, allemand, espagnol.



M. THIERRY BISMUTH CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

ODYSSÉE RH
22, boulevard de Stalingrad, 92320 CHATILLON
Tél. 01 75 60 07 50 – P 06 10 70 30 90
Mail : thierry@odyssee-rh.fr – contact@odyssee-rh.fr
Site : www.odyssee-rh.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Nous alimentons en flux continu nos enseignes clientes d'entrepreneurs qu'elles n'auraient pas pu identifier par des canaux traditionnels. Ces profils ne sont pas ceux qui se renseignent traditionnellement sur les plateformes d'information à la franchise. Ce sont des cadres approchés dans le cadre de la méthodologie de chasse de tête spécifique aux cabinets de recrutement (activité historique et principale de ODYSSEE RH).

Une double compétence Franchise et Métier: ODYSSEE RH maîtrise l'univers de la Franchise mais est aussi un cabinet de recrutement spécialisé et reconnu sur le commerce, la distribution, la restauration...

Votre développement international: en tant que représentant français du réseau FRANCHISE WORLD LINK, ODYSSEE RH :

- Accompagne les enseignes françaises souhaitant recruter des MASTER FRANCHISÉS dans les 14 pays d'implantation de FRANCHISE WORLD LINK.

- Recrute des MASTER FRANCHISÉS français pour des enseignes étrangères.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

ESC Bordeaux

STRUCTURE DU CABINET

- 6 pôles de compétences structurés autour de 60 consultants spécialisés: Recrutement de franchisés et Master Franchisés
- Recrutement CDI.



MAÎTRE VANESSA BOUCHARA

CONSEILS JURIDIQUES

CABINET BOUCHARA & AVOCATS

17, rue du Colisée

75008 PARIS

Tél. 01 42 25 42 30

Mail : vb@cabinetbouchara.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Notre cabinet est entièrement et exclusivement dédié à la propriété intellectuelle.

Nous accompagnons de nombreux réseaux de franchise dans la sécurisation de leurs actifs de propriété intellectuelle (marques, dessins et modèles, droits d'auteur) et dans le cadre d'action contre des tiers portant atteinte à leurs droits de propriété intellectuelle.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Formation propriété intellectuelle,
- Master 2 : droit de l'entreprise.

STRUCTURE DU CABINET

4 avocats, 2 juristes, 2 assistantes. Marque : 1 office manager.



M. BENJAMIN CHAMBE

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

TRIBEKAI – KAPP RETAIL

107, boulevard de Stalingrad, 69100 VILLEURBANNE

P 06 37 73 31 27

Mail : b.chambe@tribekai.com

Sites : www.tribekai.com – www.kapp-retail.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

TRIBEKAI est un cabinet de conseil, créé en 2013 et qui fort de son équipe de consultants accompagne au quotidien l'ensemble des acteurs du retail dans leur développement en franchise France / international et en immobilier :

- Franchise France : cadrage stratégique, lancement en franchise, développement et recherche de franchisés.
- Immobilier commercial : commercialisation, développement immobilier, gestion de parc externalisé.
- Développement international : stratégie de conquête internationale, développement en franchise / master-franchise.

KAPP RETAIL est la première plateforme de matching du monde de la Franchise. Cette assistant digitalisé de développement est né de l'écosystème du cabinet TRIBEKAI créé en 2013.

KAPP RETAIL assure aux porteurs de projet et aux enseignes un conseil sur mesure et un accompagnement personnalisé dans leur développement en franchise.

LANGUE (S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2007.

- École supérieure de Commerce de Saint-Étienne.
- 15 ans d'expérience en direction, développement et animation de réseaux en France et à l'international.
- Fonctions précédentes : Directeur Franchise, Directeur Export / International.
- Depuis 2021 : Directeur Pôle Franchise – Associé – Cabinet TRIBEKAI.

STRUCTURE DU CABINET

NC



MME STÉPHANIE CINATO DI FUSCO

CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES

IN EXTENSO

106, cours Charlemagne, CS 40207,
69286 LYON CEDEX 02
Tél. 04 72 60 36 68 – P 06 78 54 46 48

Mail : stephanie.cinato-di-fusco@inextenso.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

IN EXTENSO, est un cabinet national leader de l'expertise comptable et des services professionnels pour les TPE-PME en France détenu par ses associés.

IN EXTENSO propose aux chefs d'entreprise un service professionnel complet, à tous les stades de la vie de leur entreprise et sur tous les domaines liés à la gestion de leur activité: comptabilité, fiscalité, gestion, juridique, conseil social et paies, resourcing, externalisation comptable, gestion de patrimoine, conseil en innovation durable, conseil en tourisme, culture et hôtellerie, transmission d'entreprise. IN EXTENSO propose des outils numériques innovants, notamment un portail de benchmark pour les enseignes et Inexweb, portail collaboratif, véritable interface de gestion pratique et connectée.

Notre raison d'être « acteur du développement des entreprises, du dynamisme des territoires et de l'accomplissement de chacun » donne le sens et la vision de nos actions.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE - TITRES

Intervient en franchise depuis 2000.

IN EXTENSO : Directeur National Marché Franchise & Commerce Organisé.

STRUCTURE DU CABINET

250 agences en France et 5 800 collaborateurs dont 258 associés.

Cellule nationale dédiée au marché de la Franchise et du Commerce organisé



MAÎTRE ALAIN COHEN-BOULAKIA

CONSEILS JURIDIQUES

SVA AVOCATS

1, place Alexandre Laissac, 34000 MONTPELLIER
Tél. 04 67 58 75 00

176, rue de Rivoli, 75001 PARIS

Tél. 01 47 70 03 81

Mail : acohen@sv-avocats.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Conseil et assistance de réseaux de franchise français et étrangers,
- Distribution (droit de la distribution, commercial, bancaire),
- Baux commerciaux,
- Procédures collectives,
- Droit immobilier (droit de la copropriété, Loi Huguot).

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Allemand, anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE - TITRES

Intervient en franchise depuis 1986.

Avocat à la Cour.

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet implanté à Montpellier, Nîmes, Agde, Rodez et Paris, composé de douze associés et de plus de vingt avocats collaborateurs.

1, place Alexandre-Laissac, 34000 MONTPELLIER

176, rue de Rivoli, 75001 PARIS

288, allée de l'Amérique Latine, 30900 NÎMES

7, boulevard Gambetta, Résidence Le Biney, 12000 RODEZ

8, Espace Les Grands-Cayrets, 34300 AGDE



MME EMMANUELLE COURTET
CONSEILS EN MARKETING ET COMMUNICATION

FRANCHISE MANAGEMENT
 Tour Part Dieu – 21^e étage
 129, rue Servient, 69326 LYON PART-DIEU Cedex 03
 Tél. 04 78 14 36 48 – P 06 70 21 65 38
 Mail : courtet@franchise-management.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Conseil en franchise : accompagnement de franchiseurs et futurs franchiseurs.

Composé d'experts de la franchise et des différents métiers du marketing, de la communication et du digital, le pôle marketing et communication de FRANCHISE MANAGEMENT conseille les franchiseurs souhaitant :

- optimiser leur sourcing candidats,
- améliorer leur image de marque,
- développer la notoriété de leur enseigne,
- booster le trafic de leurs points de vente.

En 30 ans, Franchise Management a accompagné plus de 450 enseignes représentant plus de 90 000 franchisés à travers le monde.

LANGUE (S) ÉTRANGÈRE (S)

Anglais, espagnol.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2000.

- Licence d'histoire : Université Paris X Nanterre,
- Master 1 Relations publiques et communication d'entreprise – European Business School (ex-ISERP),
- Responsable du pôle relations presse puis responsable du développement en agence de communication,
- Professeur référent en école de commerce.

STRUCTURE DU CABINET

4 associés et 14 consultants.



M. PASCAL CROZE
CONSEILS EN STRATÉGIE DIGITALE

CLEONET
 11, avenue Paul-Verlaine, 38100 GRENOBLE
 Tél. 04 76 09 61 64 – P 06 77 82 66 74
 Mail : pcroze@cleonet.fr – Site : www.cleonet.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Digitalisation des réseaux de franchise,
- Applications Intranet et Extranet à destination des réseaux de franchise, modules standards personnalisables,
- Digitalisation des missions et services du franchiseur : recrutement, développement, ouverture, travaux, communication interne, base documentaire, gestion des plans d'actions, gestion de projet, animation de réseaux, facturation centralisée, gestion des formations, boutique interne, gestion des supports marketing et outils de communication, centralisation des achats, logistique centralisée, e-learning, statistiques centralisées, pilotage et back-office e-commerce, pilotage et back-office front office point de vente, gestion cartes et compte fidélité...,
- Hébergement / Maintenance / Assistance / Formation,
- Développements spécifiques autour de nos modules de base,
- Conseil / Accompagnement / Stratégie de digitalisation,
- Consultant Digitalisation

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2000.

