



DU 13 AU 16 MARS 2009
P A R I S E X P O
P O R T E D E V E R S A I L L E S
H A L L 7 . 2

D O S S I E R D E P R E S S E

Franchise Expo Paris 2009

Sommaire

5 questions à Guy Gras, Président de la Fédération Française de la Franchise	P. 3
Etude CSA-Franchise Expo « Qui est prêt à entreprendre en 2009 ? »	P. 5
L'exception de la franchise dans le paysage économique français	P. 8
Le rendez-vous de la création d'entreprise... en réseau !	P. 12
Un solide panorama de marques de renommée internationale, un vivier de concepts innovants français et étrangers	P. 13
Une véritable plate-forme de rencontres entre investisseurs et enseignes, des outils dédiés pour faciliter leur collaboration	P. 15
Accompagner chaque visiteur dans son projet de création d'entreprise ou de développement	P. 16
Le Brésil, pays invité d'honneur de l'édition 2009	P. 17
Fiche de présentation de la 28 ^e édition	P. 20

Contacts médias : Agence Hopscotch

Presse écrite :

Ken Saint-Eloy

Tel : 01 58 65 00 79

ksainteloy@hopscotch.fr

Marion Paisant

Tel : 01 58 65 00 45

mpaisant@hopscotch.fr

TV-Radios :

Gildas Picchi

Tel : 01 58 65 00 24

gpicchi@hopscotch.fr

Franchise Expo Paris 2009

5 questions à Guy Gras, Président de la Fédération Française de la Franchise

A l'aune du contexte économique actuel, comment abordez-vous 2009 ?

« Avec confiance et vigilance.

Confiance d'abord, car je crois que dans un contexte économique difficile, la franchise contient dans son ADN tous les éléments de nature à rassurer un jeune entrepreneur qui veut se lancer ou un banquier qui peut hésiter à prêter.

Fondée sur le transfert d'un solide savoir-faire donnant un véritable avantage concurrentiel au franchisé, ce qui apparaissait comme un principe vertueux en période de croissance devient un élément fondamental en période de crise.

De plus, avec la crise financière, je ne serais pas surpris de voir des réseaux de succursalistes ou des réseaux mixtes, réorienter leur développement en franchise.

"Vigilance", car la crise économique va avoir un impact certain sur notre commerce et nous toucher directement. Aucun commerçant ne pourra ignorer cette crise : nous n'allons plus travailler demain comme nous travaillons aujourd'hui.

En tant que franchiseurs, nous avons même en période de crise un devoir renforcé de vigilance et d'adaptation de notre savoir-faire vis-à-vis de notre réseau. Il va falloir adapter nos méthodes, notre communication, nos modèles pour être plus souple, plus rapide, plus mobile, en un mot être encore meilleur. »

Comment se porte la franchise française en ce début d'année ?

« Le bilan 2008 est bon. Nous ne sommes pas dans un développement anarchique et exponentiel des réseaux de franchise, ce qui me rassure !

Avec 1234 réseaux de franchise et 49094 franchisés en 2008, nous enregistrons une croissance de 8 % du nombre de nos réseaux et de 7 % de nos franchisés. Après 3 années de croissance à 10% c'est encore un très bon résultat.

En 2008, les secteurs qui ont le plus progressé en nombre de créations sont l'équipement de la personne et de la maison ainsi que la restauration rapide, révélant là une tendance générale de la consommation.

Ce développement se traduit par des résultats très concrets pour notre économie :

120 milliards d'euros de chiffre d'affaires réalisé dans nos réseaux (47,6 milliards pour les franchisées auxquels on se doit d'ajouter les 75 milliards d'euros réalisés par les succursales de ces mêmes réseaux) employant ainsi 660.000 salariés.

Nous sommes là tout de même sur des données économiques significatives. »

Diriez-vous que la franchise est un modèle économique qui permette de démocratiser la création d'entreprise ?

« La franchise est fondée sur le concept même de transfert : le transfert d'un savoir-faire destiné à être dupliqué, mais aussi le transfert d'une marque destinée à être utilisée, fourniture permanente d'une assistance au franchisé tout au long de son contrat. A cela, il faut ajouter les semaines et parfois les mois de formation dispensés par le franchiseur au futur franchisé avant le démarrage de son activité.

Cette formation du futur franchisé est essentielle. Elle va permettre au futur entrepreneur de découvrir la franchise et parfois même un nouveau secteur professionnel. L'étape clé de la formation peut permettre par exemple à un ex-manager de centre de restauration rapide

de se lancer au sein d'un réseau d'instituts de beauté. Il faut savoir ainsi que 74 % des franchisés sont d'anciens salariés du privé confirmant la franchise comme étant un véritable outil de reconversion professionnelle.

Dans ce cas, l'avantage de la franchise, c'est précisément de permettre à des candidats à la création d'entreprise de se lancer dans le domaine où ils pourront s'épanouir et exprimer pleinement leurs compétences même si leur parcours professionnel ne les a pas destinés a priori au secteur choisi.

Pour toutes ces raisons, on peut résolument affirmer que la franchise permet de démocratiser la création d'entreprise. Elle offre à tout candidat retenu, la formation indispensable à la réussite de son projet et facilite sa création par la diminution du risque commercial, un solide atout à l'aune du contexte actuel.

Enfin, le franchiseur ne doit pas se substituer à son candidat franchisé lors de sa création d'entreprise. Il doit l'accompagner et l'aider dans sa réflexion, mais la décision de créer son entreprise appartient au futur franchisé et à lui seul. »

Le modèle de la franchise vous semble-t-il plus sécurisant pour un candidat à la création d'entreprise ?

« Un candidat à la création d'entreprise vient chercher dans un réseau de franchise, sa force et son impact commercial sur un marché.

C'est avant tout quelqu'un de pragmatique, un entrepreneur qui pense, à juste titre, qu'il pourra faire mieux s'il bénéficie de l'expérience d'un professionnel dont le savoir-faire et la réussite commerciale sont éprouvés.

