Édition 2024

LIVRE BLANC

PASSER DE FRANCHISÉ À **MULTI** OU **PLURI-FRANCHISÉ :** QUAND ET COMMENT PASSER LE CAP ?

Multi-Unit Forum

Le LAB

Organisé par

franchise expo PARIS

Fédération Française Franchise

progressium
ACCÉLÉRATEUR DE DÉVELOPPEMENT

Sponsorisé par

CARMILA

SOMMAIRE

Édito d'Emmanuel Jury, président de Progressium ____ 03

Multi/Pluri-franchisés : quelles différences ? ____ 07

Passer de franchisé à multi ou pluri-franchisé :
Quand et comment passer le cap ? ____ 08

Remerciements ____ 13

ÉDITO

Emmanuel Jury,
président de Progressium

« Les valeurs sont le socle sur lequel reposent les franchises prospères »

Les multi et pluri partenaires veulent avant tout partager les mêmes valeurs que les têtes de réseau ! Dont acte ! Le Multi-Unit Forum 2024 (plus de 70 participants) fait déjà sa mue en ne parlant plus en premier lieu des concepts mais bien de l'humain, et cela deux ans seulement après sa création.

À une période où les têtes de réseau se réinventent (ou tentent de le faire), non seulement comme des lieux de commerce, mais aussi comme des espaces de rencontres et d'échanges humains, il était important de remettre l'humain au centre des réflexions. Franchise Expo Paris 2024 est l'ultime tribune où ces idées prennent vie, où les franchisés et les franchiseurs se rejoignent pour célébrer les valeurs qui les unissent et pour construire des relations solides, placées au cœur de leur succès commun.

Au cœur de cette dynamique, il y a l'humain. Dans un monde de transactions numériques et d'automatisation croissante, il est rafraîchissant de voir que les relations humaines restent le pilier fondamental de toute entreprise prospère. Les franchisés ne sont pas seulement des investisseurs, ce sont des individus avec des rêves, des aspirations et des valeurs. Franchise Expo Paris 2024 offre une plate-forme pour mettre en lumière ces histoires humaines, pour écouter et apprendre les uns des autres, pour comprendre que derrière chaque franchise, il y a une communauté dynamique d'individus engagés.

La rencontre est au cœur de ce rassemblement. Dans un monde où la distance physique est souvent abolie par la technologie, il est crucial de se souvenir du pouvoir transformateur des rencontres en personne. Lors de la dernière édition de Franchise Expo Paris 2024, les franchisés ont eu l'opportunité de se rencontrer face à face, de partager leurs expériences, leurs défis et leurs succès. Ces rencontres ne sont pas seulement des occasions de réseautage, mais des moments de connexion authentique où des liens durables se forgent.

Certains ont même parlé d'inspiration !

Les valeurs sont le socle sur lequel reposent les franchises prospères. Au sein du MUF et de Franchise Expo Paris, ces valeurs ont été célébrées et renforcées. Qu'il s'agisse de l'engagement envers la qualité, l'intégrité, la durabilité ou l'innovation, les franchisés et les franchiseurs partagent un ensemble de principes communs qui guident leurs actions et leur croissance. En mettant en avant ces valeurs, ce rendez-vous incontournable inspire une culture de responsabilité sociale et d'éthique professionnelle, créant ainsi un environnement propice à la réussite à long terme.

> *« Au cœur de cette dynamique, il y a l'humain. Dans un monde de transactions numériques et d'automatisation croissante, il est rafraîchissant de voir que les relations humaines restent le pilier fondamental de toute entreprise prospère. »*

Enfin, s'adresser au franchiseur en direct offre une occasion sans pareille d'établir des liens solides et de favoriser une communication ouverte et transparente. Au sein du Multi-Unit Forum, les franchisés ont la possibilité de s'exprimer directement auprès des décideurs, de partager leurs idées, leurs préoccupations et leurs suggestions pour l'avenir de leurs franchises. Le tout, sans aucun tabou. Cette interaction directe renforce la confiance mutuelle et favorise une collaboration fructueuse entre toutes les parties prenantes.

