

# BIENVENUE



à la  
**Fédération  
française  
de la  
franchise**



fédération française de la franchise

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.**

Elle représente le modèle de la franchise, un modèle d'entrepreneuriat fondé sur le transfert du savoir-faire et le partage de valeur entre entrepreneurs indépendants que sont les franchiseurs et les franchisés. Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise, mais également de fédérer son écosystème et de créer les outils et l'environnement propice au développement et à la performance des réseaux de franchise.

La Fédération française de la franchise a créé en 1981 le salon **Franchise Expo Paris** (organisé par Reed Expositions), devenu depuis un rendez-vous annuel international majeur de la franchise.

La FFF rassemble plus de **180 adhérents** représentant près de 45% des franchisés.

“ Ensemble, accélérons la réussite des entrepreneurs de la franchise ! ”

## QUELLES SONT LES ACTIONS DE LA FFF ?

REPRÉSENTER LA FRANCHISE

## LA FRANCHISE : LES CHIFFRES-CLÉS\*



**2 049 réseaux**



plus de  
**78 218 franchisés**



**67,8 milliards d'€**  
de chiffre d'affaires



**757 852 emplois**  
(directs et indirects)



**1<sup>er</sup> pays d'Europe**  
pour le nombre de réseaux  
en franchise



environ  
**100 secteurs**  
d'activité

La FFF est en liaison permanente avec ses adhérents. Elle réunit et informe ses réseaux membres et diffuse les bonnes pratiques qui permettent de faire **évoluer la franchise** dans divers secteurs stratégiques : communication, multimédia, marketing, juridique, financier, économique, management.

**Son objectif : assurer la pérennité des réseaux.**



## ■ LES RÉUNIONS RÉGIONALES ET D'ÉCHANGES D'EXPÉRIENCES

Elles abordent des sujets concrets pour permettre aux adhérents de la FFF de se retrouver et de bénéficier d'expériences diverses et pratiques. Elles sont organisées en région (Ouest, Nord Est-Ile de France, Rhône-Alpes-PACA).

## ■ LE COMITÉ DE DIALOGUE FRANCHISEURS-FRANCHISÉS

Instance active et innovante, le Comité de dialogue franchiseurs-franchisés a pour but de réfléchir à la relation franchiseur-franchisés en prenant en compte l'intérêt supérieur du réseau, pour mener une réflexion sur l'évolution de la franchise.



## ■ LES GROUPES ET COMMISSIONS DE TRAVAIL

**Elles réunissent des franchiseurs et des franchisés des réseaux membres de la FFF pour s'informer et échanger :**

- Commission déontologie
- Commission juridique
- Collège des Experts
- Comité scientifique de la franchise
- Comité Salon
- Groupes de travail : communication, internet, réseaux sociaux, développement durable, commission-affiliation.

## LE CODE DE DÉONTOLOGIE

### CADRE DE RÉFÉRENCE

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<sup>er</sup> janvier 1991. Ses annexes, spécifiques à la France, sont régulièrement remises à jour et apportent ainsi les précisions jugées nécessaires en France.

**Cadre de référence pour les différents acteurs de la franchise, il recherche l'équilibre des droits et des obligations entre les parties, dans l'intérêt supérieur du réseau, et permet ainsi un développement harmonieux des réseaux.**

**A cet égard, la FFF a le souci de faire respecter cette déontologie, mais également de la faire évoluer.**



## INFORMER SUR LE SECTEUR

Pour mieux faire connaître ses actions et le modèle de la franchise, la FFF s'appuie sur différents supports d'information et de communication, notamment avec :

### • DES CONFÉRENCES

La FFF participe à de nombreuses conférences sur les fondamentaux du modèle, qui contribuent à mieux faire connaître la franchise, ses avantages et ses exigences.

### • UN MAGAZINE ET UN ANNUAIRE

La FFF édite un magazine bi-mensuel, **rezo**, qui aborde ses activités et ses adhérents, la franchise mais aussi le commerce en général. Autre outil d'information, **Toute la franchise**, l'annuaire de la FFF, recense les adhérents, les textes utiles ainsi qu'une partie des enseignes non adhérentes.



