



Rapport

Analyse économique de l'industrie de la franchise au Québec



**Raymond Chabot
Grant Thornton**

L'instinct de la croissance ^{MC}

15 juin 2018

Présenté à :



En collaboration avec :

Québec

FASKEN

**BANQUE
NATIONALE**

Le 15 juin 2018

**Raymond Chabot
Grant Thornton & Cie S.E.N.C.R.L.**
Bureau 2000
Tour de la Banque Nationale
600, rue De La Gauchetière Ouest
Montréal (Québec) H3B 4L8

T 514 878-2691

Monsieur Christian Champagne, président-directeur général
Conseil québécois de la franchise
2115, boulevard des Laurentides
Laval (Québec) H7M 4M2

Objet : Rapport – Analyse économique de l'industrie de la franchise au Québec

Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous présenter notre rapport portant sur l'industrie de la franchise au Québec. Il est destiné à l'usage de la direction du **Conseil québécois de la franchise** (ci-après le « CQF ») et ne devrait donc pas être distribué à d'autres fins que celles convenues. Une autorisation préalable de Raymond Chabot Grant Thornton & Cie S.E.N.C.R.L. (ci-après « RCGT ») est requise pour tout autre usage.

Nous tenons à souligner l'excellente collaboration de toutes les personnes rencontrées au cours de la réalisation du mandat.

Nous vous remercions de la confiance que vous nous témoignez et nous demeurons à votre disposition pour toute assistance supplémentaire ou pour vous accompagner dans la poursuite de vos objectifs.

Pour toute information supplémentaire, n'hésitez pas à communiquer avec Nicolas Plante au 514 954-4633.

En espérant avoir l'occasion de partager vos défis, nous vous prions de recevoir, Monsieur, nos salutations les plus distinguées.



Nicolas Plante

Associé — Conseil en management

Jean-Philippe Brosseau
Directeur principal — Conseil en management

Table des matières

« Chez RCGT, nous faisons tous les efforts nécessaires et mettons à contribution tout notre talent pour aider les organisations performantes à réaliser leur plein potentiel de croissance. »

Rapport

Glossaire	1
1. Sommaire	2
2. Contexte du mandat et objectifs	5
3. Approche de réalisation	7
4. Apport de la franchise dans l'économie québécoise .	10
5. Performance du modèle d'affaires de la franchise	23
6. Niveau d'intégration du numérique	26
7. Conclusion.....	28

Annexes

Annexe 1 Tableaux supplémentaires

Annexe 2 Sommaire des résultats des sondages

Annexe 3 Formulaires des sondages

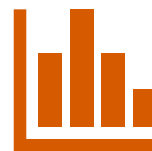
Rapport



Glossaire

Bannière	Marque (synonyme pour franchiseur)
CQF	Conseil québécois de la franchise
Enseigne	Marque (synonyme pour franchiseur)
Franchiseur	L'entreprise à l'origine de la franchise (propriétaire de la marque)
Franchisé	Celui qui exploite la marque d'une entreprise par un contrat de franchisage
PIB	Produit intérieur brut
Point de vente	Succursale exploitée par un franchisé
RCGT	Raymond Chabot Grant Thornton
SCIAN	Système de classification des industries de l'Amérique du Nord
SCN	Système de comptabilité nationale

1. Sommaire



Le Conseil québécois de la franchise (ci-après le « CQF ») regroupe les franchiseurs et les franchisés de même que les fournisseurs de l'industrie de la franchise au Québec. La mission du CQF est de promouvoir et d'encadrer la franchise comme modèle d'affaires performant. À cet effet, le CQF participe à la réalisation d'études visant à dresser le portrait de l'industrie de la franchise depuis plusieurs années. Dans ce contexte, le CQF a mandaté Raymond Chabot Grant Thornton & Cie S.E.N.C.R.L. (ci-après « RCGT ») afin de dresser un portrait de l'impact de l'industrie dans l'économie du Québec. Plus précisément, le mandat avait comme objectifs de :

- **Objectif 1** : Évaluer l'apport de l'industrie de la franchise dans l'économie québécoise;
- **Objectif 2** : Évaluer la performance du modèle d'affaires de la franchise au Québec;
- **Objectif 3** : Documenter la présence des enseignes québécoises à l'international;
- **Objectif 4** : Documenter le niveau d'intégration du numérique chez les franchiseurs au Québec.