Ensemble, avec Franchise Expo Paris, nous avons célébré la richesse de l'expérience humaine, la puissance des rencontres authentiques, l'importance des valeurs partagées et le potentiel illimité de la collaboration directe. Dans cet esprit, nous construisons un avenir où les franchises prospèrent non seulement en tant qu'entreprises, mais aussi en tant que communautés vibrantes, unies par un engagement commun envers l'excellence et l'humanité.

Alors bienvenue dans le vrai monde.

Proche de ceux qui font le commerce

2 millions de visiteurs par jour

201 centres commerciaux autour des hypermarchés Carrefour

1 Français sur 3 à moins de 20 minutes d'un centre Carmila

Une expérience du retail **100 % omnicanale**

Les lieux de commerce Carmila, **autour des hypermarchés Carrefour,** sont véritablement ancrés dans le quotidien.

Accessibles et évolutifs, ils proposent une **expérience omnicanale** adaptée aux nouveaux modes de consommation.

En évolution permanente, créateurs de convivialité et de vivre ensemble, respectueux de l'environnement, générateurs d'emplois, ils contribuent à la vitalité du commerce autant qu'à celle de la ville.

Carmila accompagne **tous les acteurs du commerce** dans leurs projets pour vivre à leurs côtés le commerce d'aujourd'hui et de demain.

©www.grouperougevif.fr - © Philippe Meunier

www.carmila.com

CARMILA

Multi-Unit Forum

TÊTES DE RESEAUX, FUTURS ADHÉRENTS OU FRANCHISÉS PLURI-MULTI FRANCHISÉ OU EN PASSE DE LE DEVENIR ? BÉNÉFICIEZ DE NOS SERVICES SUR MESURE POUR VOTRE PROJET DE FRANCHISE

progressium CONSEIL

Accompagnement des futurs franchiseurs dans la modélisation de leur concept, la rédaction du manuel opératoire, la partie juridique et le guide du développeur jusqu'à l'ouverture des 1ers ambassadeurs du réseau et définir le plan des priorités à mettre en place par rapport à vos enjeux et objectifs

progressium FINANCEMENT

Accompagnement dans la recherche de financement pour faire face aux besoins financiers immatériels de la tête de réseau ou au développement de son activité en créant de nouvelles succursalles.
Validation de la cohérence financière du projet en respectant les exigences du secteur bancaire

progressium ACADEMY

Proposition de formations sur-mesure pour le franchiseur et ses équipes : animation du réseau, vente, juridique, fondamentaux pour développer son réseau de franchise et repartir avec un plan d'action personnalisé.

progressium DÉVELOPPEMENT

Agent de franchisés, Progressium collabore avec plus de 40 enseignes de la food, du retail et des services à la recherche de leurs futurs candidats à la franchise ainsi que des profils de pluri-multi franchisés qui, par leur connaissances du modèle économique de la franchise, cherchent à développer leur portefeuille d'enseignes

progressium IMMOBILIER

Des experts qualifiés dans la recherche de vos locaux commerciaux en centre-ville, centre commercial, retail park ou travel retail, pour bien mailler le territoire.
Spécialistes de la renégociation de votre bail commercial pour vous faire payer le juste prix et garantir le développement perenne de votre franchise

progressium COMMUNICATION

Des spécialistes de la communication à votre service pour structurer votre positionnement, définir votre plateforme de marque, créer votre plan de marketing d'animation de vos points de vente...

Faire appel à Progressium, c'est bénéficier d'une vision à 360°
&
de services "all in shop" tout au long de la vie de votre franchise !

