

6^{ÈME} ÉDITION

BAROMÈTRE 2019 (Paru en 2020)

Dynamisme de la franchise en région

RÉALISÉ PAR



AVEC LE PATRONNAGE DE



EN PARTENARIAT AVEC



Contexte & objectifs

La franchise est une forme de partenariat qui s'est développée de façon continue au cours des dernières décennies, et qui semble résister au contexte économique peu favorable depuis la crise économique de 2008.

Sur la période 2003-2019, le nombre d'établissements en franchise a plus que doublé en France (+125%), tandis que le chiffre d'affaires global réalisé par les franchisés connaissait une croissance de 99% (source: FFF).

Comment la franchise se déploie-t-elle à l'échelle nationale ?
Certaines régions sont-elles plus dynamiques que d'autres ?
Comment le mesurer ?

Quelles sont les régions qui, relativement à leur taille, connaissent la plus forte pénétration de la franchise sur l'ensemble des commerces et services de détail ?

Quelles sont les spécificités régionales en termes de franchise, en particulier en termes de secteurs d'activités ?

L'objectif est de croiser plusieurs sources de données relatives à la franchise et au commerce de détail pris dans son ensemble, à l'échelle régionale et à date. Leur analyse permet de dresser un portrait de la franchise en France et de comprendre ses dynamiques régionales.

Les données utilisées dans l'analyse



Fichier des franchisés potentiels
visiteurs à Franchise Expo Paris
(2019)



Données nationales FFF
sur les réseaux en franchise
(2019)



Fichier de veille sur les ouvertures de commerces
issu de l'outil Sindup
(2019)



Fichier des candidats en franchise
suivis par les cabinets d'expertise comptable
(2019)



Fichier Territoires & Marketing des États Locaux
de Marchés réalisés pour les DIP
(2019)



Répertoire des entreprises SIRENE,
filtré pour isoler commerces et
services à la personne (2019)

Fichier du dernier recensement
de l'INSEE (RGP 2016)

Les données utilisées dans l'analyse

Une chronologie en ligne avec celle du process de la franchise

1

Les prémisses
du projet

Visite Franchise Expo
→ Données FEP



2

La candidature
à l'enseigne

Le DIP
→ Données T&M



3

Le financement
du projet

La validation
→ Experts-comptables



4

L'ouverture de
l'unité en franchise

L'intégration au parc Franchise
→ Données FFF



5

La communication
autour de l'ouverture

→ Données SindUp



Les données utilisées dans l'analyse



Fichier des franchisés potentiels visiteurs à Franchise Expo Paris (2019)

Fichier des visiteurs FEP résidant en France métropolitaine, ayant déclaré être intéressé par la création d'entreprise ou souhaitant ouvrir une franchise. Ne prend pas en compte les porteurs de projets étrangers, les simples curieux, les prestataires les experts et les franchiseurs.

Le fichier précise l'origine géographique et le(s) secteurs(s) d'activité envisagé pour le projet de création.

Nombre de visiteurs conservés dans le fichier :

2013 : 16 069 ; **2014** : 20 080 ; **2015** : 17 332
2016 : 16 711 ; **2017** : 16 646 ; **2018** : 23 533
2019 : 15 492



Fichier des candidats en franchise suivis par les cabinets d'expertise comptables (2019)

Issues de 4 cabinets comptables travaillant avec des porteurs de projets en franchise, ces données sont volontairement anonymisées. A cette fin, nous exprimons les grandeurs en indice base 100.

Les fichiers précisent l'implantation géographique (le département, voire la ville) et l'activité de l'établissement.



Données nationales FFF sur les réseaux en franchise (2019)

Il s'agit de données France entière (comptes d'établissements) par année et par secteur d'activité. Elle ne sont donc pas exploitables à l'échelle régionale.

Les données utilisées dans l'analyse



Fichier Territoires & Marketing des États Locaux de Marchés réalisés pour les DIP (2019)

Fichiers des États Locaux de Marché (ELM) réalisés sur l'année, en écartant les mises à jour, les pré-études et ceux réalisés à l'étranger et dans les Dom Tom.

Pour l'année 2019 : 1 400 États Locaux réalisés. Les fichiers précisent la localisation du projet et le secteur d'activité.



Fichier de veille sur les ouvertures de commerces issu de l'outil Sindup (2019)

Fichier issu d'outil de veille automatisée sur Internet, qui tourne en permanence pendant l'année. Cette veille recense les ouvertures ou projets d'ouverture pour plus de 1 800 enseignes de référence, via les sites de presse généraliste ou économique, les réseaux sociaux, les sites spécialistes de la franchise...

On mêle ici franchise et commerces intégrés (1 150 ouvertures recensées).



Répertoire des entreprises SIRENE, filtré pour isoler commerces et services à la personne (2019)

Fichier du dernier recensement de l'INSEE (RGP 2016)

Ces données locales sont intégrées à l'analyse afin d'établir des ratios régionaux, en croisant avec les autres sources de données détaillées plus avant.

Les données utilisées dans l'analyse

Les différentes étapes de l'analyse

Constitution d'une base France métropolitaine de la franchise

À partir des différentes bases de données utilisées :

FEP, T&M, Fiducial, In Extenso, KPMG, TGI France, FFF et Insee (repertoire d'entreprises et données RGP)

(Absence de certaines données sur les DOM TOM)

Regroupement des données de la région

Normalisation et harmonization des bases

(notamment par secteurs d'activités sur la base de la typologie de FEP 2015 à 11 secteurs, rapportés à 10 en regroupant "commerces alimentaires" et "mini, super, hypermarché")

Création d'indicateurs régionaux

En valeurs brutes, puis en tenant compte de la population régionale, afin de lisser les effets d'échelle.

Dans un second temps, ces valeurs sont rapportées à une base 100 à des fins d'harmonization (échelles différentes) et de comparaison.

Hiérachisation des régions

En fonction d'une synthèse des dynamiques observées

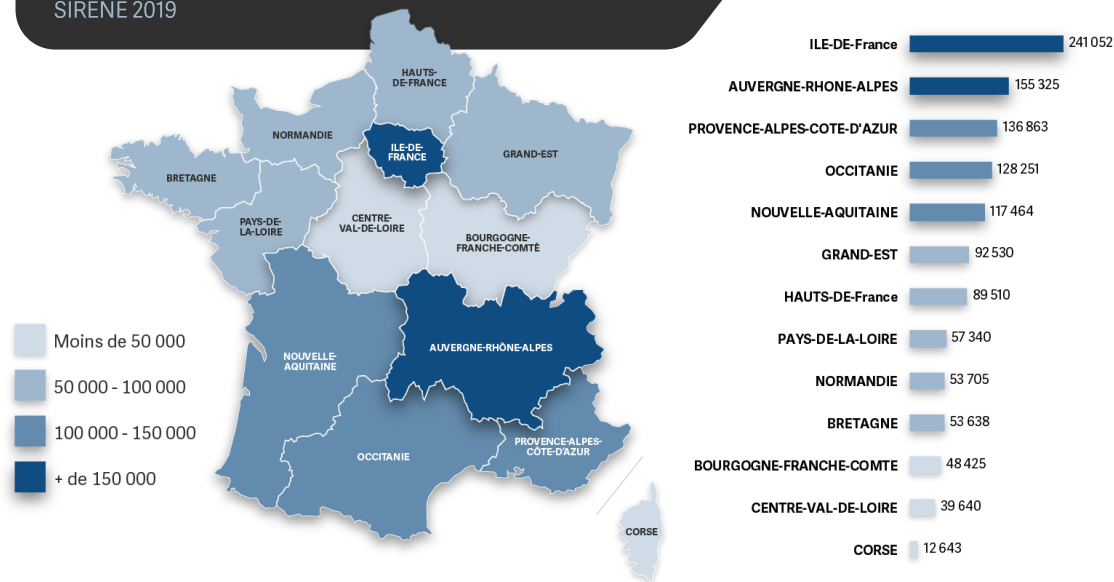
1.

Données France sur le commerce & la Franchise

1.1 Géographie régionale des commerces et services de détail

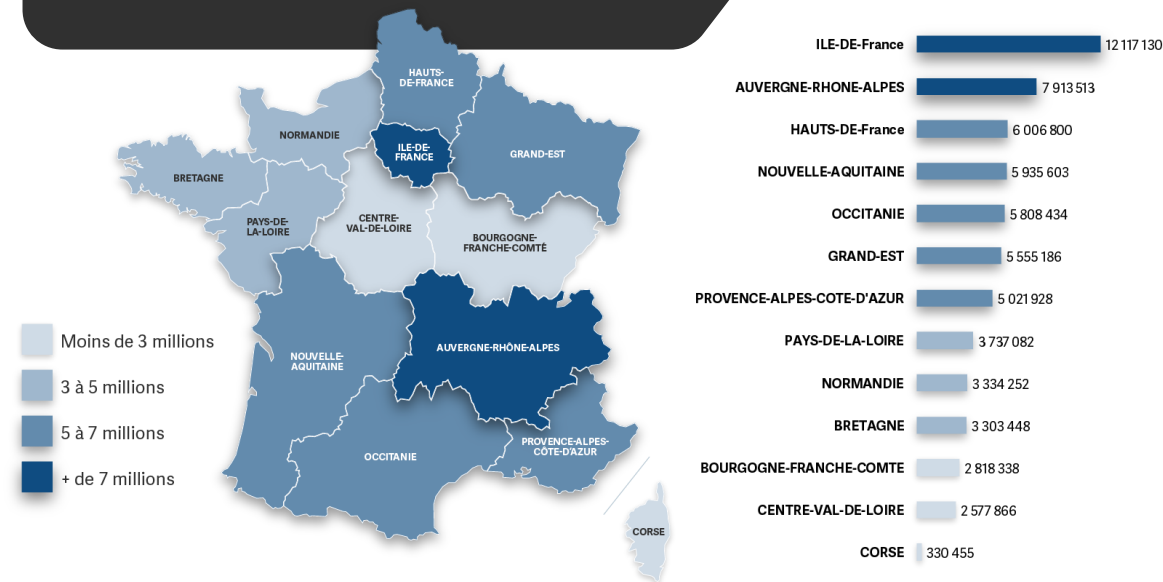
Nombre de commerces et services de détail par région

SIRENE 2019



Population régionale

INSEE 2016



De façon logique, les régions françaises les plus peuplées sont celles qui abritent le plus grand nombre de commerces et services : IDF, Auvergne-Rhône-Alpes, PACA, Occitanie, Nouvelle-Aquitaine...