- Ingénieur IT,
- Chef de projet en SSII,
- Responsable informatique Groupe Go Sport,
- Responsable informatique Euromaster,
- DSI Vulco,
- CEO CLEONET depuis décembre 2003,
- Consultant Digitalisation depuis 2003.

STRUCTURE DU CABINET

14 personnes

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais professionnel.



MAÎTRE PIERRE CUSSAC
CONSEILS JURIDIQUES

CABINET CUSSAC & HAOUARI
32, boulevard Marbeau
75116 PARIS
Tél. 01 45 53 19 19
Mail : avocats@cabinet-ch.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Le cabinet intervient comme conseil permanent auprès des entreprises pour monter leurs opérations juridiques et rédiger leurs contrats. Le cabinet gère également les dossiers contentieux dans les matières dont il s'occupe: droit de la franchise, des réseaux de distribution, de la concurrence et de la propriété industrielle.

Le cabinet est le consultant privilégié, dans ces matières, de nombreux groupes très renommés mais aussi des moyennes entreprises qu'il assiste dans leur développement.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE - TITRES

Intervient en franchise depuis 1991.

- Avocat auprès de la Cour d'Appel de Paris,
- Cabinet Conseil de groupes très renommés, français et internationaux, ainsi que des PME en matière de franchise.

STRUCTURE DU CABINET

3 associés - 3 collaborateurs.



MAÎTRE RÉMI DE BALMANN
CONSEILS JURIDIQUES

D, M & D
147, rue de Rennes, 75006 PARIS
Tél. 01 44 39 00 80 - P 06 82 39 09 30
Mail : rdebalmann@dmd-avocats.com
Site : www.dmd-avocats.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Exclusivement dédié aux têtes de réseaux et dans le cadre de ses activités de conseils, Rémi de Balmann analyse le concept et détermine le modèle juridique adapté, élabore le contrat et le document d'information précontractuelle en liaison avec les porteurs de projets et aide à la formation au « métier de franchiseur ».

Dans le cadre de ses activités judiciaires, il défend les intérêts des têtes de réseaux confrontées à des situations de crise: conflits franchiseurs/franchisés, concurrence déloyale, parasitisme; tentatives de déstabilisation.

Reconnu pour ses talents de plaideur, il aborde le procès comme « la continuation de la politique par d'autres moyens » (Clausewitz).

Il est Président de l'Association Graines de Réseaux, club de dirigeants qui se réunissent pour échanger, dans un cadre confidentiel, sur les bonnes pratiques et les fondamentaux d'un développement maîtrisé des enseignes.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE - TITRES

Intervient en franchise depuis 2000.

- Diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Paris (Sciences Po Paris),
- DEA de Droit des Affaires (Paris II - Assas),
- Ruban d'Argent de la Franchise en 2015,
- Coordinateur du Collège des Experts de la FFF depuis 2015,
- Ruban d'Or de la Franchise en 2021.

STRUCTURE DU CABINET

Trois associés.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. LAURENT DELAFONTAINE
CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

AXE RÉSEAUX
 11, rue de Beauvau, 78000 VERSAILLES
 Tél. 01 30 21 78 69 – P 06 33 36 69 43
 Mail : laurent.delafontaine@axereseaux.com
 Site : www.axereseaux.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

AXE RÉSEAUX conseille les enseignes commerciales à chaque étape de leur développement. Les principaux domaines d'expertises sont liés au système de la franchise et autres formes contractuelles :

- Le DIAGNOSTIC de franchisabilité et les recommandations de mise en œuvre.
- L'AUDIT de performance d'enseigne et le re-engineering d'organisation de réseau.
- Les travaux de MODÉLISATION du concept (bibles opératoires, plan de formation...).
- La recherche, la qualification et le RECRUTEMENT des candidats partenaires.
- Le recrutement, la FORMATION et le coaching des collaborateurs de la tête de réseau.
- L'import/export de concepts commerciaux en MASTER-FRANCHISE.

AXE RÉSEAUX n'a aucun contentieux clients depuis sa création en 2011.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.
 ESCP (MBA 2002), European Business School (1992).
 École hôtelière de Vannes (2002). Dir. franchise DEL ARTE ;
 Dir. franchise AST-Group; Dir. développement GEOXIA ;
 Consultant-manager ERNST & YOUNG ; Chef de région FIAT
 AUTO. Ruban d'argent de la Franchise 2017. Membre du CJD
 92. Mentor 93Entreprendre.

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet référence en franchise depuis 2011 avec plus de 300 références client (dont 120 jeunes franchiseurs), avec indice satisfaction clients certifié de 92 % et aucun contentieux depuis sa création.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol, allemand



MAÎTRE RÉMI DELFORGE
CONSEILS JURIDIQUES
DL CORPORATE & REGULATORY
 20, boulevard Princesse-Charlotte, MC 98000 MONACO
 Tél. 00 377 97 98 76 16 – P 06 82 65 03 62
 Mail : remid@delforgelaw.com
 Site : www.delforgelaw.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Opérations transfrontières notamment M & A, acquisition et refinancement de réseaux,
- Rédaction de contrats en anglais et français (franchise, master franchise, accords de développement, JV, partenariat, concession, location-gérance, commission-affiliation, distribution, licences, sponsoring...); adaptation des contrats au droit français et monégasque,
- Document d'Information Précontractuelle (DIP), conseil pour la mise en place de structures d'approvisionnement en Europe, management juridique de réseaux, négociations franchiseurs-franchisés, implantations et autorisations à Monaco.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1985.
 – Maîtrise Droit des affaires (Paris II),
 – DESS Droit international (Paris I),
 – LLM (Master's Américian, Tulane University, USA),
 – Directeur juridique (Schlumberger),
 – Directeur juridique Europe (McDonald's).

STRUCTURE DU CABINET

10 personnes.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol, italien, allemand.



M. JEAN-PHILIPPE DELTOUR
CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES

CRÉDITRELAX – LINKAPITAL
 2, rue de la Roquette, 75011 PARIS
 Tél. 01 58 30 81 70
 Mail : jp.deltour@creditrelax.com
 Sites : www.creditrelax.com – www.linkapital.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

CRÉDITRELAX est un courtier en financement professionnel qui accompagne les franchisés, les artisans, les commerçants et les professions libérales.

LINKAPITAL est une banque d'affaires indépendante dédiée aux entrepreneurs, spécialiste de la structuration d'opérations financières, capitalistiques ou patrimoniales, de la recherche de financements (fonds propres, quasi fonds propres, dette) et des transactions.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, Indonésien.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2005.
 – MBA ESSEC,
 – Jean-Philippe Deltour est membre du collège des experts de la Fédération Française de la Franchise et a accompagné le financement de plus de 120 réseaux.

STRUCTURE DU CABINET

Agence centrale basée à Paris.



M. LAURENT DUBERNAIS
**CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
 ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

SYNERGEE
 1-3, boulevard Charles-de-Gaulle, Le Noblet, 92700 COLOMBES
 Tél. 01 89 16 36 22 – P 06 84 21 45 00
 Mail : laurent.dubernais@synergiee.com – Site : www.synergiee.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

SYNERGEE : éditeur international de solutions cloud de pilotage et d'animation pour les réseaux franchisés. Plus de 274 enseignes et 64 000 points de vente utilisent SYNERGEE dans 120 pays. SYNERGEE vous permet d'industrialiser vos processus de gestion et pilotage de votre réseau de franchise, Développement, gestion juridique, animation, pilotage activité et gestion financière. Grâce à une méthodologie éprouvée, SYNERGEE vous permet de développer votre réseau, et créer de la valeur.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1995.
 – 1988 : Diplômé de l'Institut Supérieur du Commerce,
 – MBA Audit Expertise Conseil.

STRUCTURE DU CABINET

SYNERGEE compte 40 collaborateurs.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Allemand, anglais bilingue, espagnol, italien.



M. MICHEL FAILLIE
CONSEILS EN STRATEGIE DIGITALE

6TM Franchises et Réseaux
 9, rue James-Watt, 49070 ANGERS – BEAUCOUZÉ
 Tél. 02 52 35 01 01 – P 06 11 54 17 36
 Mail : michel.faillie@6tm.com
 Site : www.6tm.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Michel Faillie, spécialiste des nouvelles technologies, accompagne les grands comptes et réseaux de franchises depuis plus de 20 ans dans l'élaboration et la mise en place de leur stratégie Web. En amont des projets, il conseille, organise et accompagne les réseaux au changement. Michel Faillie apporte ainsi aux réseaux qu'il accompagne un regard sur les dernières innovations et tendances digitales apporteurs de valeur au contrat de franchise.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2010.

- Ingénieur maître en robotique et automatismes,
- DESS Transfert de Savoirs et Nouvelles technologies.