Franchiseur
Franchisé

Contact
Alicia MAGALHAES-DIAS
amagalhaes-dias@progressium.fr
+33 (6) 40 83 45 57
www.progressium.fr

MULTI & PLURI FRANCHISE

MULTI

Grâce à la multi-franchise vous pouvez, en tant que franchisé, vous développer sur plusieurs points de vente d'une même enseigne. Généralement, ce développement intervient après un an d'exploitation au minimum (voire plus selon les réseaux) du premier point de vente. Nombreuses sont les enseignes à miser sur les franchisés existants pour se développer et mailler ainsi le territoire avec des profils qui ont déjà faits leurs preuves. Toutefois, devenir multi-franchisé entraîne un changement de posture dont il faut avoir conscience. Vous serez moins dans l'opérationnel et ne serez plus seulement un commerçant ou un chef d'entreprise de proximité mais vous deviendrez un vrai gestionnaire. Principal avantage de la multi-franchise ? Vous connaissez les process, le business model et le concept sur le bout des doigts !

Quelles différences ?

Quand on devient franchisé, les envies de se développer et d'ouvrir de nouveaux points de vente peuvent émerger. Entrepreneurs, deux choix s'offrent à vous : soit vous vous développez avec la même enseigne, et devenez ainsi multi-franchisé, soit vous intégrez un nouveau réseau, évoluant dans un secteur d'activité complémentaire. C'est ce que l'on appelle la pluri-franchise.

PLURI

Avec la pluri-franchise, les entrepreneurs cherchent avant tout à diversifier leur offre et leur portefeuille de marques. Mais attention, contrairement à la multi-franchise, la pluri-franchise implique d'être partenaire de plusieurs enseignes et donc d'exploiter mais aussi de développer plusieurs concepts. Cela signifie que vous aurez donc plusieurs contrats de franchise d'une durée variable mais également des conditions financières (droits d'entrée, redevances) différentes. Avant de songer à ce modèle, maitrisez votre première activité ! Regardez également le premier contrat de franchise que vous avez signé. Car certains réseaux limitent, voire interdisent, la pluri-franchise. Pour que votre développement soit cohérent sur votre zone d'implantation, privilégiez des concepts qui ne se concurrencent pas mais qui sont complémentaires.

PASSER DE FRANCHISÉ À MULTI OU PLURI-FRANCHISÉ : QUAND ET COMMENT PASSER LE CAP ?

Et si vous deveniez multi ou pluri-franchisé ? En tant qu'entrepreneur ambitieux, cela vous taraude certainement. Pourtant, avant de passer le cap, il est important de se poser les bonnes questions et de s'assurer que tout est réuni pour se lancer dans le développement d'un autre établissement. Car passer de franchisé à multi ou pluri-franchisé est un tout autre métier et demande d'avoir bien ficelé son projet. Lors du Multi-Unit Forum, organisé par Progressium et le salon Franchise Expo Paris en mars 2024, plus de 70 multi et pluri-franchisés se sont réunis pour déterminer les étapes clés avant de passer le cap de la muti ou de la pluri-franchise. Voici les résultats de leur réflexion.