Il ressort d'ailleurs de nos enquêtes qu'en 2008, comme en 2007, le premier critère de décision à la création d'une franchise était la réputation et la notoriété de l'enseigne, le second étant la volonté de bénéficier d'un suivi et d'une assistance tout au long du contrat. »

Si vous deviez donner un conseil aux candidats à la création d'entreprise, quel serait-il ?

« Venez à la 28^e édition du Salon Franchise Expo Paris vous informer auprès de quelque 400 exposants de plus de 70 secteurs d'activité. Rencontrez et échangez avec des professionnels qui, comme vous, ont eu la même envie de création et se sont lancés. Comparez les enseignes qui vous inspirent, prenez le temps de la réflexion, et choisissez un concept dans lequel vous vous sentez bien ! »

Franchise Expo Paris 2009

Etude CSA-Franchise Expo « Qui est prêt à entreprendre en 2009 ? »

Quelques mois après les débuts d'une crise financière mondiale qui a vu vaciller les plus grandes puissances économiques et leurs institutions financières, la crise économique devient peu à peu une réalité qui mobilise le gouvernement et alerte l'opinion publique. Alors que les premiers indicateurs que sont les chiffres du chômage virent au rouge, les entreprises révisent leurs objectifs de croissance et nombre de salariés craignent une nouvelle dégradation de leur climat de travail et une stagnation durable de leur rémunération.

Quelle attitude adopter dans un contexte aussi incertain ? Rester salarié au risque de voir son parcours professionnel freiné par une entreprise trop prudente ou anticiper sur la sortie de crise et se lancer dans la création d'entreprise ? Franchise Expo Paris et la Fédération Française de la Franchise ont souhaité savoir comment les Français appréhendent cette situation de début d'année 2009 et comment ils envisagent leur avenir professionnel.

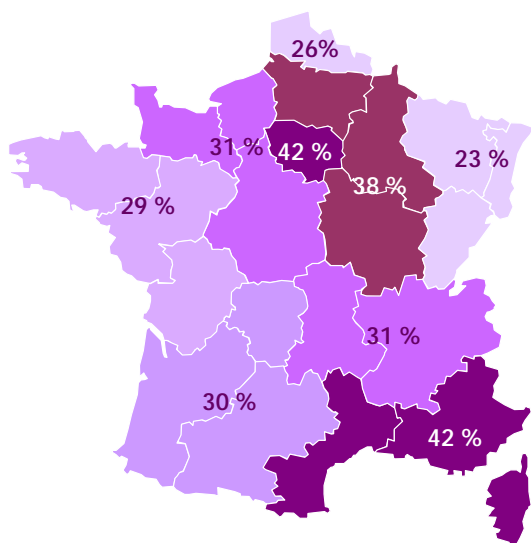
Etude exclusive CSA-Franchise Expo*1

Dans un contexte économique qu'ils jugent peu favorable à l'emploi à 73%, **un tiers des Français déclarent pourtant qu'ils auraient envie de se mettre à leur compte et de devenir leur propre patron.** Pour 17%, c'est une intention forte.

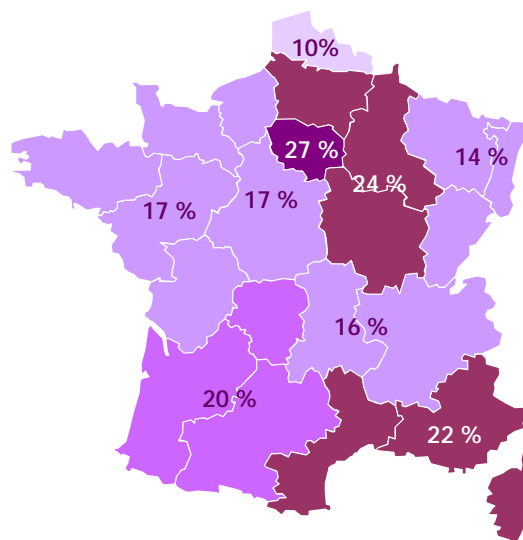
De surcroît, 19% des personnes interrogées envisagent en particulier de franchir le pas dans les prochaines années.

Quant aux travailleurs non salariés, ils sont également prêts à créer une nouvelle structure dans 40% des cas et plutôt à court terme : pour 52% d'entre eux, ils le feraient dans l'année ou les deux ans à venir.

Qui a envie de monter son entreprise en France ?



Qui envisage de le faire ?



Les Français les plus enclins à se lancer dans la création d'entreprise sont les hommes, les jeunes et les célibataires, les Français ayant au moins un Bac + 2 et les Franciliens.

On note également que les personnes interrogées ayant le patrimoine financier le plus faible sont sur représentées à l'instar des cadres et des plus optimistes quant à l'avenir de l'emploi en France. Enfin, 9% des fonctionnaires pourraient envisager de créer leur entreprise...

Les Français freinés par la crise économique

Invités à préciser les raisons pour lesquelles ils ne souhaitent pas se lancer, **les 20 à 65 ans évoquent essentiellement des raisons liées à la crise économique (59%) et ses corollaires** à savoir la difficulté à trouver des financements et l'incertitude sur l'avenir (66%) et enfin la peur de prendre des risques financiers (55%). Des raisons qui constituent également les principaux freins chez ceux qui souhaiteraient malgré tout créer leur entreprise.

La dimension financière n'est pas le principal moteur du candidat à la création d'entreprise

Quand on les interroge sur leurs motivations à se mettre à leur compte, seuls 47% des Français envisageant de s'installer estiment que bénéficier de revenus plus importants explique vraiment le fait de passer à l'acte. En revanche, **81% d'entre eux citent comme première motivation la possibilité d'exprimer pleinement leurs compétences, et 76% la possibilité de s'épanouir professionnellement.**

En outre, 70% évoquent le fait de pouvoir choisir son secteur d'activité.

