

— LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE UN LIEU, UN LIEN



**« La franchise, véritable accélérateur
de la réussite des entrepreneurs »**

Qu'est-ce que la FFF?

Créée en 1971, la **Fédération Française de la Franchise** est la **fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés**. Elle leur propose la meilleure expertise pour réussir le développement de leurs réseaux de franchise.

Dès 1972, et sous l'impulsion de ses franchiseurs fondateurs, la FFF a ainsi fixé les règles de fonctionnement d'un réseau de franchise dans le **code de déontologie de la franchise**, devenu le **code de déontologie européen de la franchise en 1992**.

Elle défend et promeut un modèle d'entrepreneuriat fondé sur le transfert du savoir-faire et sur le partage de la valeur, un atout majeur pour l'économie française.

La franchise est un modèle solide, porteur d'innovation, véritable accélérateur de la réussite des entrepreneurs.

Les valeurs et missions de la FFF

ÉTHIQUE

fff Fédération
Française
Franchise

INNOVATION

PARTAGE

ÉQUITÉ

La Fédération Française de la Franchise popularise le modèle de la franchise et organise sa montée en puissance en France et en Europe, à travers 4 missions principales :

- PROMOUVOIR LE MODÈLE DE LA FRANCHISE AUPRÈS DES FUTURS FRANCHISEURS ET FRANCHISÉS**
- DÉFENDRE ET PÉRENNISER LE MODÈLE DE LA FRANCHISE AUPRÈS DES POUVOIRS PUBLICS ET ACTEURS ÉCONOMIQUES FRANÇAIS ET EUROPÉENS**
- FÉDÉRER L'ÉCOSYSTÈME DE LA FRANCHISE**
- CRÉER LES OUTILS ET L'ENVIRONNEMENT PROPICES AU DÉVELOPPEMENT ET À LA PERFORMANCE DES RÉSEAUX DE FRANCHISE**

La FFF, en quelques chiffres



* source : indicateurs FFF de la franchise 2024

Pourquoi adhérer à la FFF ?

1 RASSUREMENT ET CAUTION

Être membre de la FFF témoigne de l'engagement à respecter les valeurs du Code de déontologie européen de la franchise. Grâce à son processus d'adhésion rigoureux – incluant l'analyse du DIP, du contrat de franchise et des retours des franchisés – la FFF garantit une image de sérieux et de fiabilité, renforçant ainsi la crédibilité de votre enseigne auprès des futurs franchisés, des banques et de vos partenaires.

2 VISIBILITÉ ET COMMUNICATION

Par sa présence à diverses manifestations, son salon Franchise Expo Paris, sa communication (site internet, réseaux sociaux, relations presse, etc.) la FFF assure à ses membres une visibilité supplémentaire qui participe au développement de leurs réseaux.

3 ECHANGES, PARTAGE ET INFORMATION

Des rencontres et événements réguliers sont proposés tout au long de l'année soit sous forme d'ateliers ou webinars mensuels animés par nos experts sur des thématiques juridiques, en management, en développement, en communication, soit sous forme de réunion d'échanges avec d'autres réseaux de franchise où est privilégié le partage de pratiques et d'expérience (cercle RSE, cercle des responsables juridiques, Club des dirigeants de réseaux, réunions régionales trimestrielles...) ou bien même de séminaire (Les Assises de la franchise). La FFF permet aussi d'avoir accès à toute l'actualité de la franchise, via une veille documentaire permanente, et également de faire de la prospective.

4 PROMOTION ET DÉFENSE

La FFF mène des actions de lobbying pour défendre et promouvoir les intérêts du secteur de la franchise en France. Son objectif est de créer un environnement légal et économique propice au développement de la franchise, tout en représentant les voix de ses membres dans les débats publics et les processus décisionnels. Pour ce faire, elle est adhérente du **MEDEF** (Mouvement des entreprises de France) et de la **CPME** (Confédération des petites et moyennes entreprises), administrateur de la **CDCF** (Conseil du Commerce de France) et siège au **CNC** (Conseil National du Commerce).

5 INFORMATIONS JURIDIQUES ET VEILLE RÉGLEMENTAIRE

Le service juridique de la FFF, expert sur les sujets spécifiques à la franchise, est en veille permanente sur la jurisprudence en la matière afin de conseiller au mieux ses membres au niveau des évolutions réglementaires. Il participe à la diffusion très régulière de toutes les mesures réglementaires encadrant la franchise.

6 MEDIATION

Depuis de nombreuses années, la FFF a élaboré et mis en place :

- une Chambre de **Médiation des Réseaux** afin d'offrir aux franchiseurs – membres ou non de la FFF – un moyen simple et efficace de traiter les différends qui peuvent opposer un franchiseur et un franchisé en tenant compte des principes établis par le Code de déontologie européen de la franchise et ses annexes applicables en France.