1/ STABILISER SA PREMIÈRE ACTIVITÉ

Une chose essentielle avant de passer à la vitesse supérieure et de devenir multi ou pluri-franchisé est de stabiliser sa première activité. Un premier conseil qui peut aller de soi ou paraître logique mais qu'il est bon de rappeler. Le maître-mot est donc de ne pas se précipiter. Les participants au Multi-Unit Forum l'ont d'ailleurs bien pointé. « *Il faut avoir une base saine à laquelle on va pouvoir venir plugger un nouveau point de vente, qu'il soit de la même enseigne ou non* », confie Jérémie Demangel, multi-franchisé Pokawa, avant de préciser : « *Il est important de ne pas mettre en danger son groupe que l'on a mis plusieurs années à bâtir pour une nouvelle enseigne.* » L'entrepreneur, qui s'est lancé d'abord avec le réseau Pokawa, a ouvert son second point de vente un an après son premier restaurant. Aujourd'hui, il est à la tête de plusieurs établissements et commence à se diversifier, notamment avec l'enseigne Waffle Factory. Pour lui, pas besoin de réfléchir sur ce qui l'a poussé à passer le cap. « *L'ambition a été mon déclic. Et je dis souvent que l'on gère des centres de profit, des groupes et on gère aussi notre rémunération* », confie Jérémie Demangel, De son côté, Thierry Amichaud, ancien cadre en reconversion s'est lancé dans l'entrepreneuriat en franchise avec Waffle Factory. Il ouvre son premier point de vente au Forum des Halles à Paris. « *Je souffre beaucoup à l'ouverture. Il m'a vraiment fallu deux ou trois ans pour mettre le point de vente à flot. Une fois atteint cet objectif, l'envie d'en ouvrir un deuxième s'est faite sentir* », insiste-t-il. L'entrepreneur voulait un emplacement affichant le même potentiel et ouvre son second établissement au sein du centre commercial des Quatre Temps à la Défense. Aujourd'hui, il est à la tête de 7 points de vente Waffle Factory. « *C'était immédiatement un succès. Mais il faut avoir en tête que c'est un changement de métier quand on passe de franchisé à multi-franchisé. Ce sont de nouvelles problématiques et il faut savoir les appréhender. J'ai mis à nouveau deux ans à pouvoir travailler de manière stable sur les deux boutiques* », explique Thierry Amichaud**.** Un métier qu'il faut donc avoir en tête et qu'il faut surtout être prêt à endosser.

> *« Il faut avoir une base saine à laquelle on va pouvoir venir plugger un nouveau point de vente, qu'il soit de la même enseigne ou non »*

2/ DÉTERMINER SI VOTRE PROFIL CORRESPOND À CES MODÈLES

Du côté des enseignes, il peut être toutefois difficile de déterminer s'il s'agit du bon moment pour qu'un franchisé évolue et se développe sur un nouveau point de vente. « *Je ne sais pas si on est vraiment capable, en tant que franchiseur, de savoir quand ils sont prêts. Je ne suis même pas sûr que le franchisé lui-même le sache vraiment* », estime Erwann Rouxel, fondateur de l'enseigne Signorizza avant de préciser :

> **« *Effectivement, on perçoit si un franchisé est capable de faire un deuxième puis un troisième. Il faut qu'il soit à l'aise sur sa première unité et stable. Il faut qu'il puisse organiquement se projeter sur un autre point de vente.* »**

« *En revanche, on a beaucoup appris avec des multi-franchisés qui nous ont approché. Ce que l'on remarque est clair : ils ont tous la capacité à vite s'extraire du quotidien en ayant bien accompagné leurs équipes et ils sont vite capables d'y revenir en cas de problèmes. C'est un aspect très important quand on se développe et que l'on passe d'un à plusieurs points de vente* ». Pour le dirigeant de l'enseigne, c'est aussi une question d'ambition personnelle. « *J'ai un point de vente qui fonctionne, je veux en ouvrir un deuxième. On remarque clairement cet ADN là et c'est cette ambition qu'il faut déceler. Car, ce n'est pas le même métier ni la même vie de passer de franchisés à multi ou pluri-franchisé. En tant qu'enseigne, on est donc sensible à cela* », insiste Erwann Rouxel. Devenir multi ou pluri-franchisé ne serait donc pas forcément fait pour tout le monde. Comme en témoigne Régis Halbert, en charge du développement des enseignes Augustin et Mariette. « *Effectivement, on perçoit si un franchisé est capable de faire un deuxième puis un troisième. Il faut qu'il soit à l'aise sur sa première unité et stable. Il faut qu'il puisse organiquement se projeter sur un autre point de vente* », insiste-t-il. Même avis pour Nicolas Mouche, fondateur du réseau Le Club Café, pour qui il y a clairement des profils faits pour devenir multi ou pluri-franchisé. « *Sans jugement de valeur, on a des franchisés qui ont un coffee shop et qui sont très heureux comme ça. Et on a d'autres profils plus développeurs qui vont vouloir aller plus loin, se créer un territoire plus important. C'est à force d'échanger avec eux que l'on peut détecter ce profil. Une chose est importante dans notre métier : il ne faut jamais oublier qu'il faut très bien prendre en main son premier point de vente pour se développer sereinement. Cela limite le risque de casse, notamment sur la première implantation* », insiste-t-il Même analyse pour Inès Charara, responsable recrutement et intégration franchisés chez Midas. Cette dernière estime en effet que, dès le premier contact, il est possible d'analyser le potentiel du candidat en termes de développement. « *Dans ce cas, on bâtit avec lui un plan de développement à long terme, selon ses besoins et ses attentes. Mais c'est du cas par cas. On a des profils qui sont très commerçants et qui s'épanouiront sur un seul site, d'autres sont davantage faits pour se développer* », explique-t-elle. Du côté d'Yves Rocher, là aussi les profils sont identifiés assez rapidement. « *L'idée est qu'il s'approprie le business model avant de se développer. On estime qu'il est prêt à partir du moment où sa structure managériale est en place et lui permet de s'extraire pour prendre la main sur un autre point de vente* », insiste Stéphanie Vincent, responsable développement d'Yves Rocher.