### • LE SITE INTERNET INSTITUTIONNEL

[www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com) repertorie plus de 200 pages consacrées à la franchise et de nombreux documents à télécharger, comme les textes qui règlementent la pratique de la franchise en France. On y trouve également des informations sur les fondamentaux de la franchise, sur les enseignes adhérentes et les experts du Collège, ainsi que l'agenda des manifestations, les formations, et les dernières publications sur les réseaux sociaux.

Ce dispositif d'information en ligne est complété par un partenariat avec [www.observatoiredefracnchise.fr](http://www.observatoiredefracnchise.fr) pour le recrutement des franchisés.

### • UN SALON DE RÉFÉRENCE



Créé à l'initiative de la FFF et organisé sous son contrôle par la société

Reed Expositions France, **Franchise Expo Paris est le salon international de la franchise**. Il est organisé chaque année en mars. Première manifestation mondiale dans ce domaine, ce salon accueille chaque année plus de 35 000 visiteurs et 580 exposants, permettant prises de contacts, informations, conférences et opportunités d'investissements.  
[www.franchiseparis.com](http://www.franchiseparis.com)

# PROMOUVOIR LA FRANCHISE

## INFORMER EN RÉGION

L'une des particularités de la franchise, c'est de **permettre aux entrepreneurs de toutes les régions de France de pouvoir s'installer à leur compte**. La FFF participe à de très nombreux salons et forums de la création d'entreprise, pour informer sur les avantages et exigences du modèle.

### ENTREPRENDRE EN FRANCHISE, POURQUOI PAS VOUS ?



### • UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE ET RÉGIONALE

Depuis 2010, chaque année en octobre, la FFF organise une grande opération de communication à destination du grand public, ayant pour objectif de susciter des vocations d'entrepreneurs en franchise !

"Entreprendre en franchise, pourquoi pas vous ?" propose dans toute la France, des rencontres entre franchisés et candidats à la création d'entreprise sur le principe de conférences (en partenariat avec les CCI et les mairies) et des portes ouvertes chez des ambassadeurs franchisés.

[www.entreprendre-franchise.com](http://www.entreprendre-franchise.com)

## PROMOUVOIR LA FRANCHISE FRANÇAISE À L'INTERNATIONAL

**Ambassadrice de la franchise en France et dans le monde**, la FFF 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 international.

C'est dans le cadre du World Franchise Council et de la Fédération européenne - dont la FFF est membre fondateur - qu'elle

assure la promotion de la franchise française et de sa déontologie ainsi que de ses adhérents.

Parce que la FFF est en relation permanente avec les instances économiques internationales, avec les pouvoirs publics français à l'étranger et avec les fédérations étrangères, **elle favorise le développement des enseignes françaises à l'étranger** et exporte le savoir-faire français.



## INFORMER DANS LES ÉCOLES ET UNIVERSITÉS

La FFF est en contact permanent avec les grandes universités françaises et les écoles de commerce pour lesquelles elle assure une activité d'enseignement.



## L'ACADÉMIE DE LA FRANCHISE



La FFF, dans ses missions de professionnalisation, a créé un organisme de formation spécialisé sur les métiers de la franchise : l'Académie de la franchise. Elle propose une offre complète de stages sur les sujets essentiels du développement et du management de réseau, animés par des professionnels et experts.



Le stage « Devenir franchisé » pour les futurs franchisés et le stage « Créer et développer son réseau de franchise » pour les futurs franchiseurs, permettent à ce public de mieux connaître et maîtriser les fondamentaux de la franchise. D'autres formations visent un public de développeurs, animateurs, managers, juristes...et certaines sont validées par un certificat professionnel (CP FFP).

L'Académie de la franchise, certifiée par l'OPQF (Office Professionnel de Qualification des Organismes de Formation) depuis 2012. Le site internet : [www.formation-franchise.com](http://www.formation-franchise.com)

## SENSIBILISER LES POUVOIRS PUBLICS ET DÉFENDRE LA FRANCHISE

La FFF assure l'information permanente des pouvoirs publics nationaux ainsi que des institutions européennes sur l'évolution de la franchise et ses spécificités, afin qu'elle soit prise en compte.