- une Commission de **Médiation Consommateurs** qui a pour mission, en cas de différend entre un consommateur d'une part, et un franchisé ou un franchiseur membre de la FFF – d'autre part, d'aider les parties à trouver une solution amiable. Pour rappel et depuis le 1er janvier 2016, il est obligatoire pour tout professionnel, de donner l'accès aux consommateurs à un dispositif de médiation de la consommation (*article L.612-1 du code de la consommation*).

7 FORMATION ET PROFESSIONNALISATION

La FFF a fondé l'**Académie de la Franchise** en 2009 afin d'offrir un catalogue de formations destiné aux franchiseurs, développeurs, et animateurs, contribuant ainsi à la professionnalisation de leurs métiers (www.formation-franchise.com)

8 LES AVANTAGES MEMBRES

Pour l'ensemble de ses membres la FFF propose des avantages :

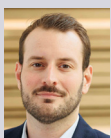
- 15% de remise sur une surface d'exposition (nue ou équipée) au salon Franchise Expo Paris + frais de dossier offerts.
- 15 à 20 % de remise sur les formations proposées par l'Académie de la franchise.
- 15% de remise pour toute inscription au site www.toutelafranchise.com.
- la possibilité de réserver une salle dans nos locaux à tout moment de l'année.

La FFF, une équipe

équipe interne



Véronique Discours-Buhot
Déléguée Générale



Boris Flèche
Directeur développement
et formation



Vincent Libercier
Directeur juridique



Martine Chabrol
Responsable administrative et
opérationnelle / comptabilité



Chloé Doguet
Chargée de développement



Maéva Guyot
Juriste



Delphine Pierre-Jean
Secrétaire spécialisée
Assistante communication



Hassina Kadem
Gestionnaire base de données
Assistante formation

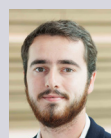


Thomas Gancel
Responsable animation
et promotion

supports externes

Communication : Stéphanie Boutillon
Consultante externe : communication@franchise-fff.com

Relations Presse : agence Monet+Associés
teamrpf@monet-rp.com



Roman Glaudin
Chargé de communication
digitale

Votre adhésion en 5 étapes

1

DEMANDE DE CANDIDATURE

Constitution d'un dossier par l'enseigne postulante

2

EXAMEN DE LA DEMANDE

Analyse interne et analyse d'un expert juriste membre du collège de la FFF

3

COMMISSION D'ADMISSION

Le dossier est présenté aux membres de la commission par un ou plusieurs responsables du réseau candidat

4

ENQUÊTE AUPRÈS DES FRANCHISÉS

La commission d'admission diligente une enquête auprès de quelques franchisés de l'enseigne.

5

DÉCISION PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Aux termes des 4 premières étapes, la commission émet un avis et en fonction, propose le dossier au Conseil d'administration de la FFF

”

« Fitness Park est engagé dans une démarche permanente d'amélioration continue pour satisfaire toujours mieux ses clients. C'est cette approche qui nous a conduit à passer de la licence de marque à la franchise en 2024. En adhérant à la FFF, nous confirmons cette démarche avec une volonté de challenger nos pratiques, de bénéficier d'un cadre et de conseils sur les évolutions pratiques et juridiques, en bref, de l'expertise de la FFF ! »

Gaëtan DUBUISSON, DG du Groupe FITNESS PARK.

« L'adhésion à la FFF vient concrétiser le travail fait depuis de nombreuses années par Bleu Libellule auprès de ses franchisés, c'est une reconnaissance des valeurs portées par notre entreprise. Les services qu'elle propose, l'accompagnement des enseignes et le lobbying fait auprès des instances législatives sont un vrai plus pour le développement et la promotion de notre réseau, nous sommes très fiers de faire partie de la FFF. »

Sébastien SACAREAU, Directeur de développement et franchise de BLEU LIBELLULE.

« Cette adhésion représente pour nous un nouveau levier pour répondre au mieux aux besoins de nos franchisés, suivre les dernières innovations et normes et partager des moments de networking. C'est aussi l'opportunité de bénéficier de retours d'expérience et de partager la nôtre aux autres adhérents de la FFF. »

Philippe Azerarak, directeur exploitation franchise FNAC France.



**pour plus d'information,
tarif et dossier de demande :**
www.franchise-fff.com

REJOIGNEZ-NOUS !

pour adhérer, contactez Chloé Doguet : c.doguet@franchise-fff.com / 06 62 87 90 37
et Boris Flèche : b.fleche@franchise-fff.com / 06 18 52 63 21

fff Fédération
Française
Franchise

in f    

29, boulevard de Courcelles - 75008 Paris - Tél.: 01 53 75 22 25 - www.franchise-fff.com