STRUCTURE DU CABINET

6TM FRANCHISES ET RÉSEAUX est le spécialiste des solutions numériques qui accompagne le franchiseur dans le développement de son réseau sur toutes ses missions, en proposant des solutions adaptées à sa taille, à son métier, à ses enjeux. 6TM FRANCHISES ET RÉSEAUX conseille et accompagne le franchiseur sur les six axes de sa chaîne de valeur à savoir : Le recrutement; l'engagement et la formation; la génération de business; la communication et la collaboration; l'animation de réseau; le pilotage du réseau. Véritable partenaire digital stratégique pour nos clients, nous leur proposons pour chaque axe de valeur, des solutions prépackagées ou sur-mesure pour répondre efficacement à leurs enjeux et leur stade de développement.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Espagnol, anglais.



MME LISE FERCOQ DUGUÉ
CONSEILS EN MARKETING ET COMMUNICATION

ZUGGA MEDIA
 67, cours Mirabeau
 13100 AIX-EN-PROVENCE
 Tél. 04 42 62 33 29 – P 06 13 43 88 09
 Mails : zuggamedia@wanadoo.fr – zuggamedia-paris@orange.fr
 Site : www.zuggamedia.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Accompagnement des réseaux dans l'organisation de leurs événements et leur stratégie de communication :

ÉVÉNEMENTIEL : Convention nationale. Réunion régionale. Création de stand sur mesure. Lancement de réseau. Animation groupe de travail franchisés. Lancement de produit.

Salons professionnels : Commissariat technique et logistique externalisé. Stands. Scénographie.

COMMUNICATION : Communication d'enseigne. Conseil en image et notoriété. Communication d'image et création graphique (identité visuelle, logo, charte graphique...). Communication de développement et recrutement franchiseur. Manuel de communication. Plan de communication franchisés. Plan média. Direction communication externalisée.

– *Références franchise* : Bocage, Casino, Cash Express, Cavavin, Citron Vert, Daniel Moquet, Emprixia, Eram, Gémo, Lippi, Mellow Yellow, Midas, Mikit, Moulin de Païou, Quick, Rent A Car, Repar'Stores, Speedy, TBS, Ulysse Transport, Vival Spar, Yves Rocher, Franchise Expo Paris...

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- 30 ans d'expérience en franchise: Salon Franchise Expo; franchiseurs; agences. Conseil depuis 20 ans.
- Coordinatrice des Experts FFF 2011-2015, Ruban de la Franchise 2013.
- Formateur Institut Régional des Chefs d'Entreprise.
- Membre Comité de rédaction et co-auteur d'ouvrages Franchise
- Master en Communication ISCOM

STRUCTURE DU CABINET

Lise Fercoq Dugué et Gaëlle Fercoq, co-fondatrices et directrices associées depuis 2001.

Siège à Aix-en-Provence et bureau à Paris.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE STÉPHAN FESCHET
CONSEILS JURIDIQUES

SELARL BASCHET FESCHET LHOSPITALIER
 21, rue d'Artois
 75008 PARIS
 P 06 88 45 34 46
 Mail : stephan.feschet@bfl-avocats.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Rédaction de DIP et de contrats de franchise ou contrats voisins;
- Consultations diverses notamment sur :
 - la coopération commerciale,
 - la distribution par Internet,
 - l'approvisionnement exclusif,
 - la clause de non-affiliation,
 - la responsabilité du franchiseur,
 - les contours de l'assistance.
- Mise à jour CGV;
- Suivi de litiges individuels (franchiseur-franchisé) ou de litiges collectifs (avec des associations de franchisés);
- Contentieux loi Doubin, savoir-faire, assistance, non-paiement des redevances, requalification;
- Contentieux rupture brutale des relations commerciales, déséquilibre significatif;
- Contentieux contrefaçon droit des marques.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.
 – DEA Droit des Affaires, CAPA,
 – Interventions pour des franchiseurs notamment dans les domaines suivants : agences immobilières, hôtellerie, restauration, prêt-à-porter, services à la personne, optique, esthétique, boulangerie, etc.,
 – Membre de l'Association des praticiens du droit des Marques et des Modèles.

STRUCTURE DU CABINET

6 avocats, 8 personnes.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Allemand, anglais.



M. BENOÎT FOUGERAIS
**CONSEILS EN FINANCEMENT, EN DÉVELOPPEMENT
 ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

pretpro.fr
 60, avenue Charles-de-Gaulle, 92200 NEUILLY-SUR-SEINE
 Tél. 08 11 48 84 83 – P 06 88 25 27 91
 Mail : benoit.fougerais@pretpro.fr – Site : www.pretpro.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

2006, création du cabinet PRETPRO.FR.
 2022, 50 personnes au sein du cabinet répartis sur 22 centres d'affaires partout en France. Plus de 300 réseaux de franchise accompagnés. PRETPRO.FR, le réseau d'experts indépendants en solutions de financement professionnel. Nous accompagnons les franchisés, ainsi que les franchiseurs, dans la recherche de leurs financements professionnels partout en France grâce à une plateforme web. Une équipe de back-office accompagne la constitution du dossier ainsi que des experts en financement sur le terrain pour être présent avec vous le jour de la rencontre bancaire. Nous disposons de plus de 100 solutions de financement : Banques | Crowdfunding | Leasing | Affacturage | Prêt de trésorerie et de stock | Gestion des créances, etc.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.
 – Directeur Général de PRETPRO.FR;
 – Expert sur différents sites d'informations sur la franchise;
 – Formation commerciale, management et financière;
 – Une expertise depuis 2002 dans le courtage en prêt professionnel et depuis 2006 dans l'accompagnement des franchiseurs

STRUCTURE DU CABINET

5 associés et 55 collaborateurs. PRETPRO.FR est partenaire de tous les financeurs : Banques | Crowdfunding | Aides régionales | Cofinancement | Leasing | Affacturage | Contre-garantie.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. OLIVIER FOUQUERÉ
**CONSEIL EN DÉVELOPPEMENT
 ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

EMPRIXIA
 Gare TGV Nord, 61, boulevard Robert-Jarry, 72000 LE MANS
 Tél. 02 53 49 10 40 – P 06 84 50 99 10
 Mail : o.fouquere@emprixia.com – service.commercial@emprixia.com
 Site : www.emprixia.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

EMPRIXIA intervient auprès des réseaux de distribution sur le territoire national et européen, en proposant :

- Études de marché Franchiseur : Accompagnement à la définition des enjeux de la politique de développement du concept, cibler les villes où s'implanter en priorité, définir la zonification du réseau...
- Études de marché Franchisé (création, extension de point de vente) : études de potentiel (Déterminer le CA prévisionnel du projet), études d'implantation (analyse de la qualité du site d'implantation)...
- Dossiers réglementaires dans le cadre du DIP (État Général de Marché, État Local de Marché) et de la législation des implantations commerciales (Dossiers AEC (Autorisation d'Exploitation Commerciale), Analyse d'Impact centre-ville, Étude de trafic routier, Certificat de conformité).

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais professionnel.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1995.

- Expert des études géomarketing pour le développement des réseaux de distribution et la création de point de vente, tous secteurs d'activités de grande consommation.
- Expert en urbanisme pour les implantations commerciales (AEC – Analyse de centre-ville – Certificat de conformité – Étude de flux.

Depuis 2004 : Directeur-Fondateur d'EMPRIXIA.

Depuis 2005 : Intervenant en tant que professeur affilié à NEOMA Business School à Rouen-Paris-Reims sur le thème du Marketing stratégique et opérationnel auprès d'enseignes de distribution.

Depuis 2019 : Membre du Collège des Experts de la Fédération française de la Franchise.

STRUCTURE DU CABINET

Vingt personnes dont quatre responsables d'équipe et une quinzaine de chargés d'études : statisticiens, cartographes et urbanistes.



MAÎTRE FRÉDÉRIC FOURNIER
CONSEILS JURIDIQUES

REDLINK
 41, rue des Acacias, 75017 PARIS
 Tél. 01 73 31 00 00 – P 06 03 70 13 34
 Mail : fournier@redlink.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Domaines d'intervention : droit de la distribution et droit économique : agence commerciale, franchise, commission-affiliation, distribution sélective ou exclusive, licences de marque, centrales d'achat ou de référencement, pratiques restrictives de concurrence.

Nous intervenons dans les secteurs de la distribution (prêt-à-porter, grande distribution alimentaire, IT, produits alimentaires, banques, hôtels, restauration, luxe...) et Internet, e-commerce.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais courant.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1996.

- Docteur en droit, DEA droit des contrats (Montpellier),
 - Arbitre au sein de la chambre arbitrale internationale de Paris,
 - Membre de l'International Distribution Institute.
- Précédemment : avocat au sein des cabinets SG Archibald – Arthur Andersen, Dechert et DDG.

STRUCTURE DU CABINET

SELARL/9 avocats associés (Paris) – 4 avocats associés (Bordeaux)/28 avocats.