L'évaluation de l'impact de l'industrie de la franchise dans l'économie québécoise découle de la collecte de données primaires et secondaires.

- Une collecte de données primaires a été réalisée auprès des acteurs des différents secteurs de l'industrie de la franchise. Sous forme de sondages, cette collecte visait à documenter certains aspects qualitatifs reliés au franchisage, notamment les stratégies d'accès à l'entrepreneuriat, la croissance à l'international et le degré d'intégration du numérique chez les franchiseurs. Dans l'optique de valider les informations recueillies lors de la collecte de données secondaires, des questions de nature quantitative ont également été formulées (emplois, chiffre d'affaires, etc.);
- Une collecte de données secondaires (PIB, emplois, chiffre d'affaires, etc.) portant sur les secteurs d'activité de l'industrie de la franchise a été réalisée auprès notamment de Statistique Canada et d'Industrie Canada.

Impact économique de l'industrie de la franchise au Québec Année 2016

457 enseignes réparties dans plusieurs
secteurs d'activité

15 493 points de vente

Chiffre d'affaires total de 59,4 G\$

Impact sur le PIB

Direct: 13,8 G\$

Indirect: 5,9 G\$

Total: 19,7 G\$

5,6 % du PIB du Québec

Impact sur l'emploi

Direct: 344 750 emplois

Indirect: 60 640 emplois

Total: 405 390 emplois

9,8 % du total d'emplois au
Québec

Sources : Statistique Canada, base de données Indicia, sondage auprès de franchiseurs et franchisés et calculs RCGT.

UN MODÈLE D'AFFAIRES PERFORMANT

- Le taux de croissance annuel moyen net du nombre de franchiseurs en activité au Québec a été de **5,7 %** entre 2013 et 2016 :
 - **Taux d'entrée annuel moyen** : + 7,30 %;
 - **Taux de sortie annuel moyen** : - 1,92 %.
- Le taux de croissance annuel moyen net du nombre de franchiseurs en activité au Québec a été de **5,9 points de pourcentage supérieur** à celui de l'ensemble des entreprises au cours de cette période.



UN VIRAGE NUMÉRIQUE EST EN COURS

- **Plusieurs nouvelles technologies numériques** ont déjà été intégrées par les franchiseurs dans leurs commerces au Québec.
 - **Logiciels applicatifs et outils de gestion** (ex. : suites bureautiques, progiciels de gestion, etc.);
 - **Plateforme de communication et de collaboration** (ex. : intranet, outils de cyberconférence et de visioconférence, logiciels de gestion de projet, forum de discussion, etc.);
 - **Outils analytiques** (ex. : logiciels d'analyse Web, de réseaux sociaux, de contenu, etc.);
 - **Technologies de l'information avec les fournisseurs et les clients** (ex. : sites Internet, extranet, réseaux sociaux, messagerie instantanée, etc.).
- Malgré tout, les franchiseurs font face à **certains défis**, principalement reliés à la méconnaissance des nouveaux outils et des processus pour les intégrer dans leurs activités.



2. Contexte du mandat et objectifs

2.1. MISE EN CONTEXTE

Le franchisage est une stratégie de distribution de produits et services. La rentabilité du modèle d'affaires réside dans l'atteinte d'un nombre suffisamment élevé de franchises. De cette manière, les redevances et les autres frais de franchise perçus aux termes de l'exploitation des franchisés excèdent suffisamment les coûts de développement et d'innovation de l'infrastructure du franchiseur. Il s'agit d'un modèle d'affaires populaire au Québec, alors qu'on y recense plus de 400 franchiseurs, dont plusieurs bannières québécoises. On peut donc qualifier l'industrie de la franchise d'importante créatrice de richesse pour la province.