Se lancer seul avec un investissement minimum

Dans la moitié des cas, les Français envisageant de créer leur entreprise, souhaitent le faire seuls alors que les travailleurs non salariés privilégient plutôt une création avec une autre personne (62%).

En outre, si ces candidats à la création d'entreprise ont le sentiment de connaître les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (44%), ils ont en revanche des difficultés à estimer l'apport financier nécessaire pour se lancer : *dans un peu moins d'un quart des cas, ils donnent un montant moyen de 57 000 euros.*

Changer de vie, changer de secteur !

76% des personnes envisageant de monter leur entreprise le feraient dans un secteur différent de celui dans lequel ils travaillent actuellement alors que 55% des travailleurs non salariés le feraient dans le même secteur.

Le secteur d'activité jugé le plus attractif est le secteur des services aux personnes pour 22% des candidats à la création d'entreprise. Si cette réponse va dans le sens du développement global de ce marché, il est surprenant d'observer que **le secteur BTP / Immobilier est le deuxième cité malgré la crise qui l'affecte actuellement.** Ces secteurs sont également les plus fréquemment cités par les travailleurs non salariés.

Les autres domaines les plus porteurs selon le grand public sont les services aux entreprises, la restauration, et le commerce de détail.

Par ailleurs, on notera également que l'émergence des problématiques de développement durable et du secteur des énergies renouvelables ne génère pas encore de fortes intentions de création d'entreprise.

Les principales raisons de choix de l'activité sont la connaissance de celle-ci, les affinités avec le secteur et le potentiel de développement.

La franchise, une option sécurisante pour se lancer

Interrogées sur la création d'entreprise, **les Français répondent ici dans 19% des cas qu'ils pourraient franchir le pas dans les prochaines années. Ce taux passe directement à 25% s'ils sont accompagnés** dans leur création par une enseigne — ce qui est, bien sûr, le cas de la franchise.

Un chiffre corrélé par l'enquête menée auprès du grand public sur la franchise en juillet 2008*2. 23% du grand public s'y déclarait déjà prêt à s'installer dans le cadre de la franchise et 54% estimaient que la franchise était une bonne solution pour se mettre à son compte. En outre, 27% des personnes interrogées citaient la limitation du risque comme un avantage de la création d'entreprise en franchise.

En outre, **les principaux facteurs ayant incité les franchisés interrogés dans le cadre de cette même enquête à monter leur entreprise au sein d'une franchise étaient la sécurité ainsi que le bénéfice d'image auprès des consommateurs.** Ils déclaraient également avoir le sentiment qu'exercer leur activité au sein d'un réseau leur permettait d'obtenir des revenus plus élevés qu'un salarié ou qu'un commerçant isolé.

Par ailleurs, 74% des franchisés interrogés dans le cadre de l'enquête de juillet étaient d'anciens salariés. Un tiers est passé d'une activité liée au commerce à une activité liée au service et vice versa. **La franchise offre donc une vraie perspective de reconversion professionnelle ainsi que la possibilité de changer de secteur d'activité.**

En bref...

S'il est certain que le contexte économique actuel freine bon nombre d'actifs dans leur envie de monter une entreprise, l'intention d'entreprendre domine chez 19% des 20-65 ans. Chez ces derniers, la motivation financière est loin de dominer. Ce qui leur importe : se lancer dans un secteur qui leur plaît, pouvoir s'investir pleinement dans leur vie professionnelle, s'épanouir : opportunités que la vie salariée semble leur refuser...

*1 Sondage CSA-Franchise Expo exclusif réalisé par téléphone les 7 et 14 janvier 2009 au domicile des personnes interrogées. Echantillon national représentatif de 1505 personnes âgées de 20 ans à 65 ans, constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage), après stratification par région et catégorie d'agglomération. Enquête disponible dans son intégralité sur demande.

*2 Sondage CSA exclusif réalisé auprès de 403 entreprises franchisées par téléphone du 7 au 11 juillet 2008 ; 154 franchiseurs en face à face du 30 juin au 12 août 2008, 1006 personnes âgées de 18 ans et plus (échantillon représentatif de la population française)

Franchise Expo Paris 2009

L'exception de la franchise dans le paysage économique français

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 depuis 1971

Leader européen, la franchise française a vu son nombre de réseaux doubler ces dix dernières années et connaît une progression régulière de 8 à 10% depuis 4 ans.

L'accompagnement et la formation ainsi que l'appui du réseau sont autant de fondamentaux du secteur qui permettent de soutenir l'activité des franchisés malgré un contexte économique difficile.

Plus encore, la possibilité de se lancer dans la création d'entreprise dans des secteurs variés et porteurs, en s'adossant à des concepts novateurs, a peu à peu permis à la franchise de s'imposer comme un véritable vecteur de démocratisation de l'entrepreneuriat.

Année	1971	1977	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Réseaux	34	108	550	430	400	450	470	485	517	530	553	571*
Franchises**		7500	27000	21300	25900	25700	25750	27357	28851	29673	30630	31781* / 31727
CA (en Mds) ***				26,6	25,9	28,31	26,22	26,53	28,51	29,88	31,1	32,62* / NC

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Réseaux	653	719	765 / + 6,4 %	835 / + 9,1 %	929 / + 11,25 %	1037 / + 11,6 %	1141 / + 10 %	1234 / + 8,1 %
Franchises**	32240	33268	34745 / + 4,4 %	36773 / + 5,8 %	39510 / + 7,4 %	43680 / + 10,5 %	45996 / + 5,3 %	49094 / + 6,7 %
CA (en Mds) ***	30,49	33,71	34,12	41,76	Env 43	Env 45	NC	NC

* En italique : chiffres ACFCI

De 1971 à 2000, chiffres ACFCI / Depuis 2000, chiffres FFF.