MAÎTRE JEAN-BAPTISTE GOUACHE
CONSEILS JURIDIQUES

MAÎTRE JEAN-BAPTISTE GOUACHE
GOUACHE AVOCATS
 4, rue Dufrenoy, 75116 PARIS
 Tél. 01 45 74 75 92
 Mail : jbg@gouache.fr – Site : www.gouache.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Services juridiques relatifs aux :
 - Contrats de distribution et en particulier contrats de franchise (création de réseaux, et accompagnement de réseaux matures ; classement Décideurs : « incontournable » en droit de la franchise et en droit de la distribution, Trophée d'Or en droit de la distribution 2022, recommandé par Legal 500),
 - Droit de la concurrence (rupture brutale, déséquilibre significatif, ententes verticales, concurrence déloyale),
 - Droit immobilier,
 - Droit économique (CGV, opérations promotionnelles, publicité, sites Internet marchands, centrales d'achat et de référencement),
 - Propriété intellectuelle (protection du concept, données personnelles),
 - Développement international.

Veille juridique sur : www.gouache.fr

Partenaire du DIP électronique (www.franchise-dip.fr)

Créateur du Testeur de Loyer avec Colomer Expertises (www.outils.gouache.fr)

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2006.

- Avocat,
- DESS Juriste d'affaires,
- DJCE,
- NEOMA (Master Management des réseaux de distribution),
- Arbitre (arbitrages ad hoc et institutionnels. Liste franchise de la CAIP),
- Cours de droit de la franchise en Master 2 à la faculté de droit : Paris I-Sorbonne, Rennes et Aix-en-Provence.

STRUCTURE DU CABINET

Sejarl, 12 collaborateurs.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, italien.

M. JEAN-PIERRE GOUZY
CONSEILS EN GESTION, FINANCE ET ASSURANCES

CABINET GOUZY
 17, rue Plumet, 75015 PARIS
 Tél. 01 56 58 23 87 – P 06 15 56 09 29
 Mail : jpgouzy@laposte.net

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Conseil des têtes de réseau exclusivement.
 Point de rencontre du marketing des réseaux, des finances et de l'économie, sans omettre le contexte fiscal :
- Analyse de faisabilité,
 - Diagnostic opérationnel et financier du franchiseur et du réseau,
 - Étude des risques et opportunités des concepts,
 - Mise en place, suivi et optimisation des outils de gestion réseau (comptabilité, fiscalité, tableau de bord, trésorerie),
 - Formation financière des acteurs,
 - Consolidation et report des indicateurs clés du réseau,
 - Conseils en stratégie et développement,
 - Redressement des réseaux et de leurs acteurs,
 - Stratégies de reprises et transmissions,
 - Valorisation des réseaux,
 - Approches sur les risques des têtes de réseau dans les domaines fiscaux, comptables et du droit du travail,
 - La responsabilité du Franchiseur, SSII de fait.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1980.

- Expert-Comptable – Commissaire aux comptes,
- Diplômé de l'ESCAE Bordeaux (SUPDECO) (1977),
- Formation complémentaire en Consulting.

STRUCTURE DU CABINET

Indépendant.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol.



MAÎTRE CHRISTOPHE GRISON CONSEILS JURIDIQUES

FIDAL
4-6, avenue d'Alsace, 92982 PARIS LA DEFENSE CEDEX
Tél. 01 58 97 10 58 – P 06 12 24 32 49
Mail : christophe.grison@fidal.com – Site : www.fidal.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Choix de la formule contractuelle à adopter et rédaction du contrat (licence de marque, franchise, master-franchise, concession, location-gérance, etc.),
- Rédaction de Documents d'Information Précontractuels,
- Conseils stratégiques afin de protéger vos concept, marque(s) et savoir-faire,
- Organisation de votre politique d'approvisionnement (centrales d'achat/de référencement, conventions uniques) et conseils dans la rédaction/négociation de vos CGV et contrats fournisseurs,
- Rédaction de vos baux commerciaux,
- Conformité de vos contrats au RGPD, au droit de la concurrence et à la réglementation produits,
- Audit de vos actions promotionnelles,
- Stratégies e-commerce, réseaux sociaux, marketplaces,
- Conseils stratégiques en matière de gestion de vos différends (transaction, médiation, arbitrage, contentieux),
- Assistance dans le rachat d'enseigne, cession de réseau(x), de point(s) de vente ou de fonds de commerce.



M. FABIEN GUILLOSSOU CONSEILS EN STRATÉGIE DIGITALE

ORIXA MEDIA & VISIPERF
72, rue d'Hauteville
75010 PARIS
P 06 61 60 26 68
Mail : fabien.guillossou@visiperf.io
Site : www.visiperf.io

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Je suis cofondateur de deux sociétés dans l'univers du marketing digital.

- La première, ORIXA MEDIA, est une agence de 60 collaborateurs, multiprimée chez Google, Bing et Facebook, qui définit et pilote les stratégies d'acquisition digitales de ses clients, en s'appuyant sur des technologies, de l'expertise et de l'audace.
- La deuxième, VISIPERF, est un des leaders de la retailTech labellisée FT120. Elle développe des solutions innovantes pour les entreprises à réseau. Constituée d'une équipe de 35 experts, VISIPERF a levé 2,3 millions d'euros; elle est classée top 10% des start-up françaises par Early Metrics. VISIPERF a également été élue par le magazine LSA comme l'une des meilleures start-up de la RetailTech.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- International Certificate in Corporate Finance (HEC Paris),
- Certificat d'aptitude à la profession d'avocat (HEDAC),
- Master II Fiscalité, Droit des Affaires, Conseil et Gestion d'entreprise (INSEEC Paris),
- Master II Juriste d'affaires. Commerce, Distribution et Consommation (Université de Bourgogne).

STRUCTURE DU CABINET

Fidal c'est plus de 1 300 avocats en France qui accompagnent les clients du cabinet sur l'ensemble de leurs problématiques juridiques et fiscales ainsi que dans le cadre de leur développement à l'international.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2015.

- Diplôme : ESSEC Business School,
- Titres : Membre du réseau Paris Entreprendre & Membre du comité Frenchtech Bourgogne-Franche-Comté, French Tech 120,
- Exemples de références professionnelles : Coca-Cola; Burger King; Provalliance; Domino's Pizza; Wall Street Institute...

STRUCTURE DU CABINET

100 collaborateurs.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais bon niveau, allemand correct, chinois débutant.



MAÎTRE HÉLÈNE HELWASER
CONSEILS JURIDIQUES

45, rue d'Enghien, 75010 PARIS
 P 06 46 59 30 04
 Mail : helene.helwaser@gmail.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Juridique et judiciaire dans le domaine du droit de l'entreprise,
- Droit des sociétés,
- Droit des contrats,
- Droit de la distribution,
- Droit social,
- Droit immobilier (copropriété, baux d'habitation et baux commerciaux, construction, vente).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE - TITRES

- Intervient en franchise depuis 1975.*
- Avocat à la Cour de Paris,
 - HECJF,
 - DECS,
 - DEA Droit des affaires,
 - Droit économique.

STRUCTURE DU CABINET

Exercice individuel.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MME AGNÈS HEUDRON
CONSEILS EN MARKETING ET COMMUNICATION

INFINITÉS Communication
 1, rue du Moulin, 78590 RENNEMOULIN
 Tél. 01 30 80 09 09 – P 06 11 32 78 06
 Mail : agnesh@infinities.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Agence Conseil en communication totalement dédiée à la Franchise et au commerce organisé. INFINITÉS a accompagné une centaine de réseaux de franchise.

- *Relations Presse et médias* : Définition des stratégies médias (presse écrite, TV, radio, web, influenceurs) – Prise en charge de A jusqu'à Z, du conseil jusqu'aux analyses de résultats,
- *Communication digitale et d'influence* : Solution de gestion centralisée des réseaux sociaux,
- *Veille concurrentielle et e-réputation*,
- *Brand Content* : Stratégie éditoriale de marque et production de contenus, newsletter, emailing,
- *Plateforme de marque*. Création d'image de marque. Étude de positionnement et de notoriété,
- *Communication de crise* : Organisation et prise en charge de la crise médiatique et des prises de parole.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE - TITRES

- Intervient en franchise depuis 1997.*
- 1991, création de l'agence INFINITÉS,
 - Administratrice de 2005 à 2011 du Syndicat National des Attachés de Presse et conseillers en Relations Publiques (SYNAP), membre actif veillant à la déontologie de la profession,
 - Primée quatre fois pour la qualité de ses campagnes de presse dans le secteur de la restauration, de l'habitat et de l'immobilier.

STRUCTURE DU CABINET

8 personnes adossées au groupe de communication Vertical (260 collaborateurs).

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, italien.