3/ MISER SUR DES ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES

L'autre point important quand on se développe avec d'autres enseignes et que l'on souhaite devenir pluri-franchisé est de miser sur la complémentarité des activités. Les raisons pouvant pousser les entrepreneurs franchisés à poursuivre leur aventure avec d'autres réseaux sont multiples. Parmi elles, figure la volonté de lisser le chiffre d'affaires et d'éventuellement pallier la saisonnalité de leur première affaire. Comme en témoigne Jérémie Demangel, à la tête de plusieurs établissements Pokawa et Waffle Factory. « *On sait que Pokawa, par exemple, fonctionne très fort le midi et apporte donc un certain type de rémunération. Je voulais une rémunération, justement, qui soit la plus flat possible, sans trop de saisonnalité* », détaille l'entrepreneur, avant de souligner : « *En intégrant une enseigne comme Waffle Factory, très forte l'après-midi notamment l'hiver, cela me permet justement de lisser l'activité* ». Pour d'autres franchisés, s'orienter vers des enseignes complémentaires permet de mieux mailler le territoire et créer sa propre concurrence. « *Je vise uniquement les jumbos, ces grands centres commerciaux. Une problématique est donc vite arrivée* », pointe Thierry Amichaud. « *En effet, en Île-de-France, il n'y en a pas tant que cela.* » Pour mieux mailler son territoire, il s'oriente donc vers d'autres enseignes, toujours dans la restauration. « *Aujourd'hui, je suis franchisé Columbus Café et depuis peu Berliner* », confie-t-il. Autant d'enseignes qui permettent donc de diversifier le portefeuille et pallier les éventuelles baisses de performances ponctuelles sur certains marchés. N'hésitez donc pas à vous diversifier !

> “ En intégrant une enseigne comme Waffle Factory, très forte l'après-midi notamment l'hiver, cela me permet justement de lisser l'activité. ”