** Attention : ces chiffres se rapportent au nombre de magasins en franchise, et non au nombre de franchisés

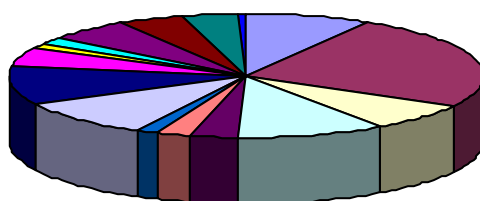
*** Estimation en Mds d'euros. L'estimation 2008 sera communiquée dans le cadre de l'étude d'impact de la franchise en France à une date ultérieure

La franchise, une stratégie qui continue de progresser

A ses débuts, la franchise s'est essentiellement développée dans le secteur de l'équipement de la personne et de la maison, de l'hôtellerie, de l'alimentaire et de la coiffure, secteurs qui occupent encore aujourd'hui une part importante dans le poids économique de la franchise. Ces réseaux matures restent dynamiques, comme en attestent l'équipement de la personne, l'alimentaire, la restauration rapide, qui a particulièrement le vent en poupe. Cependant, depuis 2001, la forte poussée des services aux personnes et aux entreprises, ainsi que de l'immobilier redistribue la donne. Ainsi, le secteur des services aux personnes est passé de 2.6% en 2001 à 9.8% en 2008. Avec cependant, de 2007 à 2008, un tassement notable du nombre de réseaux et une diminution du nombre de franchisés : le secteur est encore fragile, et quelques réseaux ne dépassent pas la première année de développement.

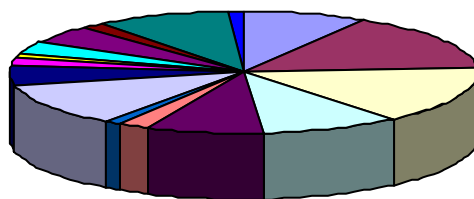
Secteur	Nombre de réseaux 2008	Nombre de réseaux 2007	Nombre de franchisés 2008	Nombre de franchisés 2007
Equipement de la personne	298	257	7709	6507
Equipement de la maison	117	99	4218	3687
Alimentaire	94	92	7448	6900
Divers	121	121	4151	4586
Automobile	42	38	4100	3941
Bâtiment	26	23	1042	631
Nettoyage	18	10	486	322
Coiffure et esthétique	118	111	5882	5545
Autres services aux personnes	121	119	2601	3102
Services aux entreprises	59	72	1015	1179
Formation	19	16	291	193
Hôtels	24	24	1726	1678
Restauration rapide	69	50	2581	2180
Restau à thème	52	57	784	815
Immobilier	50	46	4492	4276
Voyage	6	6	568	454
Total	1234	1141	49094	45996

Le poids des secteurs pour les réseaux 2008



Equipement de la maison - 8,6%	Equipement de la personne - 24,1%
Alimentaire - 7,6%	Commerces divers - 9,8%
Services automobiles - 3,4%	Bâtiment - 2,1%
Nettoyage - 1,5%	Coiffure et esthétique - 9,7%
Autres services aux personnes - 9,8%	Services aux entreprises - 4,8%
Formation - 1,5%	Hôtels - 1,9%
Restauration rapide - 5,6%	Restauration classique - 4,2%
Immobilier - 4%	Voyages - 0,5%

Le poids des secteurs pour les franchisés en 2008



■ Equipement de la maison - 8,6%	■ Equipement de la personne - 15,7%
■ Alimentaire - 15,2%	■ Commerces divers - 9,8%
■ Services automobiles - 8,3%	■ Bâtiment - 2,1%
■ Nettoyage - 1%	■ Coiffure et esthétique - 12%
■ Autres services aux personnes - 5,3%	■ Services aux entreprises - 2,1%
■ Formation - 0,6%	■ Hôtels - 3,5%
■ Restauration rapide - 5,2%	■ Restauration classique - 1,6%
■ Immobilier - 9,2%	■ Voyages - 1,2%

Des réseaux qui poursuivent leur développement à l'export

Secteur	Nombre réseaux 2008	Réseaux exports 2008	En % par secteur	Réseaux étrangers 2008	En % par secteur
Equipement personne	298	119	46,5	42	14,1
Equipement maison	117	33	31,1	11	9,4
Alimentaire	94	20	23	7	7,4
Divers	121	21	20,2	17	14
Automobile	42	3	8,1	5	11,9
Bâtiment	26	4	16,6	2	7,7
Nettoyage	18	4	22,2	4	22,2
Coiffure et esthétique	118	37	32,7	5	4,23
Autres services aux pers.	121	2	1,7	5	4,13
Services aux entreprises	59	3	5,4	4	6,77
Formation	19	1	6,25	3	15,8
Hôtels	24	9	42,8	3	12,5
Restau rapide	69	13	21,6	9	13
Restau à thème	52	7	14,2	3	5,7
Immobilier	50	2	4,5	6	12
Voyage	6	0	0	1	16,6
Total	1234	278	25,11	127	10,3

NB : 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)

Les réseaux français sont un quart à exporter : en 2008, 278 réseaux ont au moins une implantation en franchise à l'étranger (pour un total approchant les 11000 points de vente à l'étranger en franchise, soit 1000 de plus qu'en 2007).

Les secteurs forts à l'export : l'équipement de la personne, l'équipement de la maison, la coiffure/esthétique, le nettoyage. Si l'alimentaire et la restauration rapide restent proches de la moyenne globale, la restauration à thème et les services nouveaux aux personnes et aux entreprises ne percent pas encore : ce sont pour la plupart de jeunes réseaux qui se développent sur des secteurs de niche adaptés à la France.

La proportion d'enseignes étrangères qui s'acclimatent en France continue de baisser, même si le nombre de réseaux reste stable : elle était de 12,3 % (soit 128 réseaux) en 2006, de 11,5 % en 2007 (soit 132 réseaux) ; elle tombe en 2008 à 10,3 % pour 127 réseaux.