MME NATALIYA ILYINA
CONSEILS EN STRATÉGIE DIGITALE

FRANCHISE ON CLOUD – GROUPE AXONE SAS
 28, rue Auguste Mounié, 92160 ANTONY
 Tél. 01 83 62 40 81
 Mail : nataliya@franchiseoncloud.com
 Site : www.franchiseoncloud.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Notre société est spécialisée dans l'édition d'une suite logicielle destinée aux enseignes de commerce organisé et spécialement les enseignes de Franchise. Présentée sous la forme d'une plateforme collaborative avec plusieurs modules couvrant les fonctions de développement, animation, facturation des redevances, juridique et contrats, pilotage des indicateurs.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, russe.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Master's degree commerce international, Sorbonne Universités,
- LEA L2 administration et commerce Paris 8
- Licence Pro Tourisme management de projet
- Master 2 en éducation spécialisée en psychologie et anglais

STRUCTURE DU CABINET

La société existe depuis 2012 et compte 14 salariés. J'occupe le poste de Directrice Générale Adjointe.



M. EMMANUEL JURY
CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

PROGRESSIUM DÉVELOPPEMENT
 Parc du Chêne, 6, rue Edison, 69500 BRON
 Tél. 04 26 78 24 12 – P 06 99 39 91 46
 Mail : ejury@progressium.fr – Site : www.progressium.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Diagnostic de faisabilité de création d'un réseau de franchise,
 - Accompagnement à la création du réseau de franchise,
 - Formalisation du concept à franchiser,
 - Identification des savoir-faire,
 - Modélisation financière et levée de fonds,
 - Rédaction des manuels opératoires,
 - Lancement du développement,
 - Diagnostic développement de franchises confirmées,
 - Révision et refonte de système de franchise,
 - Recrutement de franchisés,
 - Exportation de réseaux,
 - Recherche et négociation d'emplacement commerciaux.
- Plus de 400 réseaux accompagnés depuis 2010. 20 créations de réseaux par an. 120 signatures par an.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Intervient en franchise depuis 1999.*
- Expert en évaluation immobilière au CEIF (FNAIM) depuis 2017,
 - Directeur commercial : Atol les Opticiens pendant plus de dix ans, et affilié de trois magasins Atol,
 - Création d'une enseigne d'accessoires et réparations de smartphones entre 2015 et 2018, enseigne revendue depuis à un franchisé.

STRUCTURE DU CABINET

PROGRESSIUM est une agence de développement en franchise qui rassemble quatre associés et dix-huit consultants et neuf salariés.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol.



M. LAURENT KRUCH

**CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

KAREDas CONSULTING
6, avenue Charles-de-Gaulle, 78150 LE CHESNAY
P 06 20 71 05 03
Mail : lkruich@karedas.eu

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

KAREDas CONSULTING est une banque d'affaires spécialisée en Franchise et Distribution.

Notre vocation est de « faire le pont » entre des fondateurs de réseaux accompagnés de leur management avec des fonds d'investissement, des family office, des industriels, voire même des concurrents. Nos quatre métiers : Cession – Levée de fonds – Croissance externe – Stratégie.

Nous intervenons principalement sur des projets de cession totale de l'entreprise. Dans certains cas, nous prenons le soin d'opérer un audit, puis des actions correctives de croissance et de management de l'organisation.

Ensuite, La valorisation et le projet de cession peuvent intervenir profitablement pour chacun en maximisant les chances de succès.

Nous accompagnons également les dirigeants dans leurs relations avec leurs investisseurs et la recherche de sources de financement.

Nous avons 25 ans d'expérience en développement de réseaux de Franchise et de commerce organisé.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1998.

- Certificat International en Finance d'Entreprise, HEC Paris
- Master de Marketing des produits et services industriels, Conservatoire national des Arts et Métiers de Paris,
- Licence en Communication et Publicité, ISCOM Paris,
- Ruban d'Argent de la Franchise,
- Arbitre auprès de la Chambre Arbitrale Internationale de Paris.

STRUCTURE DU CABINET

Trois personnes.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais courant, allemand courant, chinois courant



MAÎTRE MARC LANCIAUX

CONSEILS JURIDIQUES

CABINET LANCIAUX
1, rue Edgar-Faure, 75015 PARIS
Tél. 01 44 18 05 50
Mail : lanciaux-avocats@wanadoo.fr
Site : www.lanciaux-avocats.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- En droit de la distribution, le Cabinet conseille les créateurs de réseaux tant sur la formule de contrat à retenir (franchise, concession, distribution, partenariat...) que sur la rédaction à adopter. Durant l'exécution des contrats, le Cabinet est compétent sur toute question courante ou contentieuse de la vie des réseaux,
- En droit immobilier, le Cabinet travaille avec les administrateurs de biens de la région parisienne. Il intervient sur toute question touchant à la vie de l'immeuble (copropriété, travaux, baux divers...).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1990.

- Maîtrise de droit des affaires,
- Diplôme d'études approfondies en Droit de la distribution.

STRUCTURE DU CABINET

4 avocats et collaborateurs (6 personnes).

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE MARTIN LE PÉCHON

CONSEILS JURIDIQUES

CLP AVOCATS
 3, rue Marbeau , 75116 PARIS
 Tél. 01 53 92 51 51
 Mail : mlepechon@avocats-franchise-reseaux.fr
 Mail : contact@avocats-franchise-reseaux.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

CLP AVOCATS a pour activité le droit de la franchise, des réseaux et des structures d'achat groupé. Le cabinet accompagne les têtes de réseaux dans la construction et dans le développement de leurs enseignes (conception et rédaction des contrats, conception et rédaction du DIP, ingénierie juridique du réseau) en France et à l'étranger. CLP Avocats conseille par ailleurs les réseaux dans l'optimisation de leurs achats en structurant leurs opérations au travers d'entités spécifiques (centrale ou groupement d'achat). Enfin, le cabinet assure la défense de ses clients auprès des juridictions judiciaires et arbitrales.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1999.
 – Avocat à la Cour de Paris,
 – Diplômé de l'École des avocats de Paris,
 – DESS Droit de la Distribution et de la Concurrence (Université du Maine),
 – Maîtrise en Droit communautaire des affaires (Paris XII).

STRUCTURE DU CABINET

Profession libérale. Quatre collaborateurs.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE JEAN-MARIE LELOUP

CONSEILS JURIDIQUES

JEAN-MARIE LELOUP, AVOCAT
 280, boulevard Saint-Germain, 75007 PARIS
 Tél. 01 44 18 60 10
 Mail : jml@jean-marie-leloup.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Le Bâtonnier Jean-Marie Leloup réalise le montage juridique des réseaux (ainsi il a été le concepteur de la structure juridiques des réseaux Alain Afflelou, Gamm Vert et Euromaster) et participe, de façon permanente, à leur vie par son expertise en droit des contrats nationaux et internationaux, en droit des marques et en droit de la concurrence. Son activité s'exerce dans le conseil comme dans le contentieux où il fait sanctionner au profit des franchiseurs les défaillances contractuelles des franchisés. De nombreux réseaux bénéficient ainsi de l'expérience du Bâtonnier Leloup, résumée dans son ouvrage *Droit et pratique de la franchise* et ses chroniques à la *Revue de jurisprudence commerciale*.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1971.
 – Docteur en Droit ; I.A.E.,
 – Ancien bâtonnier de l'Ordre des avocats de Poitiers,
 – Président d'honneur de l'Association européenne des avocats et de l'association « Droit et Commerce »,
 – Directeur scientifique de la *Revue de jurisprudence commerciale*.

STRUCTURE DU CABINET

Exerce avec une équipe de collaborateurs en liaison permanente avec des correspondants étrangers.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Rédaction de contrats : Espagnol, anglais, arabe, portugais.



M. NICOLAS LOUIS-AMÉDÉE

**CONSEIL EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

TERRITOIRES & MARKETING – CIRIL GROUP
37-39, avenue Ledru-Rollin, 75012 PARIS
Tél. 07 62 63 00 07
Mail : nlouisamedee@territoires-marketing.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Études juridiques : états locaux de marchés – état général,
- Études d'implantation avec estimation de chiffres d'affaires,
- Études de zonification : plans de développement,
- Outil géomarketing : Easyretail,
- Études qualitatives et quantitatives : sondages et enquêtes client mystère

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Master Géomarketing et stratégies territoriales des entreprises et des collectivités,
- Optic 2000 – Stéphane Plaza immobilier – Ucar – Petits-Fils – Family Sphère – La Cabane d'Achille et Camille – Guy Hoquet – Guinot Mary Cohr.