Nous recensons, d'après le fichier SIRENE 2019 à partir duquel nous avons filtré les établissements en fonction de leur code d'activité (NAF), environ 1 226 000 commerces et services de détail, en comprenant les services à la personne et aux professionnels (voir liste des codes NAF retenus en annexe).

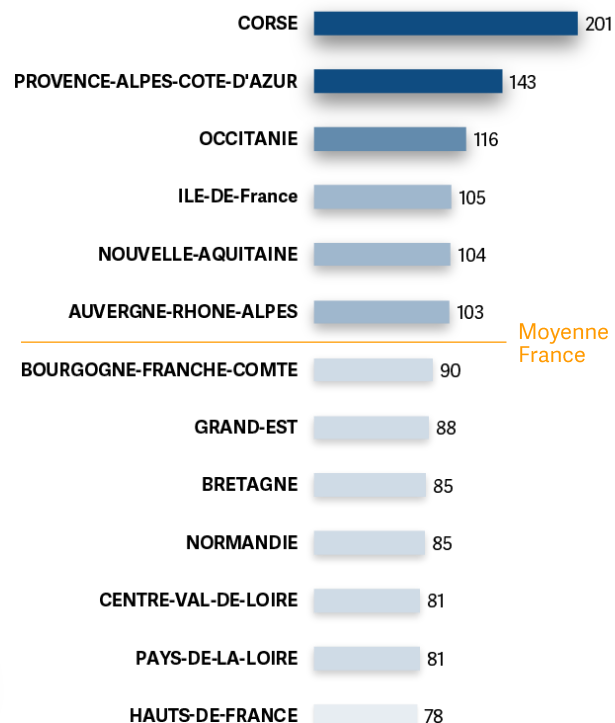
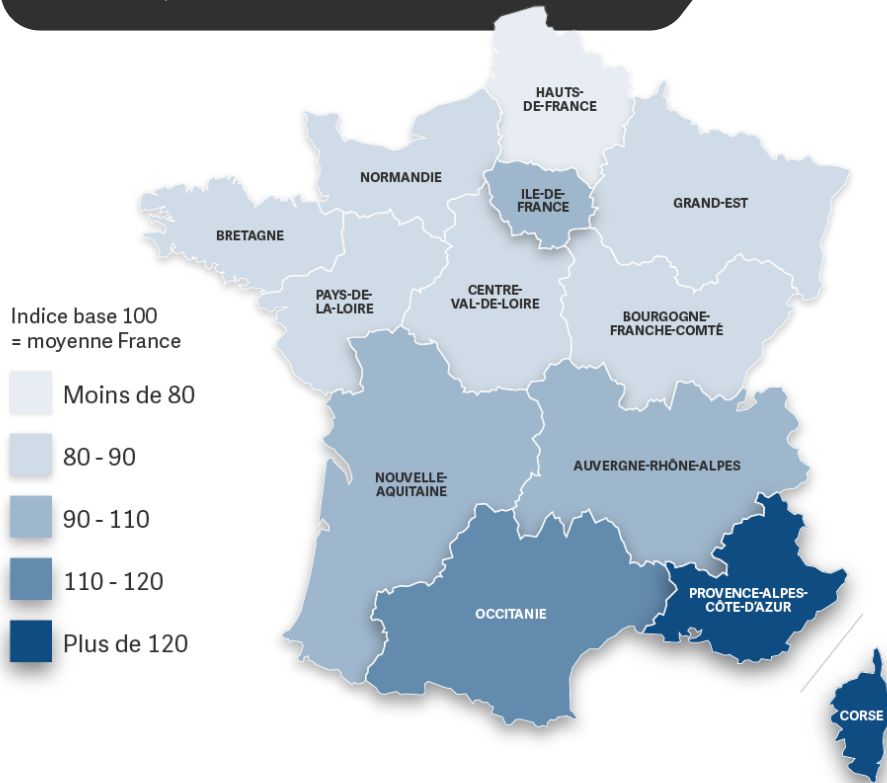
En moyenne, la densité commerciale en France métropolitaine s'élève à :

- ▶ 16 commerces et services pour 1 000 habitants
- ▶ 15 commerces et services pour 1000 établissements (tous secteurs confondus).

1.1 Géographie régionale des commerces et services de détail (suite)

Densité commerciale régionale 2019 rapportée à la population résidente

SIRENE 2019 / INSEE 2016



En croisant population résidente et nombre de commerces, on met de côté le biais induit par les écarts de taille entre régions, permettant ainsi une comparaison bien plus pertinente de leur niveau d'équipement respectif.

De façon très nette, ce sont alors les régions du Sud, et en particulier celles bordant la Méditerranée (Corse, PACA, Occitanie), qui forment le trio de tête, en termes de densité commerciale.

L'influence du tourisme est un facteur d'explication à cette géographie commerciale très marquée.

L'Ile-de-France est la 4^{ème} région française la plus dense en commerces.

1.2 Principaux résultats par région - en % du total France

Région	Population 2016	Nb Commerces et services de détail SIRENE 2019	Visiteurs FEP 2019	ELM 2019	Dossiers suivis par les cabinets comptables en 2019	Nombre d'ouvertures SINDUP 2019
AUVERGNE-RHONE-ALPES	12%	13%	5%	13%	15%	12%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	4%	4%	2%	4%	5%	5%
BRETAGNE	5%	4%	3%	6%	3%	9%
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	4%	3%	4%	5%	9%	3%
CORSE	1%	1%	0%	0%	1%	0%
GRAND-EST	9%	8%	5%	7%	4%	6%
HAUTS-DE-FRANCE	9%	7%	8%	8%	7%	7%
ILE-DE-FRANCE	19%	20%	50%	16%	14%	15%
NORMANDIE	5%	4%	5%	5%	6%	7%
NOUVELLE-AQUITAINE	9%	10%	5%	12%	11%	9%
OCCITANIE	9%	10%	4%	8%	9%	10%
PAYS-DE-LA-LOIRE	6%	5%	5%	6%	9%	8%
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	8%	11%	4%	10%	7%	8%

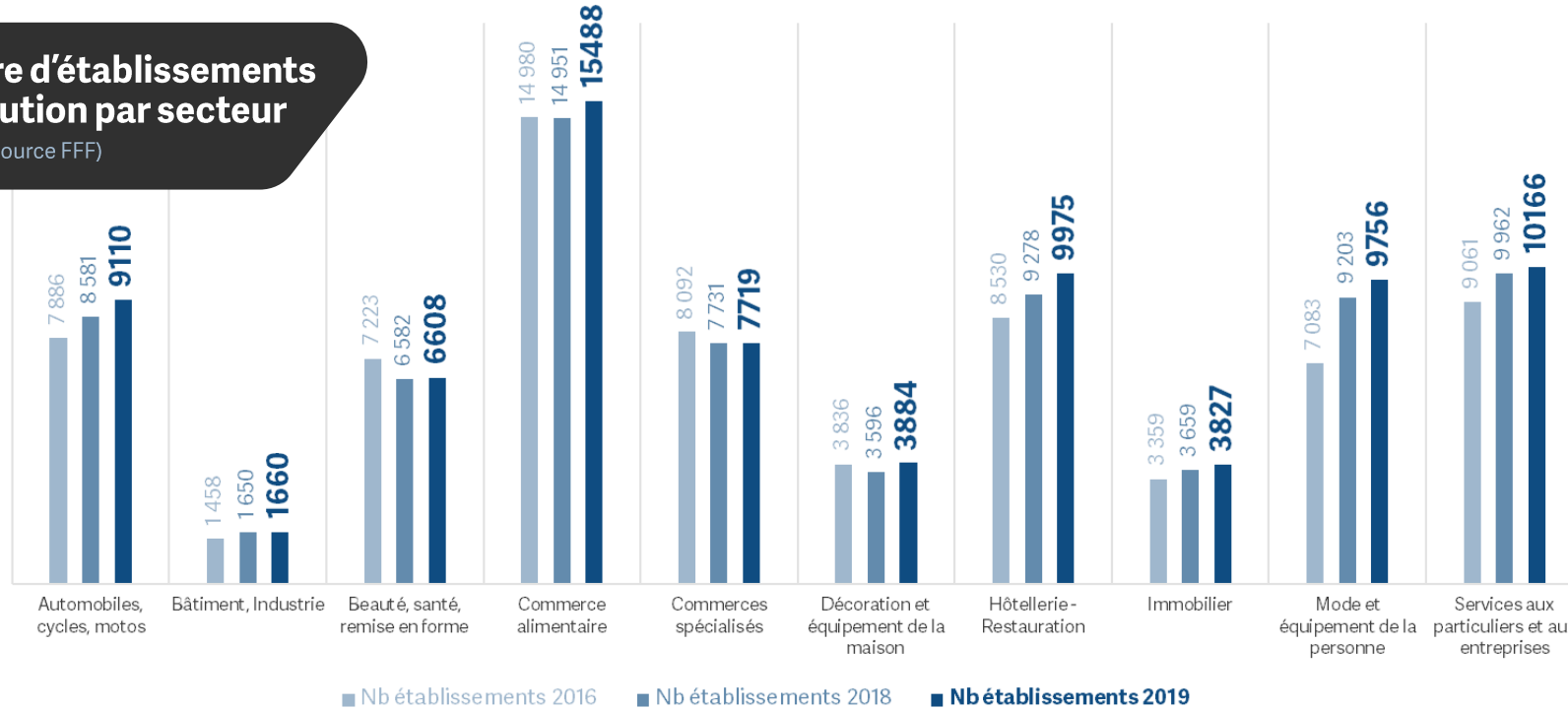
En 2019, le nombre d'ouvertures de commerces et services, toutes formes de mode d'exploitation confondues, colle à peu près au poids de la population régionale, en proportion. C'est également le cas pour ce qui est des États Locaux de marché réalisés dans le cadres des DIP.