Au dessus de la moyenne, l'équipement de la personne, les services automobiles, le nettoyage, la formation, la restauration rapide, pourtant moins internationale qu'on le prétend souvent... Exportateurs principaux vers la France : les Etats-Unis, avec une trentaine de réseaux ; puis, avec 15 à 25 réseaux chacun, des voisins d'Europe : l'Espagne, l'Italie, la Belgique, l'Allemagne.

Eléments sur les données de l'enquête FFF sur les chiffres 2008 de la franchise :

L'étude porte sur 1234 réseaux français ou se développant en France.

Les données ont été collectées d'octobre à décembre 2007, à partir de la base de données réseaux de la FFF. © FFF 2007

A propos de la FFF

Depuis sa création en 1971, la FFF a une ambition : faire de la franchise le meilleur outil de développement du commerce moderne.

Avec près de 125 réseaux adhérents sélectionnés sur des critères déontologiques, représentant 40 % des franchisés français, la FFF est une interface essentielle entre pouvoirs publics, créateurs de réseaux, entrepreneurs et investisseurs.

Elle prodigue aux franchiseurs et futurs franchiseurs ou franchisés et futurs franchisés la formation et l'information dont ils ont besoin pour se développer et s'exporter... Elle dialogue avec les pouvoirs publics et les élus locaux sur l'indispensable modernisation du commerce et des services marchands, dont la franchise est l'un des vecteurs les plus puissants. Elle contribue par ses programmes d'échange et de recherche à l'évolution constante de la franchise, une stratégie aujourd'hui pratiquée par plus de 1230 réseaux commerciaux en France — soit plus de 49000 points de vente...

Le secteur de la franchise en France, c'est aujourd'hui plus de 315000 salariés, un CA de plus de 47 milliards d'euros, des taux de croissance qui dépassent les 10 % (en nombre de réseaux nouveaux et de points de vente) dans les secteurs les plus dynamiques (services aux personnes, immobilier, alimentaire spécialisé...). Un succès non démenti qui soutient, encourage et nourrit l'ambition de la FFF, porte-parole des entrepreneurs qui créent et se développent en franchise... www.franchise-fff.com

Franchise Expo Paris 2009

Le rendez-vous de la création d'entreprise... en réseau !

Chaque année, Franchise Expo Paris accélère le développement des réseaux de franchise en France et à l'étranger en mettant en relation des créateurs d'entreprise et des commerçants avec plus de **400 marques françaises et internationales**.

Franchise Expo Paris réunit l'ensemble des professionnels capables d'accompagner ces entrepreneurs, de les conseiller, de les informer et de les aider à trouver le financement nécessaire via différents espaces à vocation pratique tels que le « **Village des Experts** » qui regroupe des professionnels confirmés dans toutes les disciplines nécessaires à la création et au développement des réseaux, le « **Village Accompagnement à la création d'entreprise** », véritable pôle d'animation où l'on trouve tous les partenaires de la franchise, du commerce et de la création d'entreprise dont les investisseurs, les franchiseurs, partenaires financiers et institutionnels et enfin le « **Village International** » dédié exclusivement aux enseignes étrangères qui souhaitent se développer en France et en Europe par le biais de la master franchise.

Grâce à cette offre unique constituée d'enseignes à forte notoriété ou de concepts se développant sur de nouveaux marchés, les entrepreneurs peuvent comparer, se projeter dans l'univers de la marque et donc rejoindre le réseau le mieux adapté à leurs ambitions.

Accueillant 28% de nouveaux concepts, 50% d'exposants prêts à s'exporter et 20% de concepts internationaux à chaque édition, cet événement annuel organisé sous la houlette de la Fédération Française de la Franchise s'impose comme le salon international pour entreprendre en réseau et représente un tremplin de qualité vers l'étranger.

Fort d'une expérience de près de 30 ans dans la mise en relation entre candidats à la création d'entreprise et réseaux de franchise, Franchise Expo Paris constitue une solide référence pour s'informer sur l'actualité du commerce en France et dans le monde, connaître les dernières tendances du marché en permettant à des milliers d'entrepreneurs de réaliser leur rêve de création d'entreprise.

Particulièrement attentifs à l'impact du commerce associé sur l'environnement et soucieux d'impulser une dynamique durable, le salon et la Fédération Française de la Franchise ont conjointement décidé de mettre l'accent sur la dimension éco-responsable des enseignes présentes sur Franchise Expo Paris 2009. Un programme de conférences aura donc pour vocation de valoriser les enseignes « vertueuses » et permettre à ceux qui souhaitent s'inscrire dans cette tendance forte d'identifier facilement les enseignes investies dans le développement durable dans le cadre de leur activité et de leur développement.

Cette année le salon Franchise Expo Paris 2009 se tiendra **du 13 au 16 mars 2009 à Paris Expo - Pavillon 7.2.Porte Versailles**. Il réunira pendant 4 jours sur près de 27 000 m² tous les acteurs du commerce associé.

Franchise Expo Paris 2009

Un solide panorama de marques de renommée internationale, un vivier de concepts innovants français et étrangers

Franchise Expo s'efforce chaque année de réunir tant les marques emblématiques de l'entreprise en réseau que les concepts émergents, générateurs de dynamisme commercial dans chaque secteur.

Son postulat est d'apporter au candidat à la création d'entreprise une vision à 360° de ce que propose la franchise en France et à l'étranger. S'il n'est pas exhaustif, le salon propose pourtant un solide panorama des marques leaders autant qu'un vivier de concepts innovants.

L'édition 2009 regroupera par exemple plus **de 80 nouvelles enseignes exposantes** qui, en plus de la présence d'enseignes de renom, offriront la possibilité aux visiteurs de découvrir de nouvelles enseignes et de trouver l'enseigne avec laquelle ils auront envie créer leur franchise.