Le CQF regroupe les franchiseurs et les franchisés de même que les fournisseurs de l'industrie de la franchise au Québec. Sa mission est de promouvoir et d'encadrer la franchise comme modèle d'affaires performant. À cet effet, le CQF partage, au travers d'activités diverses, son expertise et ses connaissances avec des acteurs de l'industrie. Ce processus s'inscrit dans l'objectif de développer leurs compétences et d'accorder aux futurs franchiseurs et franchisés toute l'assistance nécessaire à la mise en place et au développement de cette formule.

De plus, le CQF participe à la réalisation d'études visant à dresser le portrait de l'industrie de la franchise depuis plusieurs années. L'un des objectifs derrière ces études est d'augmenter la notoriété économique du modèle d'affaires des franchises, ce qui pourrait permettre à l'industrie de croître davantage.

Compte tenu de ce qui précède, le CQF souhaite développer un écosystème de formation et d'accompagnement pour les entrepreneurs du secteur de la franchise. Cette stratégie vise à reconnaître, à soutenir et à rendre plus performante l'industrie québécoise de la franchise en y apportant, à tous les stades de développement, les meilleures pratiques actuelles des domaines de l'entrepreneuriat et du numérique. Plus précisément, cette stratégie cherche à :

- Contribuer à l'accroissement du nombre d'entrepreneurs au Québec;
- Développer les compétences entrepreneuriales et numériques des dirigeants et de leur équipe;
- Améliorer la compétitivité, la productivité et le contrôle qualité des réseaux de franchises;
- Internationaliser des bannières à propriété québécoise;
- Déployer les activités selon un modèle qui mobilise, suscite l'adhésion des parties prenantes et génère de l'achalandage.

2.2. MANDAT

Dans ce contexte, le CQF a mandaté RCGT afin de dresser un portrait plus détaillé de l'impact de l'industrie dans l'économie du Québec. Dès lors, dans les démarches visant à mettre sur pied l'écosystème de formation et d'accompagnement, cette étude appuiera le CQF auprès des décideurs.

2.3. OBJECTIFS

Plus précisément, le mandat avait comme objectifs de :

- **Objectif 1** : Évaluer l'apport de l'industrie de la franchise dans l'économie québécoise;
- **Objectif 2** : Évaluer la performance du modèle d'affaires de la franchise au Québec;
- **Objectif 3** : Documenter la présence des enseignes québécoises à l'international;
- **Objectif 4** : Documenter le niveau d'intégration du numérique chez les franchiseurs au Québec.

2.4. PLAN DU RAPPORT

Le rapport contient les sections suivantes :

- **Apport de la franchise dans l'économie québécoise (section 4)** : cette section dresse un portrait économique général de l'industrie de la franchise au Québec en répertoriant par secteur d'activité des données relatives au nombre de bannières présentes, au nombre de points de vente, au chiffre d'affaires, au nombre d'emplois ainsi qu'au PIB. Les impacts indirects de l'industrie de la franchise sur le PIB du Québec et le nombre d'emplois sont également documentés;
- **Performance du modèle d'affaires de la franchise (section 5)** : cette section présente des données relatives au taux de succès des entreprises franchisées. On y retrouve notamment les taux d'entrée et de sortie annuels moyens des franchiseurs au Québec entre 2013 et 2016. Ceux-ci sont comparés aux taux d'entrée et de sortie annuels moyens de l'ensemble des entreprises. On retrouve également dans cette section un portrait de la présence des enseignes québécoises à l'international. Finalement, celle-ci se conclut par une discussion sur les différentes formes de support que peuvent apporter les franchiseurs à leurs franchisés dans le processus d'achat de nouvelles franchises;
- **Niveau d'intégration du numérique (section 6)** : cette section dresse un portrait du degré d'intégration des technologies numériques dans les commerces franchisés. Elle répertorie une liste des technologies intégrées par les franchiseurs et documente les principaux défis liés à l'intégration du numérique dans les commerces franchisés.