En allant un peu plus loin toutefois : **les régions PACA, Occitanie, Auvergne-Rhône-Alpes, Centre-Val-de-Loire, Normandie Nouvelle-Aquitaine sont sensiblement plus dynamiques** que la plupart des autres régions, en termes d'ouvertures vs la population régionale. À l'inverse des régions Bretagne, Ile-de-France, Grand-Est pèsent moins en ouvertures recensées sur 2019 que le poids de leur population régionale.

1.3 La franchise en France : données globales

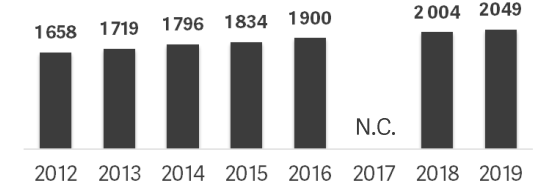
Nombre d'établissements et évolution par secteur

2016-2019 (source FFF)



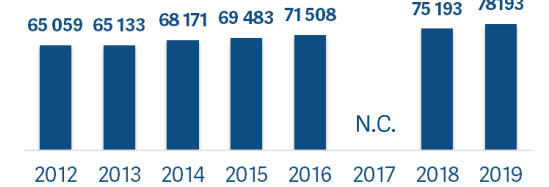
Nombre de franchiseurs

France entière



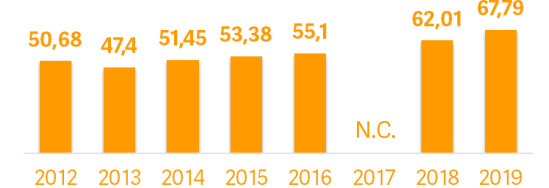
Nombre d'établissements

France entière



CA cumulé de la franchise

France entière



Rapportés au nombre total de franchises (établissements) en 2019 en France (source FFF), les ratios macroéconomiques de la franchise sont :

- ▶ 7 points de vente en franchise pour 100 commerces et services (taux de pénétration de la franchise en France),
- ▶ 12 points de vente en franchise pour 10 000 habitants.

La franchise a connu une croissance continue entre 2012 et 2019, atteignant environ 78 200 établissements l'année dernière.

À noter toutefois une chute du CA total des franchisés en 2013, avant une reprise marquée de l'activité sur les six dernières années (+43% sur la période 2013-2019).

Le CA France de la franchise dépasse désormais les 67 milliards €.

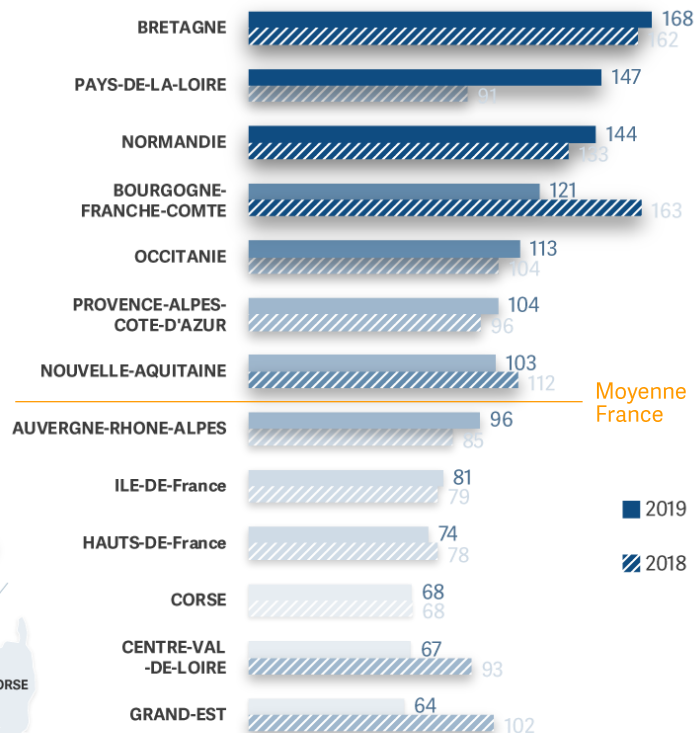
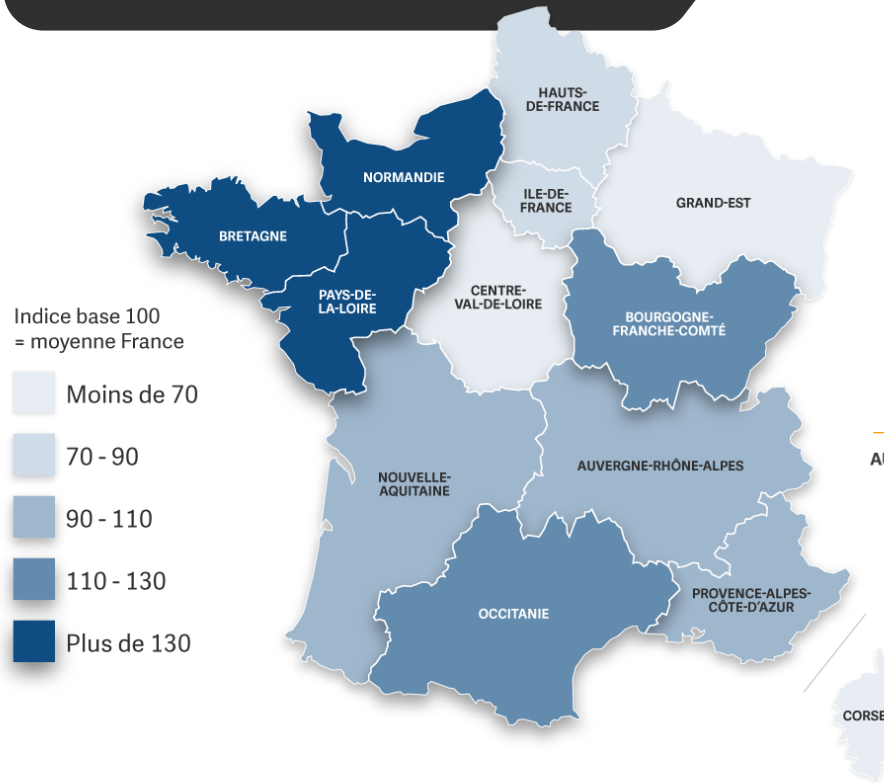
2.

Focus sur la franchise en régions

Focus sur la Franchise en régions

2.1 Ouvertures de commerces - Dynamiques régionales

Nombre d'ouvertures de PDV recensées, rapportée à la population résidente



Trois régions ont connu une année 2019 particulièrement riche en ouvertures de commerces et services sous enseigne, rapportées à leur population : Pays de la Loire, Bretagne et Normandie.

La dynamique des enseignes a été très faible, en revanche dans le Grand-Est et le Centre-Val-de-Loire.

Notons que sur l'ensemble des 13 régions, les écarts restent aussi importants en 2019 qu'en 2018.