Parmi les nouvelles enseignes exposantes de Franchise Expo Paris 2009, les visiteurs pourront notamment découvrir :

- ✓ **Mode** : Adolfo Dominguez (prêt-à-porter-Espagne), Elegance (prêt-à-porter féminin-Allemagne), Heure et montres (accessoires-France), Jules (prêt-à-porter homme-France), Réserve Naturelle (bijoux-accessoires-France), Banana Moon* (maillots de bain-Monaco), DDP *(prêt-à-porter-France), KL2 by kaleidoscope* (prêt-à-porter enfant-Espagne), Mirtillo* (prêt-à-porter enfant-Italie), Sequoia* (sacs-France)
- ✓ **Beauté, santé, vitalité et bien-être** : Cerina Beauté (institut de beauté-Tunisie), Antismoking system*(centre anti tabac-Italie), Peach up*(remise en forme-France), LPGsystems*(remise en forme-France), Sysmo fitness* (remise en forme-France)
- ✓ **Bâtiment** : La Maison des Travaux (courtage en travaux-France), Ardy* (conseil en ENR-France), Dovre* (poêles, foyers en fonte-France), Eneovia* (conseil ENR-France), Gautier* (mobilier-France), Habitanex* (courtage travaux-France), La boutique du menuisier* (porte-fenêtre-France), FCA* (thermique-France), Defim (bilan amiante-France).
- ✓ **Déco maison** : 1,2,3,euros (décoration-France), Giffi(décoration-France), Décovie (décoration-France), Daniel Moquet (marquage des allées-France), Baobab* (jardinerie créative-France), Loewe* (Hifi haut de gamme-France).
- ✓ **Fleurs** : Au nom de la rose*(fleuriste-France)
- ✓ **Service à la personne** : Studiosanté (matériel médical-France), Mad science* (loisirs et sciences pour les enfants-France), Coach & co* (coaching-France),
- ✓ **Services aux entreprises** : Encros (recyclage de cartouches-France), Mobilboard* (publicité mobile-France), We Simplify the Internet* (conseil-Canada)

- ✓ **Alimentation, restauration** : A la carte (restauration à thème-France), Central Perk (bar à thème-Suisse), Chocolat Roland Reaute (chocolats-France), Pizza sprint (restauration rapide et livraison-France), Alto Café*(café-France), Dailymonop*(distribution alimentaire-France), Monoprix*(distribution alimentaire-France), Monop'*(distribution alimentaire-France), Häagen dazs (glaces-Etats-Unis), Le relais d'Alsace* (restauration à thème-France), Lina's* (restauration rapide et à emporter-France), Masmoudi* (pâtisserie-Tunisie), Nooi* (pâtes à emporter-France), Old Wild West* (restauration à thème-Italie), Sanabonta* et The Noodle House* (restauration à thème-Emirats Arabes Unis), Saquella* (café-Italie), Vins sur 20*(caviste-France), La venta* (tapas-Espagne), Planète sushi*(restauration à thème et livraison-France)
- ✓ **Autres services** : 1001 piles (vente de piles-France), Posinergie* (vente et recyclage de piles-France),
- ✓ **Téléphonie** : Téléphone store (France)
- ✓ **Automobile** : Mouss'auto* (station lavage auto-France), Ceccato* (station lavage auto-Italie)
- ✓ **Financement et immobilier** : Immostyling (conseil immobilier et relookage-France), Vousfinancer.com (courtage-France), Alliance labellisation* (conseil en investissement-France), Michel Simond* (immobilier-France)

** sous réserve de validation*

Franchise Expo Paris 2009

Une véritable plate-forme de rencontres entre investisseurs et enseignes, des outils dédiés pour faciliter leur collaboration

Si Franchise Expo s'impose de plus en plus comme un lieu de rencontres entre investisseurs, franchiseurs et franchisés du monde entier, c'est notamment en raison d'un pourcentage constant de participations étrangères chaque année, avec 20% d'enseignes étrangères présentes et des investisseurs internationaux qui représentent près de 15% des visiteurs attendus.

En tant que première place de marché internationale pour le développement en franchise, Franchise Expo Paris attire en 2009 de plus en plus d'enseignes de pays étrangers dont la Chine, Singapour, le Brésil, le Mexique, ou encore l'Inde.

Du food concept tunisien Massmoudy au réseau de distribution japonais Daiso en passant par l'américain Berlitz, franchiseur depuis plus d'un siècle, de retour sur le salon cette année, une multitude de concepts sera représentée au sein du Village International.

Investi par son rôle de plate-forme de rencontres entre investisseurs et enseignes, et soucieux de faciliter les recherches de ces publics et de satisfaire leurs attentes, Franchise Expo Paris a programmé différentes conférences et animations visant à booster cette dynamique internationale :

- ✓ **La Master Franchise School** : tout au long du salon, de 14H00 à 16H00, une formation dispensée en anglais sur la « master franchise » sera organisée sous la direction de la Fédération Française de la Franchise et animée par les professionnels de son collège d'experts. En complément de cette formation gratuite s'adressant aux visiteurs internationaux, aux investisseurs et aux franchiseurs internationaux, un parcours de visites sur-mesure leur sera proposé.
- ✓ **Le Village International** : le Village International spécifiquement conçu pour accueillir des concepts de franchise internationaux (distribution et services) souhaitant lancer leur formule à succès sur le marché français et européen est organisé en plusieurs pavillons avec cette année celui de l'Australie, de l'Italie et de l'Espagne, entre autres.
- ✓ **Le World Franchise Council** : le World Franchise Council se réunira pour son sommet biennuel le 12 et 13 mars 2009 à Paris en parallèle du salon. Durant ces 4 jours, la plupart des membres du WFC seront présents sur un stand dans le village international.