STRUCTURE DU CABINET

- Société d'études de marchés et de solutions géomarketing
- 25 personnes
- CIRIL GROUP depuis fin 2019

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. OLIVIER MIGNOT

**CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

FRANCHISE MANAGEMENT
Tour Part Dieu – 21^e étage – 129, rue Servient, 69003 LYON
Tél. 04 72 41 09 14 – P 06 77 43 53 86
Mail : mignot@franchise-management.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Conseil en stratégies de création et développement des réseaux organisés (franchise, concession, coopérative, licence de marque, joint-venture, intégrés, commission-affiliation),
- Optimisation des têtes de réseaux,
- Outil exclusif de Diagnostic de Performance Réseau®,
- Import/Export de réseaux,
- Recrutement de directeurs, développeurs, animateurs, assistants de réseaux,
- Conseil en opérations de fusion, cession, acquisition de réseaux,
- Formation de franchiseurs (numéro de formateur enregistré en préfecture). Plus de 400 enseignes accompagnées de toutes tailles (1 M€ à 20 milliards €) et tous secteurs (industrie, production, distribution, services).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Intervient en franchise depuis 2004.*
- Ruban d'argent de la FFF,
 - Membre du collège des experts de la FFF,
 - Formateur Académie de la Franchise,
 - Expert STRATEXIO,
 - Conférencier,
 - 16 ans en tant que cadre dirigeant de DECATHLON (Directeur commercial France – Directeur Franchise France et International – Directeur Commercial B'TWIN).

STRUCTURE DU CABINET

4 associés et 14 consultants.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MME CAROLINE MORIZOT
**CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
 ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

CM FRANCHISE CONSEIL
 4, rue du Moulin, 21700 NUITS-SAINT-GEORGES
 Tél. 03 80 30 52 87 – P 06 08 84 26 07
 Mail : caroline@cmfranchise.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Devenir franchiseur :
 - Conseils et accompagnement à la redéfinition du concept, modélisation et mise en place des stratégies et outils nécessaires au développement de réseau (étude préalable validant la potentialité du projet de « franchise », plan de développement stratégique, outils...),
 - Accompagnement au recrutement de « franchisés »,
- Déjà franchiseur :
 - Conseils et accompagnement dans les problématiques de développement de réseau (redéfinitions stratégiques, mise en place de processus, procédures et outils, etc.),
- Devenir franchisé :
 - Conseils et accompagnement dans la recherche, la sélection et la validation de son activité, de son concept de « franchise »,
- Formation.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.

- 2002, diplômée de l'École supérieure de commerce de Bourgogne,
- 2002 à 2005, responsable développement de réseau (développement expertises : juridique franchise, recrutement intégration de candidats, communication relationnel externe),
- 2006-2007, direction opérationnelle de réseau,
- 2009, création de CM Entreprise Conseil, spécialisé en franchise et autres modes de développement en réseau.

STRUCTURE DU CABINET

Un consultant et un cercle d'experts (avocat, CPI, Expert comptable, etc.)



M. FRANÇOIS PELTIER
**CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
 ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

TGS France Consultants
 19, avenue Henri Becquerel, BP 50218, 33708 MÉRIGNAC CEDEX
 Tél. 05 56 90 73 30 – P 06 07 25 74 40
 Mail : francois.peltier@tgs-france.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Développement de réseaux de franchise; Interfaces franchiseurs/franchisés; Identification clefs de performance; art du recrutement; animation des franchises; validation franchisés; études typologiques du franchisé par enseigne; analyse et optimisation de potentiels et comportements; évolution psychologique du franchisé au cours de son contrat et analyse prédictive de son comportement court, moyen, long terme; animation de conventions; conseil et formation en ressources humaines; maîtrise de techniques dialectiques, argumenter, persuader, convaincre; gestion des conflits; connaissance de soi et développement personnel; gérer la crise en situation de changement. « Valeur Humaine Ajoutée® »; études typologiques de réseaux.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1996.

- Certifié Master Coach,
- Directeur associé,
- Maîtrise de philosophie. Vacataire au DESS Sport et Management de l'université de Droit de Limoges,
- Expérience professionnelle: Attaché de direction dans le secteur bancaire, conseiller en relations humaines dans l'industrie pharmaceutique, directeur de filiale logistique et conseil.

STRUCTURE DU CABINET

Deux associés, vingt-neuf consultants groupe, une assistante. Bureaux à Bordeaux, Paris, Nantes et Angers.



MAÎTRE CECILE PESKINE

CONSEILS JURIDIQUES

LINKEA

37, passage du Désir, 75010 PARIS

Tél. 01 85 08 05 08

Mail : cpeskine@linkea-avocats.com

Site : www.linkea-avocats.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Conseil, formation, contentieux à destination des têtes de réseaux (franchise, concession, affiliation, distribution sélective, négociations commerciales, consommation, publicité).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Avocat associée, conseil en réseaux,
- Certificat d'études spécialisées Droit des activités économiques et Droit de la propriété intellectuelle,
- DCJE.

STRUCTURE DU CABINET

LINKEA est un cabinet d'avocats-conseils en réseaux, spécialisé dans le droit de la distribution et de la consommation, qui accompagne les têtes de réseaux dans le cadre de leur développement et les défend dans le cadre des contentieux qu'elles rencontrent.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol.



MAÎTRE RÉGIS PIHÉRY

CONSEILS JURIDIQUES

REDLINK

41, rue des Acacias, 75017 PARIS

Tél. 01 73 31 00 22 – P 06 24 01 96 64

Mail : pihery@redlink.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

CONSEIL :

- Étude et rédaction du contrat (franchise, commission-affiliation, licence de marque...),
- Document d'information précontractuelle,
- Audit de contrats,
- Développement à l'international,
- Assistance pour la mise en place de programmes omnicaux,
- Transmission du réseau,
- Protection du concept, de la marque et des signes distinctifs,
- Protection contre le transfert de franchisés dans des réseaux concurrents.

CONTENTIEUX

- Médiation / Conciliation, Juridictions judiciaires, Arbitrage,
- Assistance dans le cadre d'enquêtes et procédures de l'administration économique et de l'Autorité de la concurrence (ententes anticoncurrentielles, déséquilibres significatifs, délais de paiement, droit de la consommation, etc.)

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2008.

- Avocat associé au Barreau de Paris,
- Certificat d'aptitude à la profession d'avocat,
- LL.M. in International Business Law,
- Master II Droit des affaires et de l'entreprise / DJCE.

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet d'avocats REDLINK (11 associés, 21 avocats).
Droit de la distribution ; Corporate, Fusions-Acquisitions, M & A, Private Equity ; Droit social ; Droit pénal des affaires ; Droit public des affaires & droit administratif ; Propriété intellectuelle ; Nouvelles technologies.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MME STÉPHANIE PIZZUTTI

CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES

EXPERTISE-COMPTABLE

FIDUCIAL

38, rue Sergent Michel-Berthet, 69009 LYON

Tél. 04 72 20 77 53

Mail : stephanie.pizzutti@fiducial.net

Site : <http://www.fiducial.fr>

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Nous accompagnons les franchisés dans chacune des étapes de la vie de leur entreprise :

- Élaboration de prévisionnels d'activité (business plan, budgets),
- Mise en place, suivi et optimisation des outils de gestion (tenue de comptabilité, gestion sociale et fiscale, tableaux de bord),
- Conseil en stratégie et développement.

Nous animons également des formations au sein des réseaux de franchise sur des thèmes liés à la gestion, la comptabilité, la fiscalité et le droit.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2010.

- Expert-comptable spécialisée en franchise,
- Membre du collège des experts de la FFF.
- Formatrice à l'Académie de la Franchise® de la FFF

STRUCTURE DU CABINET

Une structure nationale avec plus de 800 agences réparties dans toute la France et une équipe entièrement dédiée à la franchise.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, italien (notions).



MME OLGA ROMULUS

CONSEILS EN GESTION, FINANCE ET ASSURANCES

EXPERTISE-COMPTABLE

FIDUCIAL

38, rue Sergent Michel-Berthet, 69009 LYON

Tél. 04 72 20 77 53

Mail : olga.romulus@fiducial.net

Site : www.fiducial.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Nous concevons une offre de services pour accompagner les franchisés à chaque étape de leur développement :

- Élaboration de prévisionnels d'activité (budgets, business plans),
- Tenue de comptabilité,
- Mise en place de tableaux de bord,
- Conseil en stratégie et développement.

Par ailleurs, nous animons des formations au sein des réseaux de franchise sur des thèmes liés à la gestion, la comptabilité, la fiscalité et le droit.

Enfin je dispense des cours dans le cadre de l'Académie de la Franchise de la FFF et du Master 1 et 2 ADRE (Animateurs et développeurs de Réseaux d'Enseigne) à l'IAE de Lyon.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1995.

- École supérieure de commerce de Dijon,
- Expert-comptable spécialisée en franchise,
- Ruban d'Argent de la Franchise 2015,
- Membre du collège des experts de la FFF.

STRUCTURE DU CABINET

Une structure nationale avec plus de 800 agences réparties dans toute la France et une équipe entièrement dédiée à la franchise.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, allemand.