3. Approche de réalisation

La méthodologie s'est répartie en trois principales étapes, à savoir :

Étape 1 – Collecte de données secondaires :

- Une collecte de données secondaires (PIB, emplois, chiffre d'affaires, etc.) portant sur les secteurs d'activité de l'industrie de la franchise a été réalisée auprès notamment de Statistique Canada et d'Industrie Canada;
- Une liste créée par la firme Indicia¹ recensant les différents points vente appartenant à l'industrie de la franchise au Québec a été utilisée dans le cadre des analyses.

Étape 2 – Collecte de données primaires :

- Une collecte de données primaires a été réalisée auprès des acteurs des différents secteurs de l'industrie de la franchise. Sous forme de sondages, cette collecte visait à documenter certains aspects qualitatifs reliés au franchisage, notamment les stratégies d'accès à l'entrepreneuriat, la croissance à l'international et le degré d'intégration du numérique chez les franchiseurs. Dans l'optique de valider les informations recueillies lors de la collecte de données secondaires, des questions de nature quantitative ont également été formulées (emplois, chiffre d'affaires, etc.);
- Au total, trois sondages différents ont été effectués auprès des acteurs suivants :

Sondage n° 1 – Franchiseurs québécois

Aspects documentés :

- Ventes pour leur dernier exercice financier;
- Nombre d'emplois;
- Investissement initial du franchisé;
- Liste des formes de soutien que peut apporter le franchiseur aux franchisés;
- Degré d'intégration du numérique;
- Liste des technologies intégrées dans l'enseigne pour un virage numérique;
- Niveau de difficulté à intégrer le numérique dans les commerces franchisés.

¹ Indicia, *Étude sur le poids relatif de la franchise dans l'économie québécoise (mise à jour 2017)*.

Sondage n° 2 – Franchiseurs internationaux ou d'ailleurs au Canada

Aspects documentés :

- Ventes pour leur dernier exercice financier;
- Nombre d'emplois.

Sondage n° 3 – Franchisés

Aspects documentés :

- Informations sociodémographiques sur les franchisés :
 - ◆ Sexe;
 - ◆ Âge;
 - ◆ Niveau d'éducation;
- Principal motif ayant mené à devenir franchisé;
- Investissement initial du franchisé;
- Liste des formes de soutien que peut apporter le franchiseur aux franchisés.

Étape 3 – Évaluation de l'impact de l'industrie de la franchise dans l'économie québécoise :

- L'évaluation de l'impact de l'industrie de la franchise dans l'économie québécoise découle de la collecte des données primaires et secondaires. L'analyse comporte trois grands thèmes, correspondant chacun à une section du rapport :
 - **Apport de la franchise dans l'économie québécoise :**
 - ◆ Les enseignes québécoises;
 - ◆ Les enseignes internationales ou d'ailleurs au Canada;
 - **Performance du modèle d'affaires de la franchise :**
 - ◆ Taux de succès;
 - ◆ Croissance à l'international;
 - ◆ Stratégie d'accès à l'entrepreneuriat;
 - **Degré d'intégration du numérique.**

Afin d'évaluer l'apport de la franchise dans l'économie québécoise, des estimations ont été effectuées afin d'isoler la part attribuable à la franchise dans les données économiques des différents secteurs d'activité économique. Des données sur le PIB, le chiffre d'affaires et le nombre d'emplois au Québec ont été collectées selon le système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) pour les secteurs d'activité qui regroupent des opérations de commerces franchisés. Cependant, ce n'est pas l'entièreté de l'activité économique de ces secteurs qui découle de l'activité des franchises; c'est pourquoi des estimations ont été nécessaires pour chacune des catégories de franchises. Elles reposent sur le ratio entre le nombre de commerces franchisés dans un secteur et le nombre de commerces total du secteur. La figure 1 illustre le calcul de la part attribuable à la franchise dans un secteur d'activité.

Figure 1 – Calcul de la part attribuable à la franchise dans un secteur d'activité



Un ratio a été calculé pour chacun des secteurs SCIAN qui regroupent des opérations de commerces franchisés. Ceux-ci ont ensuite été multipliés par le chiffre d'affaires, le nombre d'emplois et le PIB des secteurs SCIAN associés. Ces calculs ont permis d'estimer la part attribuable aux franchises dans ces données économiques. La figure 2 illustre le calcul du chiffre d'affaires des franchises dans un secteur donné. Le principe est le même pour les calculs de la valeur ajoutée sur le PIB et du nombre d'emplois.