Franchise Expo Paris 2009

Accompagner chaque visiteur dans son projet de création d'entreprise ou de développement

Afin de conseiller au mieux les visiteurs mais aussi permettre aux enseignes exposantes de réussir leur développement, Franchise Expo Paris proposera une palette de conférences, d'ateliers et d'espaces dédiés, visant à maximiser les échanges avec les experts et les professionnels de la franchise, faciliter le partage d'expériences et créer de vraies opportunités de rencontres au fil du salon :

- ✓ **le Village des Experts** qui réunira cette année quelques 13 conseillers membres du collège des experts de la Fédération Française de la Franchise. Ils animeront 26 ateliers pratiques et techniques sur **la création de réseau, l'export de franchise, la comptabilité, le droit ou encore le marketing.**
- ✓ **Le Village d'Accompagnement à la Création d'Entreprise**
Accompagnement et suivi sont les maîtres mots de cet espace. Les visiteurs seront renseignés sur les aspects financiers de la création d'entreprise et conseillés par les 7 banques exposantes disponibles pour bâtir le financement de leur future entreprise. Ils pourront également rencontrer la presse, les Chambres de commerce et d'industrie, ...Un passage obligé pour mettre toutes les chances de son côté.
- ✓ Un **cycle gratuit de conférences pratiques et d'ateliers concrets animés par des spécialistes.** Expliquant leur parcours et leur quotidien au sein des réseaux de franchises, ils présenteront ce modèle de développement et les différentes étapes de la création d'entreprise. Cette année, un thème sera proposé chaque jour :
 - Vendredi 13 mars : la franchise à l'international
 - Samedi 14 mars : la franchise et le développement durable
 - Dimanche 15 mars : les master classes de la création d'entreprise
 - Lundi 16 mars : la franchise et le commerce
- ✓ **L'Ecole de la Franchise** qui proposera tous les jours une formation gratuite destinée aux futurs franchisés, associée à un parcours de visites sur mesure.
- ✓ **Les Espoirs de la Franchise et du commerce organisé** ont pour vocation de repérer, primer et soutenir les concepts de distribution ou de services les plus innovants et les plus à même de se développer sous la forme de réseaux indépendants. Les trophées seront remis le 14 mars 2009 à 12h30 sur l'espace conférences de Franchise Expo Paris.
- ✓ **Un cycle de conférences originales regroupant près d'une trentaine de fédérations de la franchise** venues du monde entier pour présenter les parcours de grands patrons et d'entrepreneurs franchisés. Durant 4 jours, ces conférences gratuites permettront aux visiteurs de nourrir leur envie d'entreprendre, de mieux se former, de s'informer et de se poser les bonnes questions pour concrétiser leur projet.

Pour consulter le programme complet des différentes rencontres et conférences de Franchise Expo, rendez-vous sur le site : www.franchiseparis.com

Franchise Expo Paris 2009

Le Brésil, pays invité d'honneur de l'édition 2009

Alors qu'il était, il y a moins de vingt ans, un des pays en voie de développement qui comptait parmi les plus endettés, le Brésil est aujourd'hui la dixième économie mondiale et affiche un dynamisme certain dans le contexte économique actuel à l'instar de l'Inde, de la Russie et bien sûr de la Chine, souvent cités à ses côtés.

Son rôle grandissant dans l'économie mondiale le place aujourd'hui naturellement au cœur d'une démarche de coopération commerciale comme un pays particulièrement attractif.

Ainsi, devant l'intérêt grandissant de nombreuses enseignes françaises et internationales par un développement commercial au Brésil, dont 42% des enseignes exposantes à Franchise Expo Paris 2009 (Cuisine Plus, Guy Degrenne Paris, Engel & Volkers, Groupe La Boucherie, Le Tanneur, etc.) Franchise Expo Paris a choisi de mettre le Brésil à l'honneur cette année.

Par ailleurs, de plus en plus d'enseignes françaises ont déjà fait le choix stratégique de s'implanter au Brésil, parmi lesquelles plusieurs exposants 2008 comme le Groupe Accor, à travers ses chaînes hôtelières All Seasons, Etap Hotel, Formule 1, Ibis, Mercure, et Suitehotel mais aussi Lollipops et Midas.

En outre, la bonne coopération entre les deux fédérations, l'Associação Brasileira de Franchising (ABF), la Fédération Française de la Franchise (FFF) et le salon Franchise Expo Paris a déjà permis en 2008 d'accueillir une enseigne brésilienne, Showcolate, une délégation d'investisseurs, de franchiseurs, et de futurs master franchisés. Une collaboration qui s'est poursuivie depuis avec la participation de la Fédération Française de la Franchise au salon de la franchise de Sao Paulo en juin 2008.

Après l'Espagne, l'Italie, les Etats-Unis et les pays du Moyen Orient, le pays invité d'honneur de l'édition 2009 sera le Brésil.

Avec la collaboration de l'Associação Brasileira de Franchising (ABF) et en partenariat avec l'Agence de promotion des exportations Brésil (APEX), Franchise Expo Paris accueillera donc un pavillon Brésilien d'enseignes souhaitant s'implanter en France et à l'international parmi lesquelles : Arezzo* (accessoires et chaussures), Morana* (accessoires et chaussures), Via Uno* (accessoires et chaussures), O Boticario* (cosmétique et parfum), Hering* (prêt-à-porter), Bob's* (restauration rapide), MAR RIO (prêt-à-porter).

** sous réserve de validation*

A cette occasion, et avec la collaboration d'autres institutions telles que le SEBRAE et l'Ambassade du Brésil en France, des délégations d'entrepreneurs et d'investisseurs brésiliens viendront visiter le salon à la recherche de nouveaux concepts français et européens à développer au Brésil.

Questions à Sergio Barbi Filho, responsable du développement de l'Associação Brasileira de Franchising (ABF) et représentant de l'enseigne brésilienne O Boticário

Le Brésil est à l'honneur de Franchise Expo Paris 2009, qu'est ce que cela vous inspire ?