MME VIRGINIE SABLÉ
**CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
 ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

Conseil en géomarketing

CSA
 2bis, rue Godefroy, 92800 PUTEAUX
 Tél. 07 87 31 76 03
 Mail : virginie.sable@csa.eu

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

CSA Géostratégie propose un véritable outil décisionnel pour les enseignes.

Notre étude média-marché unique en France (42 000 répondants avec un historique de 25 ans) nous permet d'avoir une vision holistique des ménages par bassin de vie.

Dans le contexte actuel, il est important de passer d'un modèle « customer centric » à « relation centric », réponse nécessaire à la multiplication des points de contact, en conservant la proximité comme moteur de performance.

Notre connaissance des territoires nous permet d'accompagner nos clients dans leur stratégie d'implantations, de pilotage de la performance et dans l'optimisation de leurs investissements marketing / communication.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Espagnol bilingue, anglais professionnel.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2008.

- Directrice du développement. Institut CSA,
- Responsable du Département Réseaux & Partenariats. KPMG France,
- Responsable Régionale Marketing et Communication. KPMG,
- Master ESC Pau.

STRUCTURE DU CABINET

CSA, c'est 150 consultants, experts marketing & opinion, qualitativistes, data scientists, statisticiens.



M. ÉRIC SCHAHL
CONSEILS JURIDIQUES

INLEX IP Expertise
 60, rue Pierre-Charron, 75008 PARIS
 Tél. 01 56 59 70 90 – P 06 70 70 43 45
 Mails : eschahl@inlex.com – contact@inlex.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

INLEX est un cabinet de conseil & stratégie juridique spécialisé dans la protection, la défense et la valorisation des actifs de propriété intellectuelle : savoir-faire, concept, marque, dessin et modèle, droits d'auteur, data, noms de domaines etc. Une équipe dédiée aux acteurs du retail accompagne ses clients aux moments clés de leur développement, avec pour objectif notamment de créer de la sur-valeur : création de réseau, cession d'actifs, levées de fonds, rachat, extension à l'international, lancement de nouveau concept.

STRUCTURE DU CABINET

SA au capital de 600 000 €. Le cabinet est installé depuis plus de 25 ans, avec des bureaux à Paris, Nantes, Bordeaux, Cannes, Reims, Beaune, La Rochelle et Monaco. Nous intervenons sur plus de 150 pays avec un réseau de correspondants spécialisé en propriété intellectuelle.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, espagnol, chinois, russe.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2006.

Éric SCHAHL a cofondé en 1995 INLEX IP EXPERTISE, cabinet de Conseil en Propriété Industrielle et intervient en tant que mandataire français et européen auprès de l'INPI et l'EUIPO. Membre du Collège des Experts de la FFF, Éric Schahl a été distingué en 2016 du Ruban d'Argent de la Franchise.



MAÎTRE SÉBASTIEN SEMOUN CONSEILS JURIDIQUES

CABINET D'AVOCATS LEXCASE
Espace Cordeliers, 2, rue du Président-Carnot, 69002 LYON
Tél. 04 37 23 11 11 – P 07 77 44 62 88
Mail : ssemoun@lexcase.com
Site : www.lexcase.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

LexCase compte près de 60 avocats, dont 13 associés spécialisés dans les différentes disciplines du droit de l'entreprise, tant en conseil qu'en contentieux (Droit Commercial & Économique, Droit de la concurrence, Droit de la propriété intellectuelle & industrielle, Droit de l'informatique & des NTIC, Droit des industries & produits de la santé, Droit des sociétés, Droit public des affaires, Droit immobilier, Droit social, Fiscalité, Immigration & mobilité internationale, Procédures collectives). Outre des prestations d'accompagnement de ses clients, LexCase met en place plusieurs offres de services transversales spécifiques dans des domaines de compétences de pointe, notamment dans le domaine de la distribution de produits, de la prestation de service, des télécommunications et de l'énergie régional, national et international.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2007.
– Avocat Associé.
– Arbitre (Chambre Arbitrale Internationale de Paris)
– DESS Droit de la concurrence et de la distribution (Montpellier I).

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet d'avocats LexCase – 60 avocats,
Départements spécialisés : Droit fiscal, Droit des sociétés, Droit social, Concurrence-Distribution, Contentieux Commercial, Droite de la Santé, Propriété intellectuelle, Droit public.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais courant.



MAÎTRE FRANÇOIS-LUC SIMON CONSEILS JURIDIQUES

SIMON ASSOCIÉS
47, rue Monceau, 75378 PARIS CEDEX 12
Tél. 01 53 96 20 00 – P 06 15 79 09 08
Mail : flsimon@simonassociés.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

La clientèle du Département est exclusivement composée de têtes de réseaux se développant en France et à l'international. Son champ de compétence recouvre tous les modes de distribution (franchise, distribution sélective ou exclusive, concession, commission-affiliation, affiliation, coopérative, licence de marque, etc.). Il intervient en conseil, précontentieux et contentieux sur l'ensemble des problématiques liées à la franchise et à la distribution, y compris celles relatives à l'approvisionnement, la concurrence et la consommation. Le Département Distribution, Concurrence Consommation s'appuie sur les autres départements du Cabinet pour accompagner les têtes de réseau dans leurs autres besoins et problématiques juridiques, notamment en restructuration et développement immobilier.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, chinois, espagnol, italien.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1998.
Classé n° 1 en droit de la Franchise Franchise (classement *Décideurs*) – Classé n° 1 en droit de la Distribution pour la sixième fois de 2015 à 2022 (classement *Le Monde du droit*) – Meilleur cabinet français au titre de l'année 2021 – Cabinet français le plus innovant au titre de l'année 2022 – Dans le «TOP 3» en droit de la concurrence de 2019 à 2022 – 2000, doctorat en droit (Université Paris II), mention très honorable. Thèse : *Le juge et les autorités du marché boursier* (Éditions LGDJ) – 1996, avocat (titulaire du CAPA) – 1994, major du DEA de droit des affaires et droit économique (Paris II).

STRUCTURE DU CABINET

SELARL d'Avocats – Environ 80 avocats et juristes répartis en douze départements tous tournés vers les besoins des entreprises. Le Département Distribution, Concurrence & Consommation comprend actuellement trois associés, un conseil, huit collaborateurs et deux juristes.



M. JULIEN SIOUFFI
**CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT
 ET MANAGEMENT DE FRANCHISE**

FRANCHISE BOARD
 11, rue de Beauvau, 78000 VERSAILLES
 P 06 62 23 84 53
 Mail : julien@franchise-board.fr
 Site : www.franchise-board.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Spécialiste des stratégies de développement des réseaux, nous conseillons les franchiseurs et les futurs franchiseurs à chaque étape de leur déploiement.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

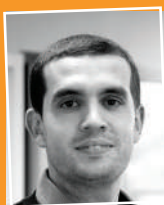
- Actif en franchise depuis 2003.
- Plus de 100 réseaux accompagnés en 2022,
 - Auteur de *Grandir sans grossir : 12 étapes pour devenir franchiseur*, disponible sur Amazon et devenir-franchiseur.info,
 - Concepteur des fonds d'investissement Emergence Franchise.

STRUCTURE DU CABINET

12 collaborateurs salariés, une implantation nationale à Paris, Lyon, Marseille, Nantes, Grenoble.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. ABDEL TAMRANE
CONSEILS EN STRATÉGIE DIGITALE

1789.FR
 19, rue James-Watt, 49070 BEAUCOUZÉ
 Tél. 09 72 23 97 74 – P 06 16 31 54 43
 Mail : a.tamrane@1789.fr
 Site : www.1789.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

1789.FR intervient sur les stratégies de visibilité digitale locale et nationale pour les réseaux d'enseignes et franchises à travers différents leviers: référencement naturel et référencement payant sur Google et les moteurs de recherche, stratégie sociale, formation et plus généralement la transformation digitale des entreprises et des réseaux (élaboration de stratégie Click & Collect ou Web to Store).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Master marketing et NTIC (2006),
- Fondateur de 1789.FR,
- Certification Google Ads et Google Analytics,
- Cofondateur au MBA Marketing communication & digital (2016).

STRUCTURE DU CABINET

NC

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



MAÎTRE GRÉGOIRE TOULOUSE

CONSEILS JURIDIQUES

TAYLOR WESSING
69, avenue Franklin D. Roosevelt, 75008 PARIS
Tél. 01 72 74 03 33
Mail : g.toulouse@taylorwessing.com

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Animée par Grégoire Toulouse, l'équipe du Pôle Franchise & Distribution de TaylorWessing assiste une clientèle composée exclusivement de franchiseurs et de master franchisés. Le Pôle Franchise & Distribution intervient aussi bien au stade de la création du réseau, pour des PME en pleine croissance, que dans des problématiques de développement ou de restructuration de réseaux établis. En outre, il conseille et défend les intérêts des têtes de réseau en cas de litige avec leurs affiliés. Spécialiste des problématiques internationales, Grégoire Toulouse intervient régulièrement auprès des franchiseurs français qui souhaitent s'exporter et des réseaux étrangers qui s'implantent en France.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais courant. Toute l'équipe du Pôle Franchise travaille quotidiennement aussi bien en français qu'en anglais.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2002.