Figure 2 – Calcul du chiffre d'affaires attribuable à la franchise dans un secteur d'activité



L'année de référence des données collectées et analysées est 2016. Elles proviennent des tableaux CANSIM de Statistique Canada suivants :

- **080-0020** : Commerce de détail, ventes selon le SCIAN, mensuel;
- **381-0031** : Production, selon le secteur et l'industrie, provinciaux et territoriaux, annuel;
- **379-0030** : PIB aux prix de base, selon le SCIAN, provinces et territoires, annuel;
- **383-0031** : Statistiques du travail conformes au SCN par province et territoire, selon la catégorie d'emploi et le SCIAN, annuel.

Limites

Dans certains secteurs d'activité de la franchise, les points de vente ne sont pas tous la propriété d'un franchisé. En effet, certains commerces sont contrôlés à 100 % par le siège social. Il s'agit cependant d'une minorité de commerces qui sont régis de la sorte. Ceci étant dit, les estimations du chiffre d'affaires, du nombre d'emplois et de la valeur ajoutée sur le PIB de chacun des secteurs de la franchise reposent sur la liste des commerces franchisés recensés par la firme Indicia. Or, cette liste ne fait pas la distinction entre le modèle corporatif et le modèle de la franchise. En conséquence, les estimations présentées dans ce rapport ne concernent pas seulement les commerces sous le modèle de la franchise, mais tous les points de vente affichant l'enseigne d'un franchiseur.

4. Apport de la franchise dans l'économie québécoise

Cette section dresse un portrait économique général de l'industrie de la franchise au Québec en répertoriant par secteur d'activité des données relatives au nombre de bannières présentes, au nombre de points de vente, au chiffre d'affaires, au nombre d'emplois ainsi qu'au PIB. Les impacts indirects de l'industrie de la franchise sur le PIB du Québec et le nombre d'emplois sont également documentés. Une distinction est faite entre les enseignes québécoises et les enseignes internationales ou d'ailleurs au Canada. Une bannière est considérée comme étant québécoise si le siège social de l'entreprise se situe au Québec.

4.1. LES ENSEIGNES QUÉBÉCOISES

Le Québec compte 283 bannières québécoises en activité sur son territoire. Ces différentes bannières sont réparties en plusieurs catégories. Le secteur d'activité le plus représenté est la restauration, où l'on compte 121 enseignes dont le siège social se situe au Québec. Au total, 8 435 points de vente sont affiliés à ces différentes bannières. Le tableau suivant présente la répartition des bannières québécoises et des points de vente affiliés selon chacune des catégories de franchises. Une description des catégories de franchises est présentée en annexe.

Tableau 1 – Répartition des enseignes québécoises et des points de vente affiliés selon la catégorie de franchise (2016)

Catégorie	Nombre d'enseignes	Nombre de points de vente	% du nombre total de points de vente des enseignes québécoises
Restauration	121	2 014	24 %
Soins de santé	17	1 652	20 %
Automobile	24	1 245	15 %
Services spécialisés	17	614	7 %
Alimentation	16	594	7 %
Habitation	15	436	5 %
Loisir	13	411	5 %
Électronique	6	396	5 %
Soins personnels	7	286	3 %
Voyage	4	223	3 %
Immobilier	2	128	2 %
Habillement	3	97	1 %
Services animaliers	4	93	1 %
Services aux entreprises	9	64	1 %
Boutiques spécialisées	7	51	1 %
Construction et rénovation	6	50	1 %
Aménagement paysager	4	46	1 %
Éducation	5	14	< 1 %
Hôtellerie	1	10	< 1 %
Entreposage	1	7	< 1 %
Vente au détail	1	4	< 1 %
Total	283	8 435	100 %

Source : Base de données Indicia (mise à jour : janvier 2017).

Les enseignes pharmaceutiques dominent le palmarès des franchiseurs québécois comptant le plus grand nombre de commerces. En effet, quatre enseignes pharmaceutiques se retrouvent parmi les dix franchiseurs québécois qui détiennent le plus de points de vente au Québec.