2.1 Ouvertures de commerces - Dynamiques régionales (suite)

REGION	Automobiles, cycles, motos	Bâtiment, Industrie	Beauté, santé, remise en forme	Commerce alimentaire	Commerces spécialisés	Décoration et équipement de la maison	Hôtellerie - Restauration	Immobilier	Mode et équipement de la personne	Services aux particuliers et aux entreprises
AUVERGNE-RHONE-ALPES	1%	1%	7%	15%	24%	13%	17%	2%	17%	4%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	3%	5%	7%	30%	21%	2%	10%	0%	20%	3%
BRETAGNE	3%	1%	12%	26%	19%	9%	18%	1%	6%	4%
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	0%	0%	19%	13%	29%	6%	16%	6%	6%	3%
CORSE	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	50%	25%
GRAND-EST	3%	2%	17%	13%	27%	9%	13%	0%	3%	14%
HAUTS-DE-FRANCE	5%	3%	6%	31%	24%	9%	11%	1%	6%	4%
ILE-DE-FRANCE	4%	1%	8%	20%	21%	6%	15%	1%	21%	4%
NORMANDIE	2%	3%	7%	22%	24%	8%	10%	5%	14%	3%
NOUVELLE-AQUITAINE	2%	8%	17%	16%	22%	7%	14%	2%	5%	7%
OCCITANIE	4%	3%	7%	15%	26%	11%	16%	3%	8%	6%
PAYS-DE-LA-LOIRE	2%	5%	11%	13%	20%	4%	18%	2%	19%	4%
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	1%	4%	11%	24%	20%	11%	14%	1%	10%	4%
FRANCE METROPOLITAINE	3%	3%	10%	20%	23%	8%	15%	2%	12%	5%

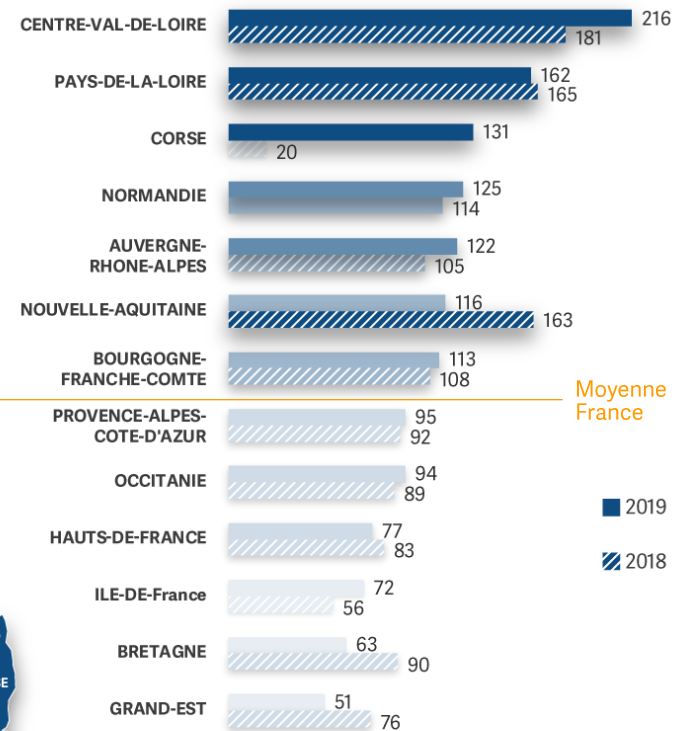
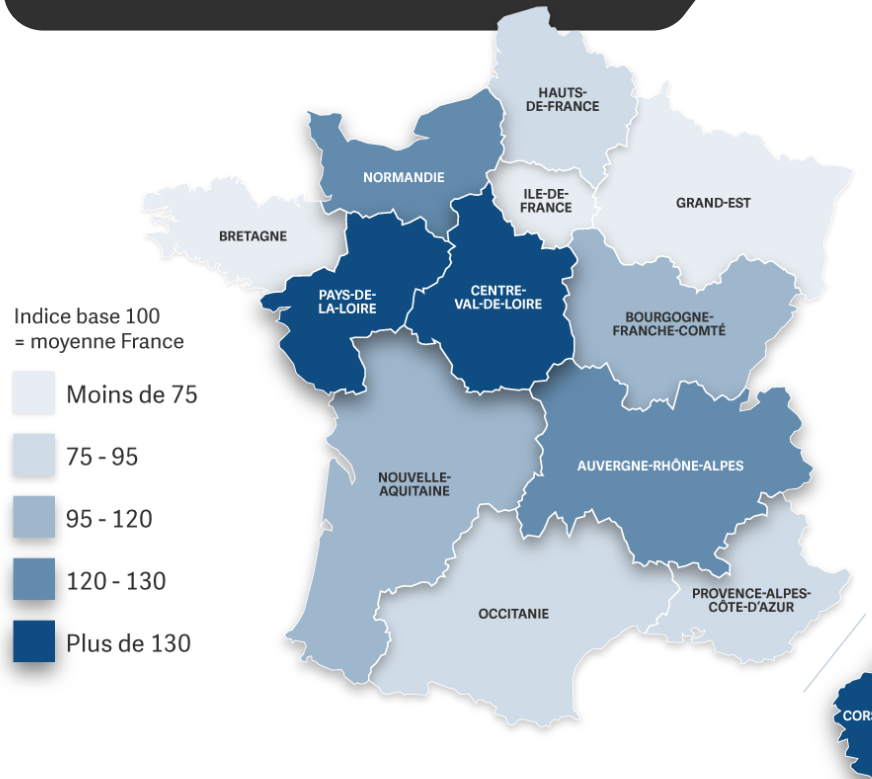
L'étude des ouvertures sous enseigne, détaillées par secteurs d'activités, fait apparaître deux secteurs forts pour l'année 2019 : **les commerces spécialisés et le commerce alimentaire**. En cumulé, ces deux activités représentent 43% des ouvertures en France sur l'année. Ils étaient déjà les 2 premiers secteurs, en poids du total, en 2017 et en 2018, mais ne représentaient que 35% des ouvertures. Cette hausse est également portée par le commerce alimentaire et les commerces spécialisés, qui ont chacun progressé de 4% par rapport à l'année dernière.

En revanche, « **Automobiles, cycles et moto, Décoration et équipement de la maison, Services aux particuliers et aux entreprises** » ont connu une chute marquée entre 2018 et 2019.

Focus sur la Franchise en régions

2.2 Projets suivis (et aboutis) par les cabinets comptables

Nombre de projets suivis et aboutis, rapportée à la population résidente



À l'inverse des ouvertures totales de commerces et services recensées en 2018, l'étude du nombre de projets suivis (et aboutis) par les cabinets comptables ne montre qu'un faible accroissement des écarts entre régions pour l'année passée, par rapport à 2018, à l'exception du Centre-Val-de-Loire, qui se montre toujours plus dynamique, et de la Corse, qui rattrape une année 2018 en berne pour dépasser largement les ouvertures réalisées en 2017, et passer de la 13^e à la 3^e place avec 131 projets aboutis.

Le Pays-de-La-Loire, déjà présentes sur la 2^e marche du podium en 2017 et 2018, se maintient et complète le trio de tête. La partie Centre-Ouest du territoire confirme donc son statut de terre de prédilection pour les ouvertures en franchise, selon cet indicateur.

On remarquera la chute de Nouvelle-Aquitaine, Bretagne et Grand-Est.

2.2 Ouvertures de commerces - Dynamiques régionales (suite)

REGION	Automobiles, cycles, motos	Bâtiment, Industrie	Beauté, santé, remise en forme	Commerce alimentaire	Commerces spécialisés	Décoration et équipement de la maison	Hôtellerie - Restauration	Immobilier	Mode et équipement de la personne	Services aux particuliers et aux entreprises
AUVERGNE-RHONE-ALPES	9%	4%	6%	38%	12%	3%	11%	2%	1%	14%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	9%	5%	9%	31%	14%	3%	22%	2%	0%	5%
BRETAGNE	3%	0%	8%	16%	11%	13%	26%	0%	5%	18%
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	6%	3%	6%	34%	10%	0%	27%	2%	0%	12%
CORSE	0%	0%	11%	44%	33%	0%	0%	0%	0%	11%
GRAND-EST	11%	4%	7%	7%	29%	5%	16%	5%	2%	13%
HAUTS-DE-FRANCE	11%	5%	16%	7%	8%	10%	18%	2%	2%	21%
ILE-DE-FRANCE	9%	3%	13%	13%	7%	3%	17%	10%	1%	25%
NORMANDIE	6%	5%	7%	18%	13%	8%	15%	5%	5%	19%
NOUVELLE-AQUITAINE	8%	4%	14%	16%	16%	3%	23%	2%	0%	15%
OCCITANIE	5%	4%	9%	27%	24%	4%	13%	3%	1%	12%
PAYS-DE-LA-LOIRE	7%	5%	6%	32%	14%	7%	11%	3%	2%	14%
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	3%	6%	2%	36%	15%	2%	17%	3%	0%	15%
FRANCE METROPOLITAINE	7%	4%	9%	24%	14%	4%	17%	4%	1%	16%

En termes de projets de franchise aboutis, les cabinets comptables ont accompagné, en proportion, beaucoup d'ouvertures dans **le secteur du commerce alimentaire en 2019** (environ un quart du total des projets suivis) avec pour autant des écarts très marqués entre régions (de 7% des projets suivis dans les Haut-de-France et le Grand-Est à 44% en Corse, qui était à 0% l'année précédente).