« C'est pour nous un honneur de voir le Brésil invité à Franchise Expo Paris 2009. Notre pays est aujourd'hui un des principaux pays émergents et le secteur de la franchise y occupe déjà une place importante. De nombreuses marques brésiliennes sont intéressées par un déploiement international, principalement en France avec laquelle nous entretenons de très bonnes relations.

Avoir notre pays comme invité d'honneur de ce rendez-vous incontournable qu'est Franchise Expo Paris 2009 représente une excellente opportunité ; à la fois pour les réseaux de franchise brésiliens souhaitant se développer en Europe mais aussi pour les marques étrangères désireuses de s'implanter sur le marché brésilien de la franchise, un secteur en pleine expansion qui a augmenté de 17% en 2008 avec un chiffre d'affaires de 24 milliards de dollars. Il y a de très belles perspectives commerciales à travers la franchise dans nos deux pays et Franchise Expo est un bon moyen de les concrétiser. »

Quelles sont les attentes de l'ABF sur Franchise Expo Paris 2009 ?

« Nous allons présenter les belles réussites brésiliennes et nous aimerions voir de nouvelles marques s'installer sur le marché brésilien. L'ABF présentera des marques brésiliennes qui connaissent déjà un véritable succès international et qui souhaitent accélérer leur croissance en Europe telles que O Boticário, Bob's, Arezzo, Via Uno, Cia Hering, Morana, Igui Piscinas and Mar Rio. Ces enseignes sont soutenues dans leur politique de développement par le gouvernement brésilien à travers l'APEX-Brasil, l'agence de promotion de l'investissement et du commerce brésilien.

Nous pensons que le rapprochement entre les franchises brésiliennes et françaises représente un sérieux potentiel de développement. Or, dans la situation économique actuelle, il est important de tisser des échanges commerciaux solides, et d'identifier de nouvelles possibilités de collaborations pérennes. »

Le Business Award Franchise 2009 : découvrir de nouveaux concepts venus du Brésil

Franchise Expo 2009 sera comme chaque année l'occasion de récompenser la réussite d'un franchiseur du pays à l'honneur qui se verra remettre le Business Award Franchise en ouverture du salon le vendredi 13 mars. La création de ce prix à l'initiative de Franchise Expo Paris, la Fédération Française de la Franchise et Reed Expositions France, vise à encourager le développement d'une enseigne au-delà de ces frontières. Depuis trois ans, elle a déjà distingué Mo'Men (Industrie alimentaire et chaîne de restauration - Egypte) et Home Instead Senior Care (Accompagnement et services de soins à domicile pour les seniors-Etats-Unis) constituant pour chacune des enseignes lauréates un véritable tremplin dans les divers salons professionnels internationaux.

Cette année, les 6 enseignes nominées sont :

- Arezzo (accessoires et chaussures)
- Morana (accessoires et chaussures)
- Via Uno (accessoires et chaussures)
- O Boticario (cosmétique et parfum)
- Fly Tour (agences de voyage)
- Bob's (restauration rapide)

Un jury professionnel et international

L'attribution de ce prix sera déterminée par un jury, composé de professionnels de la franchise au niveau international. Il se réunira le 20 février pour désigner à partir de critères communs (originalité du concept, professionnalisme, développement international, meilleur potentiel de développement en Europe), le Business Award Franchise 2009 :

- M. Ricardo Camargo (Directeur Général de l'Asociação Brasileira de Franchising)
- Mme Debora Freire (journaliste)
- M. Luiz Henrique di Amaral (consultant international)
- M. Daniel Zabloski (Directeur du marché des pme - HSBC Brésil)

Le prix sera remis vendredi 13 mars à 19h à l'espace conférence du salon.

Franchise Expo Paris 2009

Fiche de présentation de la 28^e édition

Salon international	Franchise Expo Paris
Organisation	Alliance entre la Fédération Française de la Franchise et Reed Expositions France
Comité de sélection	Présentation d'une offre conforme à la loi Doubin
Périodicité	Annuelle – 28 ^{eme} édition
Dates et horaires	Du vendredi 13 au lundi 16 mars 2009 de 09h30 à 19h00 (lundi : 18h00)
Lieu	Paris Expo - Porte de Versailles - Hall 7.2
Accès	Porte de Versailles : métro (ligne 12) - tramway : Ligne 3 - bus : Lignes 39 et 80
Tarifs	28 € sur place, 20 € en prépayé jusqu'au 11 mars 2009
Surface d'exposition	27 000 m ²
Les visiteurs	30 000 visiteurs attendus dont 15 % internationaux
Sur le salon	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 400 enseignes exposantes ✓ 28 % de nouveaux concepts chaque année ✓ 50 % des exposants prêts à s'exporter ✓ 20 % de concepts internationaux ✓ 75 secteurs d'activité ✓ Le stand de la FFF pour être conseillé ✓ Le pavillon brésilien, invité d'honneur du salon 2009 ✓ Des centaines de stands reproduisant les concepts de franchise ✓ Le village international pour découvrir de nouveaux concepts étrangers ✓ Le pavillon Espagnol, australien, italien ✓ L'école de la franchise ✓ La master franchise school ✓ Le village accompagnement et d'aide à la création d'entreprise (banques, institutionnels et médias) ✓ Le village des Experts FFF et 24 ateliers pratiques, gratuits pour les futurs franchiseurs ✓ Les exposants de nouveaux concepts, mais aussi les plus grandes marques ✓ Les concepts de franchise exposés vont de moins de 45 000 € à plus de 300 000 € pour un franchisé ✓ Les conférences et les témoignages de grands patrons, d'entrepreneurs et de créateurs
Les sites Internet	<p>www.franchiseparis.com pour commander son badge, préparer sa visite, connaître le programme des conférences, ateliers, formations gratuites</p> <p>www.observatoiredelafranchise.fr pour trouver, toute l'année, les meilleures opportunités de création d'entreprise en franchise.</p>