Tableau 2 – Les dix enseignes québécoises les plus importantes en termes de points de vente au Québec (2016)

Enseigne	Nombre de points de vente
Jean Coutu	384
Uniprix	219
Unipneu	202
Proxim	191
ProColor	159
Familiprix	157
Gus	155
Vidéotron	153
Uni-Sélect	144
Cardio Plein Air	140

Source : Base de données Indicia (mise à jour : janvier 2017).

Le tableau 3 présente, pour chacun des secteurs d'activité, le chiffre d'affaires, le nombre d'emplois et la valeur ajoutée sur le PIB découlant de l'activité des commerces franchisés québécois.

- **Volume d'affaires :** Les estimations indiquent que le volume d'affaires des enseignes québécoises a été de près de 18,9 G\$ en 2016. Une grande partie des ventes sont attribuables aux franchiseurs de trois secteurs, soit les soins de santé, l'alimentation et la restauration. Plus de 60 % des ventes des franchiseurs québécois découlent de l'activité de ces trois secteurs. Le volume d'affaires des franchiseurs québécois est présenté dans le tableau 3 pour chacun des secteurs d'activité.
- **Marché du travail et secteurs d'activité :** L'analyse démontre qu'en 2016 163 160 emplois ont été directement reliés aux activités des enseignes québécoises. Ces emplois représentent plus de 4 % du nombre total d'emplois au Québec en 2016. Les secteurs de l'alimentation (33 360), des soins de santé (32 160) et de la restauration (31 750) comptent le plus d'emplois. Les nombres totaux d'emplois par secteur d'activité sont présentés dans le tableau 3.
- **Valeur ajoutée sur le PIB :** L'impact sur le PIB de l'activité des commerces franchisés québécois est évalué à près de 5,5 G\$ en 2016, ce qui correspond à environ 1,5 % du PIB du Québec pour cette même année. Les estimations de la valeur ajoutée sur le PIB des activités de franchise sont présentées dans le tableau 3 pour chacun des secteurs.

Tableau 3 – Chiffre d'affaires, nombre d'emplois et valeur ajoutée sur le PIB découlant de l'activité des commerces franchisés québécois, par secteur d'activité, en 2016 (ordre décroissant en fonction de la valeur ajoutée sur le PIB)

Secteur d'activité	Chiffre d'affaires (\$)	Nombre d'emplois	Valeur ajoutée sur le PIB (\$)
Soins de santé	6 513 820 000	32 160	1 506 873 000
Restauration	1 594 346 000	31 750	785 977 000
Alimentation	4 931 891 000	33 360	738 867 000
Automobile	1 056 318 000	8 240	618 667 000
Services spécialisés	422 670 000	25 670	368 737 000
Immobilier	577 670 000	740	342 306 000
Soins personnels	1 064 909 000	5 390	250 140 000
Loisir	848 600 000	6 420	232 705 000
Habitation	542 091 000	6 040	181 158 000
Électronique	538 070 000	3 040	146 450 000
Voyage	275 196 000	3 390	136 322 000
Services aux entreprises	77 604 000	800	47 468 000
Habillement	140 023 000	1 370	45 607 000
Services animaliers	100 610 000	730	25 740 000
Boutiques spécialisées	82 703 000	600	23 992 000
Entreposage	31 591 000	40	18 720 000
Aménagement paysager	32 354 000	680	17 908 000
Hôtellerie	17 037 000	180	10 362 000
Construction et rénovation	14 559 000	460	7 723 000
Vente au détail	36 835 000	150	5 148 000
Éducation	6 427 000	1 950	4 191 000
Total	18 905 324 000	163 160	5 515 061 000

Source : Estimation RCGT.

4.2. LES ENSEIGNES INTERNATIONALES ET D'AILLEURS AU CANADA

Plusieurs enseignes internationales et d'ailleurs au Canada sont également en activité au Québec. Selon la liste d'Indicia, 174 bannières comptaient au moins un commerce dans la province en 2016. Les secteurs de la restauration et de l'automobile sont les plus représentés.