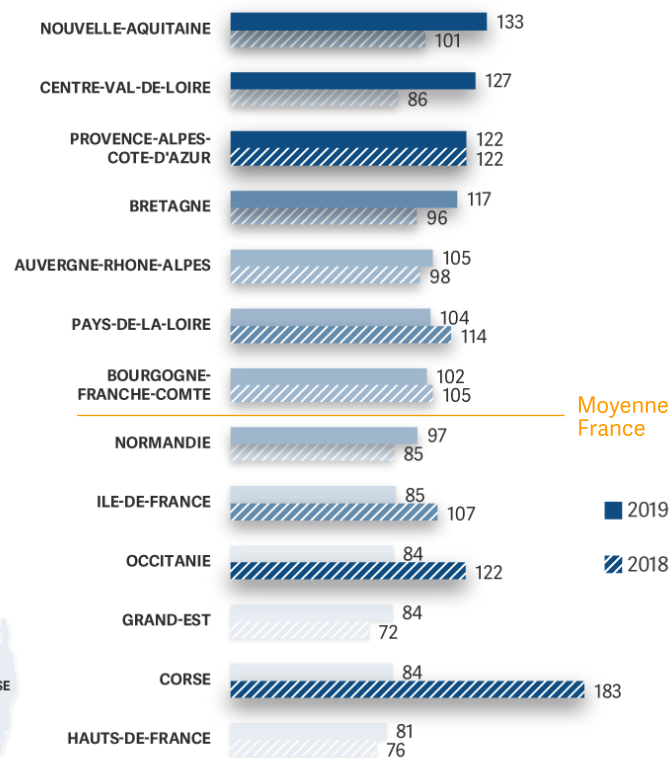
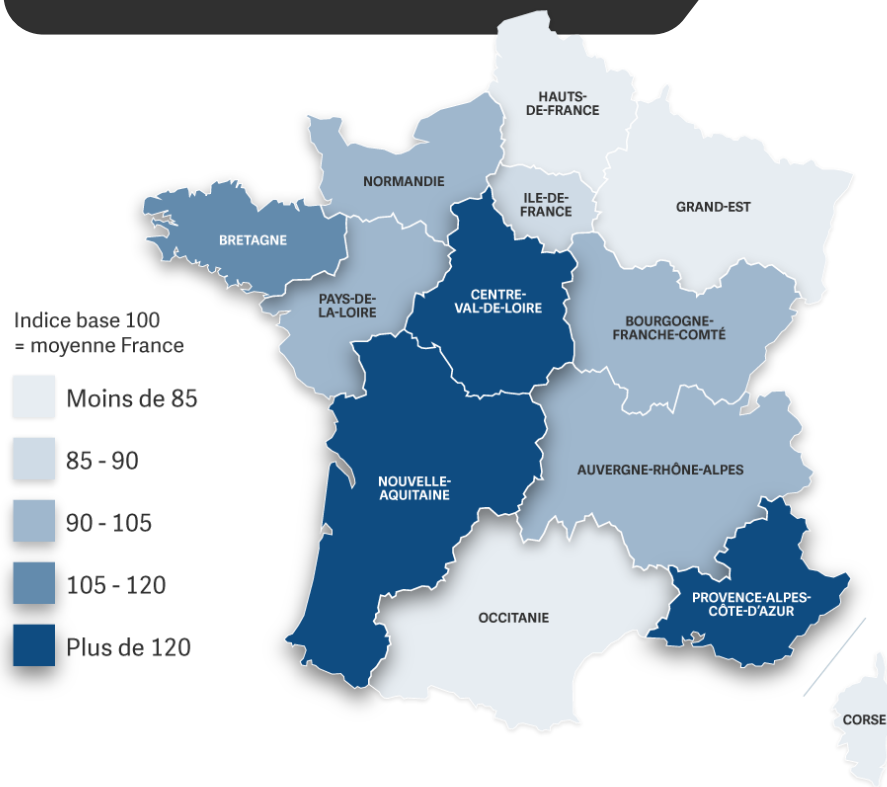
Deuxième secteur le plus représenté sur cet échantillon : **les services aux particuliers et aux entreprises**.

La plus grande progression se fait sur **les commerces spécialisés**, qui passent de 9% des projets suivis à 14%. Les autres secteurs varient à la marge.

Focus sur la Franchise en régions

2.3 États Locaux de Marché (DIP) réalisés par Territoires & Marketing

Nombre d'états locaux de marché, rapportée à la population résidente



Les DIP réalisés en 2019 par Territoires & Marketing font ressortir en tête du classement la Nouvelle-Aquitaine, le Centre-Val-de-Loire, en grande progression et la région PACA sur les mêmes bases élevées que l'année dernière.

La Corse, après une année exceptionnelle sur le nombre de DIP en 2018, qui se traduit par son classement élevé en 2019 sur les ouvertures, retrouve sa place au fond du classement. On notera parallèlement une chute marquée des DIP réalisés en Ile-de-France et en Occitanie. Cette dernière marque le pas en 2019, tant sur les ouvertures que les DIP.

Focus sur la Franchise en régions

2.3 États Locaux de Marché (DIP) réalisés par Territoires & Marketing (suite)

REGION	Automobiles, cycles, motos	Bâtiment, Industrie	Beauté, santé, remise en forme	Commerce alimentaire	Commerces spécialisés	Décoration et équipement de la maison	Hôtellerie - Restauration	Immobilier	Mode et équipement de la personne	Services aux particuliers et aux entreprises
AUVERGNE-RHONE-ALPES	5%	12%	6%	1%	6%	6%	24%	8%	5%	27%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	7%	8%	3%	0%	17%	5%	19%	14%	3%	24%
BRETAGNE	12%	3%	5%	0%	9%	10%	17%	9%	5%	30%
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	6%	4%	7%	3%	9%	4%	16%	12%	7%	30%
CORSE	0%	0%	17%	0%	17%	17%	33%	0%	0%	17%
GRAND-EST	7%	2%	5%	0%	11%	2%	22%	11%	2%	38%
HAUTS-DE-FRANCE	7%	5%	5%	0%	14%	5%	17%	12%	4%	30%
ILE-DE-FRANCE	2%	1%	6%	0%	9%	3%	25%	24%	3%	27%
NORMANDIE	1%	0%	4%	0%	13%	13%	18%	10%	1%	37%
NOUVELLE-AQUITAINE	5%	6%	3%	1%	11%	4%	23%	12%	11%	25%
OCCITANIE	5%	5%	8%	4%	15%	5%	24%	13%	1%	20%
PAYS-DE-LA-LOIRE	3%	12%	5%	0%	12%	3%	15%	4%	1%	46%
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	6%	4%	7%	8%	8%	7%	23%	13%	5%	20%
FRANCE METROPOLITAINE	5%	5%	6%	1%	10%	5%	22%	13%	4%	28%

L'analyse par secteurs des DIP réalisés par Territoires & Marketing en 2019 fait ressortir une forte proportion de projets de **services aux particuliers et aux entreprises** (plus d'1 sur 4, avec une progression marquée de + 13 points par rapport à 2018), suivi de **l'hôtellerie-restauration**.

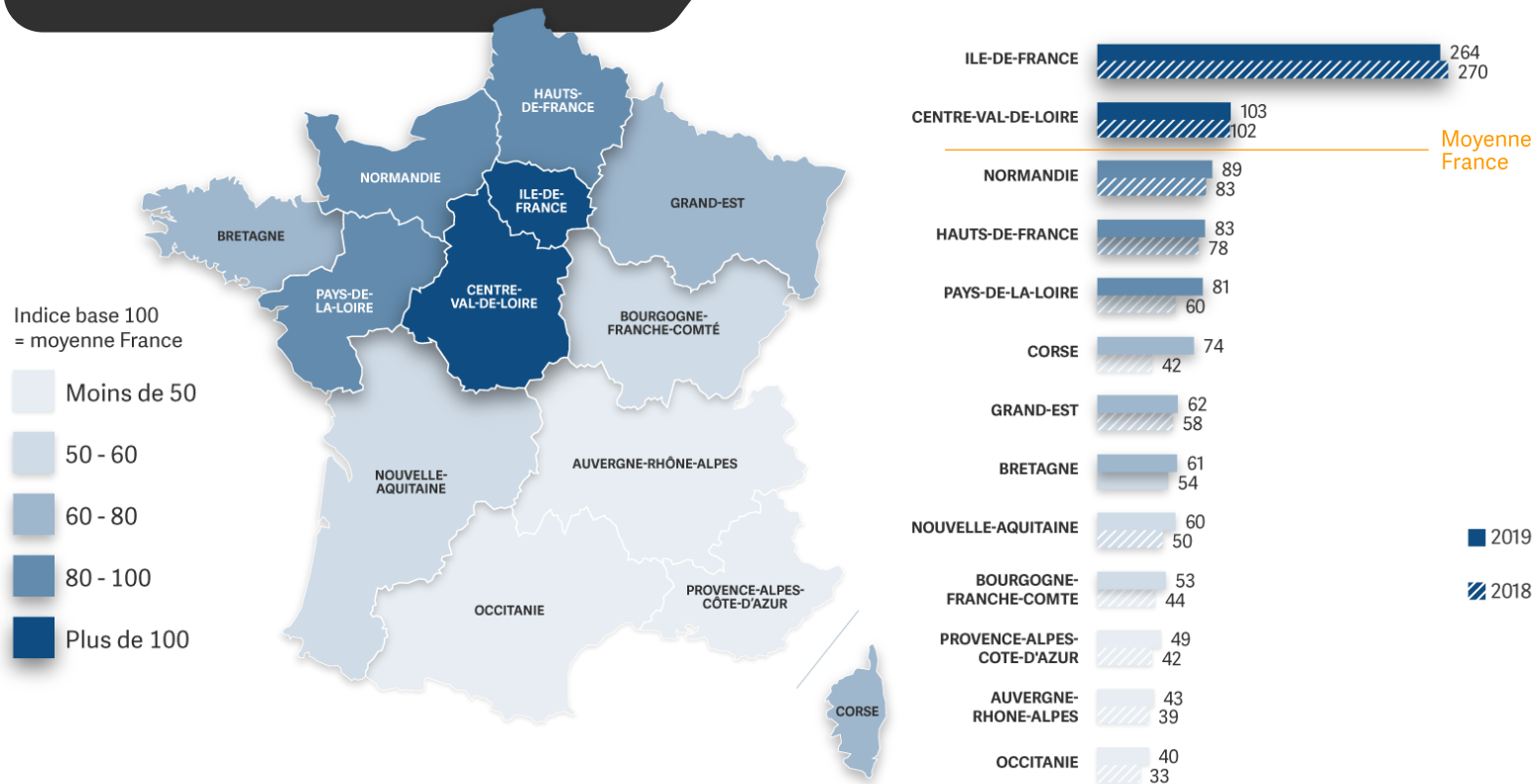
Les projets de **services aux particuliers et aux entreprises** sont particulièrement concentrés dans les Pays-de la Loire (46%) ou dans le Grand-Est (38%).
À l'inverse, ils représentent une part moins importante des projets en Corse (17%) ou en Occitanie (20%).