- Avocat (2004),
- École de Formation des Barreaux de la Cour d'appel de Paris (2003),
- Master 2 – Droit européen des affaires (Paris 2 Panthéon Assas) (2002),
- Master 1 – Droit des affaires (Paris 1 Panthéon Sorbonne) (2001),
- Science Po Rennes (1999).

STRUCTURE DU CABINET

TaylorWessing est un cabinet multi-spécialités avec un Pôle Franchise & Distribution (2 associés et 6 collaborateurs) structuré dédié aux têtes de réseaux et capable de les accompagner aussi bien dans leur développement en France qu'à l'international et ce, dans toutes leurs problématiques juridiques.



M. DAVID VANALDERWERELT

CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES

IN EXTENSO
41, avenue de Flandre, 59443 WASQUEHAL CEDEX
Tél. 03 20 51 26 09 – P 06 14 49 64 87
Mail : david.vanalderwerelt@inextenso.fr
Site : www.inextenso.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

IN EXTENSO est un cabinet national leader de l'expertise comptable et des services professionnels pour les TPE-PME en France détenu par ses associés.

IN EXTENSO propose aux chefs d'entreprises, artisans, commerçants, professions libérales et responsables d'associations un service professionnel complet, à tous les stades de la vie de leur entreprise et sur tous les domaines liés à la gestion de leur activité : comptabilité, fiscalité, gestion, juridique, conseil social et paies, resourcing, externalisation comptable, gestion de patrimoine, conseil en innovation durable, conseil en tourisme, culture et hôtellerie, transmission d'entreprise.

IN EXTENSO propose des outils numériques innovants, notamment un portail de benchmark pour les enseignes et Inexweb, portail collaboratif, véritable interface de gestion pratique et connectée avec votre expert-comptable. IN EXTENSO est l'interlocuteur privilégié de plus de 120 000 clients appartenant à tous les secteurs d'activité.

Notre raison d'être « acteur du développement des entreprises,

du dynamisme des territoires et de l'accomplissement de chacun » donne le sens et la vision de nos actions.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 1995.

- Associé IN EXTENSO,
- Expert-comptable
- Commissaire aux comptes
- Directeur Régional Nord de France,
- Directeur de la stratégie ligne de marché franchise & commerce organisé.

STRUCTURE DU CABINET

250 agences en France et 5 800 collaborateurs.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais.



M. JÉRÔME WITTMANN

CONSEILS COMPTABLES, FINANCIERS ET ASSURANCES

IN EXTENSO

63 ter, avenue Édouard-Vaillant, 92100 BOULOGNE-BILLANCOURT

P 06 81 30 09 36

Mail : jerome.wittmann@inextenso.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Accompagnement de structures de type : Associations, professions libérales, TPE, PME, Franchises, Économie sociale et solidaire (comptabilité, gestion, conseil, social, juridique).
- Bilan d'activité du postulant en franchise
- Suivi de franchisés au sein de mon agence :
BODY MINUTE – TURBO FONTE – LA CABANE D'ACHILLE ET CAMILLE – PALAIS DES THÉS – QUICK – CALZEDONIA – FITNESS PARK – MAISON DES TRAVAUX – MAG PRESSE – VOG – BUREAU VALLÉE – LEON – GIGAFIT – AU BUREAU – REPAR'S STORES – TOUT & BON – KYRIAD – ADA – STÉPHANE PLAZZA – MODS'HAIR – KRYS – LA MIE CÂLINE – MONCEAU FLEURS – KFC – BURGER KING – HIPPOPOTAMUS – MIDAS – VOLFONI.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais débutant, espagnol débutant.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Diplômes du cursus de l'expertise-comptable ;
- Membre du CODIR IN EXTENSO National Franchises & réseaux ;
- Intervenant dans les cursus de formation des futurs franchisés chez BK / LEON / HIPPO / VOLFONI / AU BUREAU ;
- Vice-Président du groupe BNI de Compiègne ;
- Directeur de l'agence IN EXTENSO de Compiègne (Nord IDF).

STRUCTURE DU CABINET

Cabinet où j'exerce :

Immeuble L'Européen, 116, rue Jean-Monnet, 60200 Compiègne
Effectif IN EXTENSO : 5 000 collaborateurs / Région IDF : 600 collaborateurs / agence de Compiègne : 52 collaborateurs
Nombre d'associés IN EXTENSO : 250 associés / Région IDF : 16 associés / agence de Compiègne : 2 associés.



MAÎTRE OLGA ZAKHAROVA-RENAUD

CONSEILS JURIDIQUES

BMGB et Associés

181, rue de la Pompe, 75116 PARIS

P 06 67 35 70 23 – Tél. 01 47 27 00 60

Mail : renaud@bmg-b-avocats.com

Site : <https://www.bmg-b-avocats.com/>

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Avocat des franchisés et des associations des franchisés :

- Accompagnement à l'entrée dans le réseau (conseil pré-contractuel, étude du document d'information précontractuelle et du projet de contrat, constitution de société, étude, négociation et signature d'un bail commercial, achat du fonds de commerce ou du droit au bail, signature du contrat de location-gérance etc.),
- Conseil et assistance dans les relations avec la tête du réseau en cours du contrat (prévention et gestion des difficultés, négociation, médiation, conciliation, transaction),
- Préparation et gestion de la sortie du réseau (rupture ou sortie à terme, cession de l'entreprise franchisée etc.).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

Intervient en franchise depuis 2000.

- DEA droit des affaires (Université Paris X – Nanterre),
- Diplôme de droit civil général (Université de Tioumen, Russie),
- Membre du conseil scientifique de l'EDICO (LexisNexis)
- Intervenant au Master 2 DEDAC (Paris Assas), au DU Droit et Grande Distribution (Sorbonne Paris-Nord).

STRUCTURE DU CABINET

10 avocats.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Russe courant.



M. JEAN-PAUL ZEITLINE

CONSEILS EN DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE FRANCHISE

PROGRESSIUM

Tour CIT, 3 rue de l'Arrivée, 75015 PARIS

P 06 07 67 08 98

Mail : jpzeitline@progressium.fr – Site : www.progressium.fr

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

- Le diagnostic de faisabilité des projets de franchise,
 - Accompagnement création de franchise,
 - Formalisation du concept à franchiser,
 - Identification des savoir-faire,
 - Modélisation financière et levée de fonds,
 - Rédaction des manuels opératoires,
 - Lancement du développement,
 - Diagnostic développement de franchises confirmées,
 - Révision et refonte de système de franchise,
 - Recrutement de franchisés,
 - Exportation de réseaux.
- Plus de 450 réseaux accompagnés, dont 150 créations de réseaux.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE – TITRES

- Diplômé de Sciences Po Paris – Section économique et financière,
- Diplômé du Cedep-Insead,
- Directeur financier : Europcar France,
- Multifranchisé Budget Rent a Car / Citer,
- Consultant chez AC Franchise,
- Associé fondateur de Progressium.


STRUCTURE DU CABINET

PROGRESSIUM est une agence de développement en Franchise qui rassemble 8 associés et 20 consultants.

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S)

Anglais, italien.

— Envie d'entreprendre, devenez franchisé !



Découvrez la franchise en
suivant notre formation
« Devenir franchisé » sur [www.
formation-franchise.com](http://www.formation-franchise.com)

La franchise est un véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs.
Un modèle d'entrepreneuriat fondé sur le transfert du savoir-faire
et le partage de la valeur.



**Vous êtes un entrepreneur
indépendant** tout en étant
accompagné.



**Vous bénéficiez de la
transmission d'un savoir-faire,**
de formations d'assistance, et
de la force d'un réseau.



**Vous optez pour un modèle
efficace** qui augmente
vos chances de réussite
et accélère le retour sur
investissement.

– La franchise, véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs



**Un modèle d'entrepreneuriat
fondé sur le transfert du
savoir-faire, et partage de la
valeur entre franchiseurs et
franchisés**



**Un modèle vertueux pour
l'économie, créateur de
richesse et d'emplois**



**Un modèle efficace, moins
risqué, avec un retour sur
investissement plus rapide**

www.franchise-fff.com

La Fédération Française de la Franchise représente un modèle vertueux et efficace. Acteur majeur du dynamisme de l'économie française, la Fédération française de la franchise est la fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés depuis 1971. Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise. Elle a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris qui est devenu le rendez-vous annuel international de la franchise. Elle forme aux métiers de la franchise, depuis 2009, avec son Académie de la franchise, le premier organisme de formation aux différents métiers de la franchise destinés aux futurs franchisés, aux futurs ou actuels franchiseurs.