Tableau 4 – Répartition des enseignes internationales selon la catégorie de franchise (2016)

Catégorie	Nombre d'enseignes	Nombre de points de vente	% du nombre total de points de vente des enseignes internationales
Restauration	47	2 470	35 %
Automobile	22	1 699	24 %
Services spécialisés	14	853	12 %
Alimentation	12	567	8 %
Construction et rénovation	2	291	4 %
Immobilier	3	270	4 %
Soins de santé	9	206	3 %
Services aux entreprises	9	183	3 %
Loisir	13	181	3 %
Hôtellerie	11	88	1 %
Vente au détail	4	79	1 %
Éducation	5	41	1 %
Habitation	8	40	1 %
Voyage	2	30	< 1 %
Services animaliers	3	20	< 1 %
Soins personnels	5	17	< 1 %
Boutiques spécialisées	3	15	< 1 %
Aménagement paysager	1	5	< 1 %
Autres	1	3	< 1 %
Total	174	7 058	100 %

Source : Base de données Indicia (mise à jour : janvier 2017).

Le Québec comptait 7 058 points de vente reliés à un franchiseur international ou d'ailleurs au Canada en 2016. Plus de 25 % de ces commerces étaient détenus par l'un des géants de la restauration rapide suivants : Subway, Tim Hortons et McDonald. À cet effet, le tableau 5 recense les dix enseignes internationales les plus importantes en termes de points de vente au Québec.

Tableau 5 – Les dix enseignes internationales les plus importantes en termes de points de vente au Québec (2016)

Enseigne	Nombre de points de vente
Subway	662
Tim Hortons	632
JAN-PRO Canada	450
Modern Entretien	350
McDonald	319
Mégapneu	257
Rona	191
Pharmaprix	171
H&R Block	154
IGA	153

Source : Base de données Indicia (mise à jour : janvier 2017).

Le tableau 6 présente, pour chacun des secteurs d'activité, le chiffre d'affaires, le nombre d'emplois et la valeur ajoutée sur le PIB découlant de l'activité des commerces franchisés d'origine internationale.

- **Volume d'affaires :** Les estimations indiquent que les franchiseurs internationaux se sont partagé un chiffre d'affaires de 40,5 G\$ au Québec en 2016. Ce montant correspond à plus du double du chiffre d'affaires des franchiseurs québécois. Cette grande différence découle principalement de l'intégration du chiffre d'affaires des concessionnaires automobiles, alors que ceux-ci représentent des enseignes internationales. Le chiffre d'affaires du secteur de l'automobile est estimé à 27,1 G\$ pour les franchiseurs internationaux, dont 25,3 G\$ sont attribuables aux concessionnaires automobiles. Les secteurs de l'alimentation (5,2 G\$) et de la restauration (2 G\$) sont respectivement deuxième et troisième en termes de contribution au chiffre d'affaires des franchiseurs internationaux. Le chiffre d'affaires des franchiseurs internationaux est présenté dans le tableau 6 pour chacun des secteurs d'activité.
- **Marché du travail et secteur d'activité :** Le nombre d'emplois directement reliés aux activités des franchiseurs internationaux est estimé à 181 630 au Québec en 2016. Ce nombre correspond à 4,4 % du total des emplois au Québec pour cette même année. De même que pour le chiffre d'affaires, les secteurs de l'automobile (58 750), de la restauration (38 940) et de l'alimentation (36 310) sont les secteurs qui ont le plus contribué au nombre total d'emplois. Les nombres totaux d'emplois par secteur d'activité sont présentés dans le tableau 6.
- **Valeur ajoutée sur le PIB :** Les analyses démontrent que l'impact sur le PIB découlant de l'activité des enseignes internationales a été de 8,2 G\$ en 2016. Cette somme correspond à 2,3 % du PIB du Québec pour cette même année. Les estimations de la valeur ajoutée sur le PIB découlant de l'activité des enseignes internationales sont présentées dans le tableau 6 pour chacun des secteurs.