Parmi les secteurs où les écarts entre régions sont les plus marqués : **immobilier, beauté, santé, remise en forme et immobilier**.

Focus sur la Franchise en régions

2.4 Porteurs de projet, visiteurs à Franchise Expo Paris 2019

Nombre de franchisés potentiels, rapportée à la population résidente



À l'image des cinq précédentes éditions du Baromètre de la Franchise, on retrouve l'Ile de-France largement leader parmi les régions les plus génératrices de visiteurs à FEP, même rapporté à la population : la distance à Paris joue un rôle essentiel dans la fréquentation du salon.

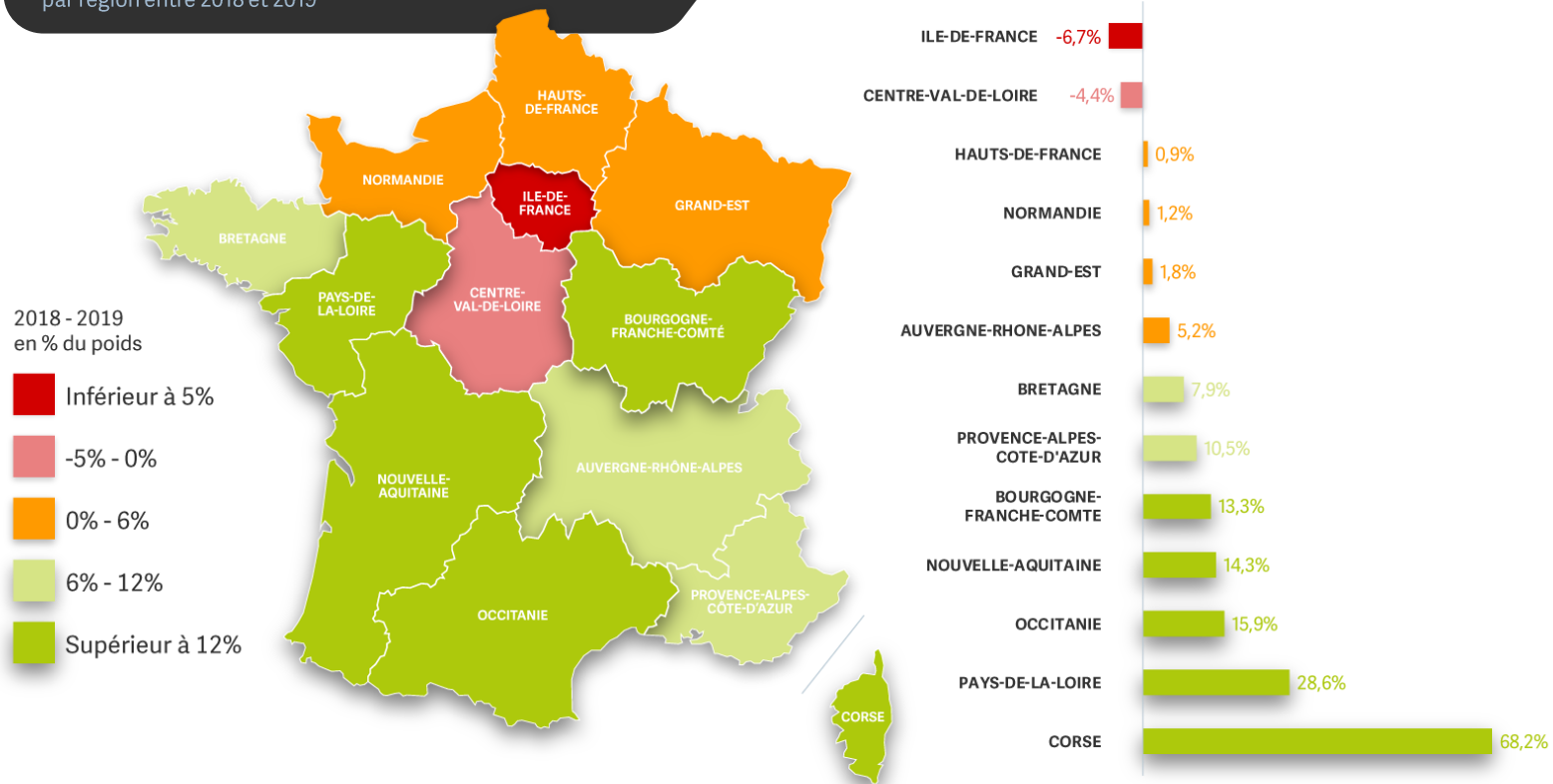
Hormis en Ile-de-France, le visitorat a augmenté dans chacune des régions de France, mais particulièrement dans les **Pays-de-La-Loire et la Corse**, qui après une chute marquée l'année dernière, a retrouvé une place plus honorable dans le classement.

Focus sur la Franchise en régions

2.4 Porteurs de projet, visiteurs à Franchise Expo Paris 2019 (suite)

Évolution relative du nombre de visiteurs à Franchise Expo Paris

par région entre 2018 et 2019



Si l'on intéresse, plus dans le détail, à l'évolution du visitorat à Franchise Expo Paris entre 2018 et 2019, on observe une forte croissance du visitorat Corse (+68,2% en poids du visitorat de la région en 2018). Autre région qui a fourni, proportionnellement, plus de visiteurs l'année passée qu'en 2018 : **Pays-de-La-Loire et Occitanie** (respectivement +28,6% et +15,9%).

Le poids du visitorat de **l'Île-de-France** ainsi que celui du **Centre-Val-de-Loire** est en légère baisse. La carte marque bien l'appétence de la côte Ouest pour le salon de la Franchise pour cette édition 2019.

Focus sur la Franchise en régions

2.4 Porteurs de projet, visiteurs à Franchise Expo Paris 2019 (suite)

REGION	Automobiles, cycles, motos	Bâtiment, Industrie	Beauté, santé, remise en forme	Commerce alimentaire	Commerces spécialisés	Décoration et équipement de la maison	Hôtellerie-Restauration	Immobilier	Mode et équipement de la personne	Services aux particuliers et aux entreprises
AUVERGNE-RHONE-ALPES	6%	4%	10%	15%	16%	10%	16%	6%	6%	10%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	6%	4%	11%	16%	17%	11%	14%	6%	7%	9%
BRETAGNE	5%	4%	10%	15%	16%	9%	16%	6%	8%	11%
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	8%	5%	8%	16%	15%	8%	17%	6%	6%	11%
CORSE	4%	6%	12%	17%	17%	13%	12%	7%	7%	6%
GRAND-EST	6%	4%	10%	17%	16%	9%	15%	6%	6%	10%
HAUTS-DE-FRANCE	7%	5%	9%	16%	14%	9%	15%	8%	6%	10%
ILE-DE-FRANCE	7%	4%	11%	17%	13%	7%	16%	8%	4%	12%
NORMANDIE	7%	4%	10%	16%	16%	10%	14%	6%	8%	10%
NOUVELLE-AQUITAINE	6%	4%	10%	15%	15%	10%	15%	8%	6%	10%
OCCITANIE	6%	4%	10%	16%	14%	8%	16%	7%	7%	10%
PAYS-DE-LA-LOIRE	5%	4%	9%	16%	16%	9%	16%	7%	5%	12%
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	6%	4%	10%	17%	15%	9%	16%	7%	8%	9%
FRANCE METROPOLITAINE	7%	4%	10%	17%	14%	8%	16%	7%	5%	11%

Les visiteurs de FEP 2019 se sont principalement intéressés aux secteurs du commerce alimentaire, de l'hôtellerie-restauration (déjà respectivement 1^{er} et 2nd en 2017 et 2018) ainsi qu'aux commerces spécialisés.

Globalement, on retrouve une répartition des secteurs 2019 très proche de celui de 2018 en ce qui concerne les visiteurs de FEP.

3.

Bilan du dynamisme régional de la franchise

Bilan du dynamisme régional de la franchise

3.1 Répartition des projets/ouvertures

par secteur d'activité - comparatif entre les différentes sources de données nationales

	Automobiles, cycles, motos	Bâtiment, Industrie	Beauté, santé, remise en forme	Commerce alimentaire	Commerces spécialisés	Décoration et équipement de la maison	Hôtellerie-Restauration	Immobilier	Mode et équipement de la personne	Services aux particuliers et aux entreprises
Projets des visiteurs FEP 2019	7%	4%	10%	17%	14%	8%	16%	7%	5%	11%
ELM réalisés 2019	5%	5%	6%	1%	10%	5%	22%	13%	4%	28%
Projets aboutis cabinets comptables 2019	7%	4%	9%	24%	14%	4%	17%	4%	1%	16%
Ouvertures 2019 (tous commerces sous enseigne)	3%	3%	10%	20%	23%	8%	15%	2%	12%	5%
Établissements en franchise 2019 source FFF	12%	2%	8%	20%	10%	5%	13%	5%	12%	13%

Nous comparons ici la répartition sectorielle des projets de franchises (visiteurs FEP 2019, ELM 2019, projets suivis par les cabinets comptables et aboutis en 2019) et les ouvertures (succursales ou commerce associé/franchise) en 2019. A titre de comparaison, nous intégrons également la répartition par secteurs de l'ensemble des établissements en franchise en 2019 (source FFF). Par rapport à « l'existant » (établissements en franchise en 2019), certains secteurs sont clairement en vogue et ont fait l'objet de nombreux projets ou ouvertures :

- ▶ Bâtiment / Industrie,
- ▶ Beauté / Santé / remise en forme,
- ▶ Commerce alimentaire,
- ▶ Commerces spécialisés,
- ▶ Hôtels / Restauration,
- ▶ Services aux particuliers et aux entreprises.