Un travail constant en collaboration avec la Commission économique à Bruxelles, qui a notamment pris en compte les réflexions de la FFF pour donner naissance au premier Règlement d'exemption par catégorie de la franchise (entré en vigueur le 1<sup>er</sup> février 1989), et intégrer les spécificités de la franchise dans les règlements sur les restrictions verticales (2000 et 2010).

## FAIRE ÉVOLUER LA FRANCHISE AVEC LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Créé en 1996 afin d'apporter aux adhérents de la FFF les outils pouvant contribuer à l'amélioration de leurs performances, le comité scientifique a pour but de proposer et d'encadrer des travaux de recherche sur les divers aspects et les diverses composantes de la franchise. Les objectifs :

- faciliter une meilleure compréhension de la franchise,
- améliorer la technique de la franchise, la professionnaliser et la pérenniser,
- apporter une dimension prospective pour les 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, la multi-franchise, la franchise et la consommation collaborative, ou encore l'adaptation versus uniformité du savoir-faire.



## 2 CATÉGORIES D'ADHÉRENTS

### ■ LES RÉSEAUX

Les enseignes adhérentes (plus de 180 réseaux) s'engagent à respecter le Code de déontologie européen de la franchise.

Elle sont issues des principaux secteurs d'activité de l'économie, à savoir : Équipement de la maison, Équipement de la personne, Alimentaire, Automobile, Bâtiment Nettoyage, Coiffure et Esthétique, Services aux personnes, Services aux entreprises, Formation, Hôtels, Restauration rapide, Restauration à thème Immobilier, Voyages.



### ■ LES 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 constitué un Collège d'adhérents experts en franchise.

Parrainés par des réseaux adhérents de la FFF, ils constituent une référence en matière de franchise et un gage de qualité.



## LA GOUVERNANCE

### ■ 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 19 administrateurs franchiseurs et franchisés, tous professionnels de la franchise, élus en Assemblée générale par les adhérents de la Fédération.

### ■ LA DÉLÉGATION GÉNÉRALE

Elle assure la direction et la coordination de la FFF, ainsi que le suivi des orientations décidées par le Conseil d'administration en organisant les actions au quotidien. Elle regroupe 10 personnes.

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

## LE JURIDIQUE

### ■ LA MÉDIATION FRANCHISEUR-FRANCHISÉ



Afin d'ouvrir une nouvelle voie de résolution des conflits au sein des réseaux de franchise, la FFF a créé la Chambre de médiation de la franchise, complémentaire des deux voies déjà existantes : la justice d'État et la justice arbitrale. Tous les membres du réseau de franchise (franchiseur ou franchisé) peuvent saisir la Chambre de médiation.

### ■ LA MÉDIATION FRANCHISE-CONSOMMATEURS



La FFF a mis en place en janvier 2011 une Commission de Médiation Franchise-Consommateurs (MFC) qui a pour mission, en cas de différend entre un consommateur d'une part, et un franchisé ou un franchiseur d'autre part, d'aider les parties à trouver une solution amiable à leur différend.

### ■ L'ARBITRAGE

En collaboration avec la Chambre Arbitrale Internationale de Paris, cette démarche permet aux franchiseurs et aux franchisés de régler en amiable compositeur, rapidement et discrètement – grâce à la compétence d'arbitres spécialisés – les litiges pouvant intervenir dans leurs relations.

### Fédération française de la franchise

29 boulevard de Courcelles  
75008 Paris

Pour toutes informations  
sur nos formations, nos publications, nos actions :

**info@franchise-fff.com**

**Tél. : + 33 (0)1 53 75 22 25**

Pour une information permanente sur la franchise :  
**www.franchise-fff.com**

Pour une information sur nos formations franchise :  
**www.formation-franchise.com**

### Et aussi...

[www.blog-franchise-fff.com](http://www.blog-franchise-fff.com)

[www.twitter.com/franchise\\_fff](https://www.twitter.com/franchise_fff)

[www.facebook.com/FederationFFF](https://www.facebook.com/FederationFFF)

[www.linkedin.com/company/federation-francaise-de-la-franchise](https://www.linkedin.com/company/federation-francaise-de-la-franchise)