4/ FAIRE ATTENTION AUX VALEURS DE VOS FRANCHISEURS

Mais une autre question peut vite se poser quand on souhaite se développer sur d'autres réseaux : comment bien choisir ? Vous connaissez très bien votre premier franchiseur, ses valeurs, sa vision et ses ambitions. Mais vous souhaitez diversifier votre portefeuille en intégrant une autre enseigne. En franchise, le coup de cœur existe mais il est important d'être vigilant, de s'écouter et de se renseigner. Lors du Multi-Unit Forum, Kamel Boulhadid, à la tête de 100 points de ventes d'une dizaine d'enseignes différentes, a livré ses conseils. « *Ce qui est le plus important reste de choisir son franchiseur par rapport à ses valeurs. Il faut choisir les fondateurs, les vraies personnes… Pas des fonds d'investissements !* », insiste le chef d'entreprise. Et ce dernier insiste : « *Choisissez des personnes qui sont dans le business comme vous, comme moi. Choisissez des fondateurs, des personnes qui sont avec la marque et travaillent pour la marque !* » En privilégiant ce type de profils à la tête d'enseigne, le pluri-franchisé assure que cela facilite les relations. « *Ce sont des personnes qui ont commencé comme vous, ils sont partis de rien. La compréhension est plus simple et ils n'ont pas peur de vous laisser faire les choses* », précise Kamel Boulhadid. Mais dans vos volontés de développement avec de nouvelles enseignes, vous pouvez être confronté à la frilosité de votre premier franchiseur. Certains sont, en effet, peu ouverts à la pluri-franchise, par peur mais bien souvent par méconnaissance. « *Le franchiseur doit comprendre, qu'à un moment donné, vous devez aussi grandir* », souligne Kamel Boulhadid, avant de détailler : « *Quand vous avez une exclusivité sur une ou deux villes, vous ne pouvez pas vous étendre. Je suis originaire de l'Est, de Mulhouse. Je ne peux pas aller m'étendre à Montpellier. Donc le franchiseur doit comprendre que vous devez pouvoir vous développer. Quand un arbre ne grandit pas, il meurt. C'est pareil pour le franchisé. S'il ne peut pas s'exprimer avec d'autres enseignes, il meurt. Et c'est aussi pour cela que c'est important de travailler avec des fondateurs, car ils comprennent cette logique-là* ».

5/ NE PAS NÉGLIGER L'OPÉRATIONNEL

Dernier point primordial avant de passer le cap et de vous développer sur un nouveau point de vente reste votre organisation. Vous ne pourrez pas être présent à 100 % sur toutes vos unités. Il faut donc, avant de devenir multi ou pluri-franchisé, avoir une organisation saine, solide et stable. Cela passe par une structuration de votre entreprise et par le fait de savoir déléguer. Kamel Boulhadid confirme : « *Il faut s'organiser correctement, c'est certain. Je suis entouré de personnes exceptionnelles, je ne suis pas seul. On est structuré de telle façon que chaque marque est dirigée par un directeur des opérations. Quand vous grandissez, il faut faire attention de ne pas mélanger toutes les directions des opérations. Chaque marque fonctionne différemment. Avoir des collaborateurs focus est une vraie valeur ajoutée* ». Marc Vanhove, fondateur et dirigeant du réseau Bistrot Régent et également présent au Multi-Unit Forum, affirme que l'une des clés de réussite d'un pluri ou multi-franchisé est de savoir en effet s'entourer. « *La qualité première c'est de savoir s'entourer de personnes compétentes et tout le monde ne sait pas le faire* », admet-il avant de préciser : « *Nous avons des franchisés qui sont à la tête de 10 points de vente et qui parviennent à conserver une efficacité opérationnelle car ils ont su s'entourer, faire passer les messages clés. C'est le don de savoir recruter les bonnes personnes pour se développer, et quand on n'y parvient pas, cela peut bloquer, c'est certain* ». Quand on se développe en multi ou pluri-franchise, se pose aussi indéniablement la question de l'éloignement entre chaque unité. Diversifier son portefeuille est une manière de mailler un territoire donné, il est donc important de veiller à la distance entre vos établissements pour une efficacité opérationnelle et managériale. « *J'ai du mal à concevoir que l'on peut exploiter un deuxième point de vente en franchise à plus de 100 kilomètres, effectivement* », souligne Régis Halbert, avant de préciser : « *Tout simplement parce qu'il faut être dans ses unités* ». De son côté, Nicolas Mouche assure : « *Pour se développer sereinement, il ne faut pas aller trop vite, il faut donc prendre le temps et déterminer si on est capable de maîtriser ses équipes à distance* ». Et ce dernier ajoute : « *Parce que devenir multi ou pluri-franchisé c'est aussi ça : ne pas être partout en même temps. Il faut donc l'avoir bien compris* ». Vous l'aurez donc compris en lisant ces différents témoignages : se développer et devenir multi ou pluri-franchisé est un changement d'envergure pour votre entreprise. Il est important donc d'en avoir conscience et de bien maîtriser sa première activité avant de passer le cap. Notamment si votre volonté est de rejoindre une autre enseigne. Et, comme dans tout votre parcours entrepreneurial, faites-vous accompagner ! Échangez avec vos pairs, vos proches ou vos différents conseils vous permettra de prendre des décisions éclairées, sans impacter votre première activité !