La plupart des données étudiées dans le cadre de ce baromètre indiquent une proportion plus importante de ces secteurs dans les projets/créations en 2019 que dans le paysage commercial existant en franchise de cette même année.

3.2 Porteurs de projet, visiteurs à Franchise Expo Paris 2019

Le tableau ci-contre résume le nombre de secteurs d'activités ciblés, en moyenne, par un visiteur de Franchise Expo Paris 2019 pour son projet, en fonction de sa région d'origine.

Pour la plupart des visiteurs, les secteurs ciblés sont proches de la moyenne annuelle, autour de 2. La différence est particulièrement marquée en **Corse** et **Bourgogne-Franche-Comté** (2,6 et 2,18) et en **Ile-de-France** et **Centre-Val-de-Loire** (1,8 et 1,7). Sans que ce soit une règle absolue, la distance au salon semble jouer un rôle dans le nombre de secteurs visés.

Au global, le nombre moyen de secteurs ciblés continue à progresser années après années (1,97 secteurs en 2017, 1,89 secteurs en 2018).

Région	Nombre moyen de secteurs d'activité ciblés par visiteur
CORSE	2,60
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	2,18
BRETAGNE	2,07
OCCITANIE	2,07
NOUVELLE-AQUITAINE	2,04
NORMANDIE	2,03
GRAND-EST	2,03
AUVERGNE-RHONE-ALPES	2,01
HAUTS-DE-FRANCE	1,96
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	1,96
PAYS-DE-LA-LOIRE	1,93
ILE-DE-FRANCE	1,80
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	1,70
FRANCE	2,00

3.3 Taux de transformation des projets de franchise

Région	Visiteurs FEP 2019	Nb ELM 2019	Taux de transformation
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	583	133	23%
AUVERGNE-RHONE-ALPES	812	180	22%
NOUVELLE-AQUITAINE	841	171	20%
OCCITANIE	548	106	19%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	353	62	18%
BRETAGNE	481	84	17%
GRAND-EST	816	101	12%
PAYS-DE-LA-LOIRE	718	84	12%
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	629	71	11%
CORSE	58	6	10%
NORMANDIE	701	70	10%
HAUTS-DE-France	1 179	105	9%
ILE-DE-France	7 589	224	3%
FRANCE METROPOLITAINE	15 308	1 397	9%

Région	Taux de transformation : Dossiers suivis par les cabinets comptables et aboutis en 2019 vs visiteurs FEP 2019
AUVERGNE-RHONE-ALPES	25%
OCCITANIE	21%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	19%
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	18%
PAYS-DE-LA-LOIRE	18%
NOUVELLE-AQUITAINE	17%
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	17%
CORSE	16%
NORMANDIE	12%
BRETAGNE	9%
HAUTS-DE-France	8%
GRAND-EST	7%
ILE-DE-France	2%
FRANCE METROPOLITAINE	9%

Autre indicateur qui mérite un intérêt tout particulier à l'échelle des régions : la capacité des porteurs de projets à « transformer », c'est-à-dire à concrétiser suite à leur visite au salon Franchise Expo Paris, au travers d'une ouverture et/ou d'un État Local de Marché qui la précède.

L'adéquation entre le visitorat du salon Franchise Expo Paris et le nombre d'ELM et de dossiers suivis par les cabinets comptables à globalement progressé entre 2018 et 2019.

Ici encore, le critère de distance au salon semble jouer un rôle majeur. Les visiteurs motivés à parcourir une longue distance pour se rendre au salon sont inscrits dans une dynamique plus opérationnelle. Une part des visiteurs ayant moins de trajet semble être plus en amont dans leur projet entrepreneurial.

3.4 Dynamisme régional de la franchise en 2019

REGION	CLASSEMENT	Rang Moyen
PAYS-DE-LA-LOIRE	1	3,8
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	2	4,3
NORMANDIE	3	4,5
NOUVELLE-AQUITAINE	4	5,8
BRETAGNE	5	6,3
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	6	7,0
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	7	7,0
AUVERGNE-RHONE-ALPES	8	7,5
ÎLE-DE-FRANCE	9	7,5
CORSE	10	8,0
OCCITANIE	11	9,3
HAUTS-DE-FRANCE	12	9,3
GRAND-EST	13	11,0

Rapportée à la population résidente

Rang Sindup	Rang CC	Rang ELM	Rang FEP
2	2	6	5
12	1	2	2
3	4	8	3
7	6	1	9
1	12	4	8
4	7	7	10
6	8	3	11
8	5	5	12
9	11	9	1
11	3	12	6
5	9	10	13
10	10	13	4
13	13	11	7

En 2019 c'est Pays-de-la-Loire qui s'impose comme la région la plus dynamique en franchise, devant Centre-Val-de-Loire et Normandie, qui complètent le trio de tête. Dans le détail, la région Centre-Val-de-Loire arrive plus précisément en tête des régions ayant connu le plus d'ouvertures en franchises suivies par les cabinets comptables.

L'Ouest français confirme ainsi son statut de terre très favorable à la Franchise : depuis l'édition 2015 et la prise en compte du nouveau découpage régional à 13 « grandes » régions, on retrouve systématiquement Centre-Val-de-Loire et Pays-de-la-Loire dans le top 3 de ce baromètre.

Du côté du bas du classement, si Grand-Est, Hauts-de-France et Corse étaient déjà en bas du classement depuis plusieurs années, elles ont été rejoint par l'Occitanie.

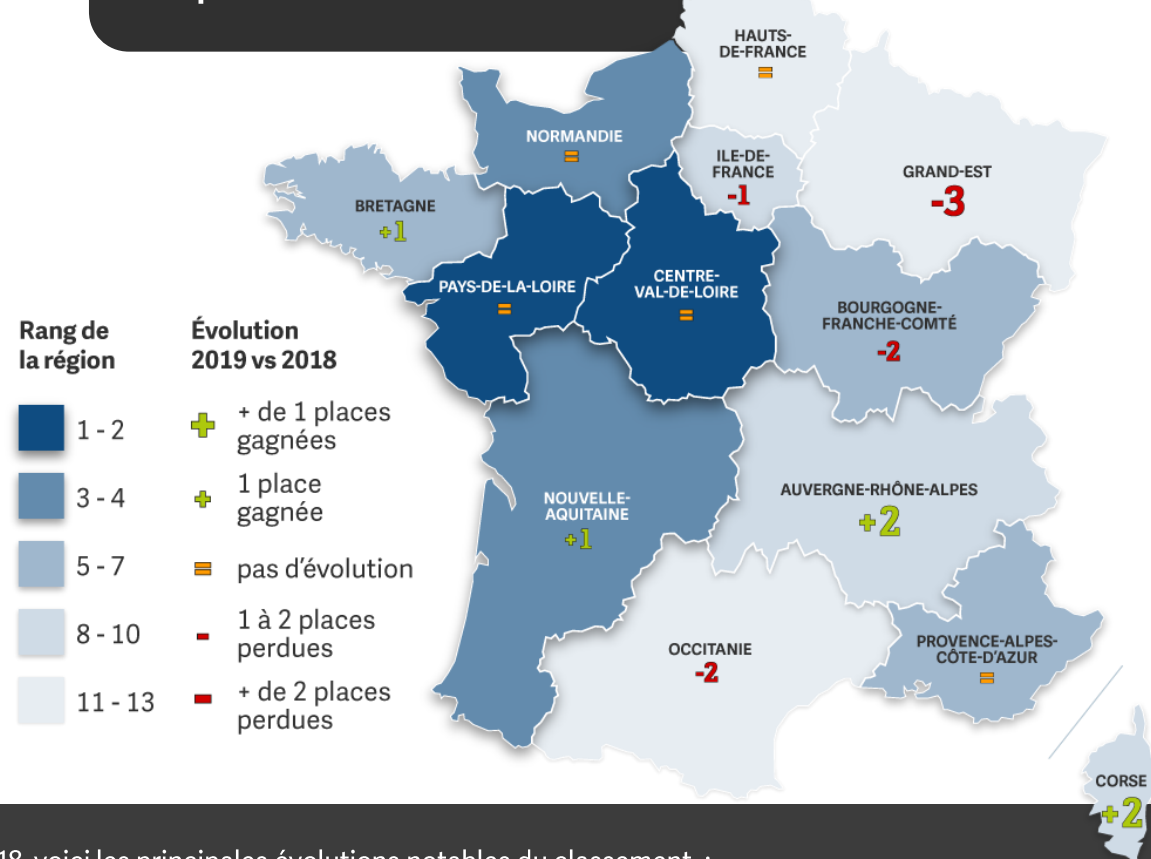
Bilan du dynamisme régional de la franchise

3.4 Dynamisme régional de la franchise en 2019 (suite)

Région	Classement 2019	Classement 2018	Évolution 2018-2019
PAYS-DE-LA-LOIRE	1	1	=
CENTRE-VAL-DE-LOIRE	2	2	=
NORMANDIE	3	3	=
NOUVELLE-AQUITAINE	4	5	+1
BRETAGNE	5	6	+1
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	6	4	-2
PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR	7	7	=
AUVERGNE-RHONE-ALPES	8	10	+2
ILE-DE-France	9	8	-1
CORSE	10	12	+2
OCCITANIE	11	9	-2
HAUTS-DE-France	12	12	=
GRAND-EST	13	10	-3

Rapportée à la population résidente

Classement baromètre 2019 Comparatif baromètre 2019 vs 2018



En comparant les résultats du baromètre 2019 avec ceux de 2018, voici les principales évolutions notables du classement :

- ▶ Trois régions voisines, Pays-de-la-Loire, Centre-Val-de-Loire, et Normandie qui se maintiennent toutes les trois sur le podium.
- ▶ Des variations moins marquées que les années précédentes, les tendances de 2018 se confirment.
- ▶ En net recul : Grand-Est et Occitanie.

4.

Bilan départemental du dynamisme de la franchise

4.1 Dynamisme départemental de la franchise en 2019

TOP 15 des départements

REGION	CLASSEMENT	Rang Moyen
Calvados	1	16
Vendée	2	19
Loire	3	21,8
Loir-et-Cher	4	23
Indre-et-Loire	5	23,8
Manche	6	24
Gironde	7	25,8
Maine-et-Loire	8	26
Oise	9	27,5
Alpes-Maritimes	10	28,3
Yonne	11	29
Paris	12	29
Eure-et-Loir	13	29,3
Loire-Atlantique	14	29,8
Vaucluse	15	30,5

Rapporté à la population résidente

Rang Sindup	Rang CC	Rang ELM	Rang FEP
6	23	17	18
1	6	20	49
2	5	15	65
42	1	19	30
45	16	23	11
9	17	30	40
21	30	26	26
34	20	29	21
48	32	21	9
8	33	13	59
31	9	52	24
10	67	38	1
76	2	27	12
52	19	28	20
14	24	14	70

Bilan départemental du dynamisme de la franchise

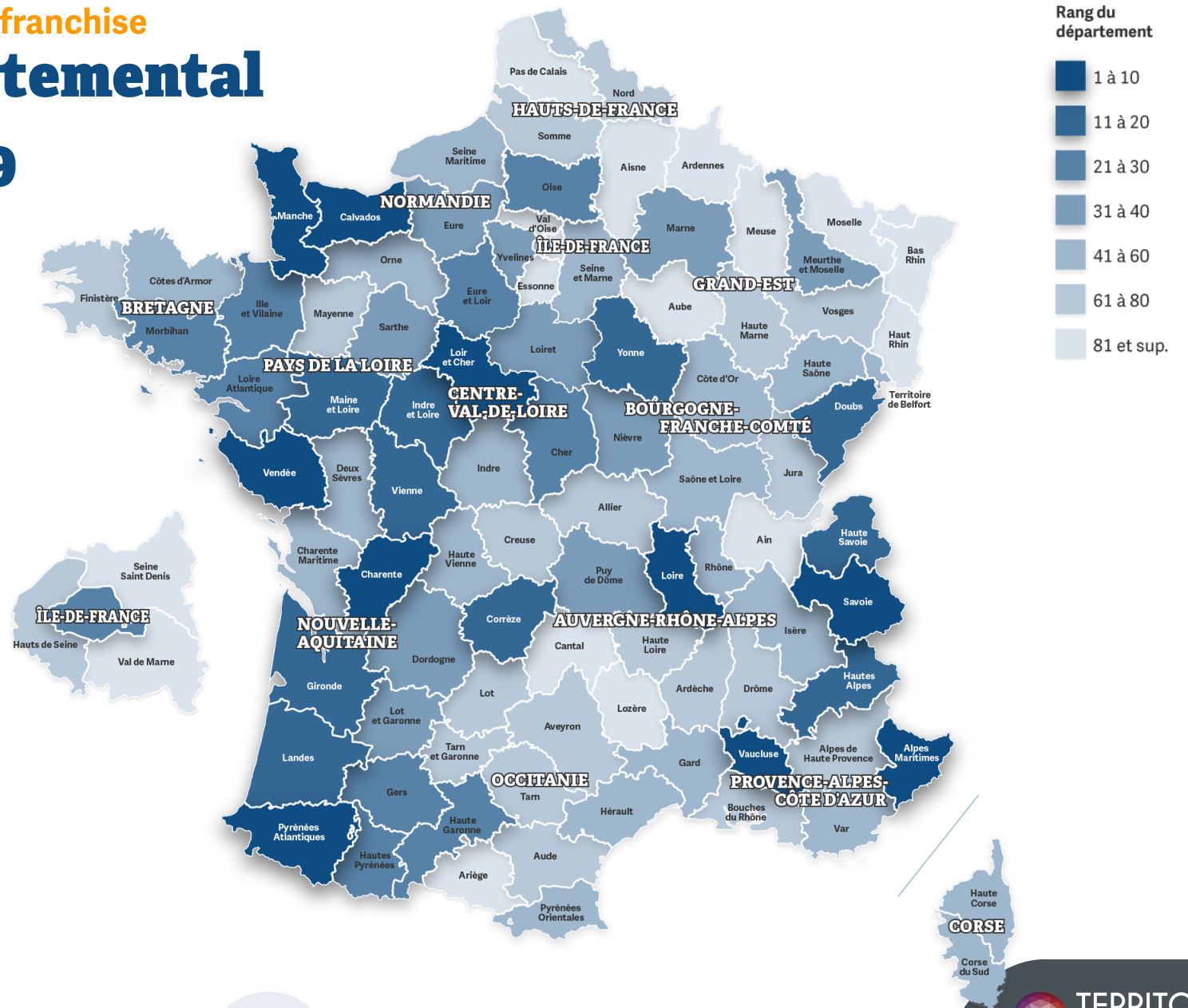
4.2 Dynamisme départemental de la franchise en 2019

Classement du baromètre 2019 au rang du département

Au-delà des régions les plus attractives pour les franchisés, l'analyse au département affine le résultat et identifie à une échelle supplémentaire les territoires attractifs pour la Franchise.

Grands Gagnants du Baromètre, Pays de Loire, Centre-Val-de-Loire et Normandie sont notamment portés par des départements comme le **Calvados**, la **Vendée** ou encore le **Loir-et-Cher**.

Ces territoires ont subi des mutations notables portés par des villes particulièrement dynamiques.



Annexe

Code NAF de référence (APET700)

pour la constitution de la base nationale de commerces et services de détail,
sur la base du fichier des entreprises SIRENE 2019

NAF	Libellé secteur
4511Z	Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers
4519Z	Commerce d'autres véhicules automobiles
4520A	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers
4520B	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles
4532Z	Commerce de détail d'équipements automobiles
4540Z	Commerce et réparation de motocycles
4711A	Commerce de détail de produits surgelés
4711B	Commerce d'alimentation générale
4711C	Supérettes
4711D	Supermarchés
4711E	Magasins multi-commerces
4711F	Hypermarchés
4719A	Grands magasins
4719B	Autres commerces de détail en magasin non spécialisé
4721Z	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé
4722Z	Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé
4723Z	Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé
4724Z	Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé
4725Z	Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé
4726Z	Commerce de détail de produits à base de tabac en magasin spécialisé
4729Z	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé
4730Z	Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé

Code NAF de référence (APET700)

pour la constitution de la base nationale de commerces et services de détail,
sur la base du fichier des entreprises SIRENE 2019

NAF	Libellé secteur
4741Z	Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé
4742Z	Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé
4743Z	Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé
4751Z	Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé
4752A	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²)
4752B	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² et plus)
4753Z	Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé
4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé
4759A	Commerce de détail de meubles
4759B	Commerce de détail d'autres équipements du foyer
4761Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé
4762Z	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
4763Z	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé
4764Z	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé
4765Z	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé
4771Z	Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé
4772A	Commerce de détail de la chaussure
4772B	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage
4773Z	Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé
4774Z	Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques en magasin spécialisé
4775Z	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé
4776Z	Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé

Code NAF de référence (APET700)

pour la constitution de la base nationale de commerces et services de détail,
sur la base du fichier des entreprises SIRENE 2019

NAF	Libellé secteur
4777Z	Commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé
4778A	Commerces de détail d'optique
4778B	Commerces de détail de charbons et combustibles
4778C	Autres commerces de détail spécialisés divers
4779Z	Commerce de détail de biens d'occasion en magasin
4781Z	Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés
4782Z	Commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés
4789Z	Autres commerces de détail sur éventaires et marchés
5510Z	Hôtels et hébergement similaire
5610A	Restauration traditionnelle
5610B	Cafétérias et autres libres-services
5610C	Restauration de type rapide
5630Z	Débits de boissons
5914Z	Projection de films cinématographiques
7820Z	Activités des agences de travail temporaire
7911Z	Activités des agences de voyage
7912Z	Activités des voyagistes
8219Z	Photocopie, préparation de documents et autres activités spécialisées de soutien de bureau
9601B	Blanchisserie-teinturerie de détail
9602A	Coiffure
9602B	Soins de beauté
9604Z	Entretien corporel

TERRITOIRES & MARKETING

Institut d'études de marché et de géomarketing

🏠 1, quai Gabriel Péri - bât. H
94340 Joinville-le-Pont

🌐 www.territoires-marketing.fr
www.easyretail.fr

✉ contact@territoires-marketing.fr

☎ 01 46 71 12 89



Filiale de **Ciril GROUP**