> « *Parce que devenir multi ou pluri-franchisé c'est aussi ça : ne pas être partout en même temps.* »

REMERCIEMENTS & CONTACTS UTILES

Merci à Carmila pour son implication dans cet évènement.

Merci à tous les Multi et Pluri-Franchisés qui se sont investis dans **LE LAB by Progressium** mais aussi dans les débats de l'après-midi. Leur participation a pu faire naître ce livre blanc pour résumer l'ensemble de ces réflexions.

LE LAB by progressium

Les multi et pluri-franchisés suivants ont ainsi participé :
Thierry AMICHAUD, Tilak ANANDOUT, Nourreddine ATTAFI, Laurence BANCEL, Youssef BELMEHDI, Othman BENAMAR, Abdel BENKAHLA, Angélique BENKALHA, Alexis BLANCHART, Véronique BOULEY-LEBON, Luc BRINGOLET, Achille CAMPION, Olivier CHASSAGNY, Jeremie DEMANGEL, Nathalie DESILLE, Yoann DESILLE, Henrique DIOGO, Cyril DURAND, Ghani EL FEGIR, Thomas FEREY, Simon FOUCHET, Julien GLADSTEIN, Rodolphe HSIA, Vincent LADOUGNE, Charlotte LE TILLY, Patrice LE TILLY, Fabien LEGAY, Sandrine LEGAY, Yohan LIBERPREY, Albi MADUREL, Loic MEDARD, Marie MERCIER, Nicolas MEUNIER, David MEYER – TERVILLE, Bernard MICHAUD, Edmond MICHEL, Jean-Louis MOCHAMPS, Pierre Olivier NEBOUT, Aurelie NICAISE, Damien PEREZ, Bruno PETREL, Anthony PINON, Christelle PONGE, Frédéric PRIOUX, Kenan RAGUIN, Pascal RAGUIN, René-François RAZEL, Maxime RAZOU, Michèle RIOU, Allan ROBIN, Gaetan ROHR, Alain ROUX, Alex ROUX, Sanaa SAHROURDI, Farid SEGHROUCHNI, Pierre-Yves SIMON, Cédric SIROT, James-Robert THEIS, Patrick THEIS, Loic THIEVON, Michael THIEVON, Wilfried VANDEPUTTE, Nicolas VERROT, Sarah WAGNER, Andrew WHITTAKER.

Progressium
L'agence Progressium accompagne les franchiseurs et franchisés dans leur développement. L'ADN de Progressium est la progression et que l'accompagnement contribue à l'accélération du développement des réseaux de franchise.
www.progressium.fr

Contacts :
Emmanuel JURY, Président
ejury@progressium.fr
Marie Christine RIAZA, Customer Manager
mcriaza@progressium.fr

Franchise Expo Paris
Le salon Franchise Expo Paris, événement incontournable de l'entrepreneuriat en Franchise, a réuni pour sa 43e édition en mars 2024, plus de 32 000 participants et plus de 600 exposants. **La prochaine édition se déroulera les 15, 16 et 17 mars 2025, à Paris Porte de Versailles.**

Contact :
Alexandra Crépin, Responsable Marketing & Communication Internationale
alexandra.crepin@infopro-digital.com

Livre blanc rédigé et réalisé par Franchise Expo Paris & Progressium.

DES IDÉES POUR DÉVELOPPER VOTRE BUSINESS

franchise expo PARIS

Fédération Française Franchise

DU 15 -17 MARS 2025

PARIS - PORTE DE VERSAILLES

Pour plus d'informations : alexandra.crepin@infopro-digital.com

organisé par infopro digital