Tableau 6 – Chiffre d'affaires, nombre d'emplois et valeur ajoutée sur le PIB découlant de l'activité des commerces franchisés internationaux, par secteur d'activité, en 2016 (ordre décroissant en fonction de la valeur ajoutée sur le PIB)

Secteur d'activité	Chiffre d'affaires (\$)	Nombre d'emplois	Valeur ajoutée sur le PIB (\$)
Automobile	27 117 670 000	58 750	3 862 155 000
Restauration	1 955 329 000	38 940	963 935 000
Services spécialisés	1 401 722 000	19 270	851 887 000
Alimentation	5 223 147 000	36 310	782 502 000
Immobilier	1 218 523 000	1 560	722 052 000
Construction et rénovation	1 160 223 000	5 440	299 483 000
Soins de santé	812 256 000	4 010	187 903 000
Services aux entreprises	271 115 000	2 060	169 817 000
Hôtellerie	191 671 000	2 070	116 570 000
Vente au détail	727 484 000	3 050	101 665 000
Loisir	165 489 000	2 610	88 394 000
Habitation	101 820 000	580	25 151 000
Voyage	37 022 000	460	18 339 000
Soins personnels	67 031 000	330	15 507 000
Éducation	18 823 000	5 700	12 274 000
Services animaliers	21 637 000	160	5 850 000
Boutiques spécialisées	27 431 000	210	5 621 000
Aménagement paysager	3 517 000	50	1 947 000
Autres	7 674 000	70	3 554 000
Total	40 529 584 000	181 630	8 234 606 000

Source : Estimation RCGT.

4.3. SOMMAIRE DE L'INDUSTRIE

En somme, le chiffre d'affaires lié aux activités des commerces franchisés est évalué à 59,4 G\$ au Québec en 2016. Par ailleurs, l'analyse démontre que 344 750 emplois sont directement reliés à ces activités. Finalement, la valeur ajoutée sur le PIB de l'ensemble de l'industrie de la franchise est évaluée à 13,8 G\$ en 2016, soit près de 4 % du PIB du Québec.

Tableau 7 – Chiffre d'affaires, nombre d'emplois et valeur ajoutée sur le PIB découlant de l'activité de l'ensemble des commerces franchisés au Québec, par secteur d'activité, en 2016 (ordre décroissant en fonction de la valeur ajoutée sur le PIB)

Secteur d'activité	Chiffre d'affaires (\$)	Nombre d'emplois	Valeur ajoutée sur le PIB (\$)
Automobile	28 173 988 000	66 990	4 480 822 000
Restauration	3 549 675 000	70 680	1 749 912 000
Soins de santé	7 326 076 000	36 170	1 694 777 000
Alimentation	10 155 038 000	69 670	1 521 369 000
Services spécialisés	1 824 392 000	44 940	1 220 624 000
Immobilier	1 796 193 000	2 300	1 064 358 000
Loisir	1 014 088 000	9 030	321 100 000
Construction et rénovation	1 174 783 000	5 900	307 206 000
Soins personnels	1 131 940 000	5 720	265 647 000
Services aux entreprises	348 719 000	2 860	217 285 000
Habitation	643 911 000	6 610	206 309 000
Voyage	312 218 000	3 840	154 662 000
Électronique	538 070 000	3 040	146 450 000
Hôtellerie	208 709 000	2 250	126 932 000
Vente au détail	764 318 000	3 200	106 812 000
Habillement	140 023 000	1 370	45 607 000
Services animaliers	122 247 000	880	33 052 000
Boutiques spécialisées	110 134 000	810	29 613 000
Aménagement paysager	35 870 000	750	19 855 000
Entreposage	31 591 000	40	18 720 000
Éducation	25 251 000	7 650	16 466 000
Autres	7 674 000	50	3 554 000
Total	59 434 908 000	344 750	13 751 132 000

Source : Estimation RCGT.

Note : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux indiqués dans le tableau ne correspondent pas nécessairement à la somme de leurs éléments.

Figure 3 – Valeur de l'impact direct sur le PIB de l'industrie de la franchise au Québec, franchiseurs québécois et étrangers, par catégorie, 2016

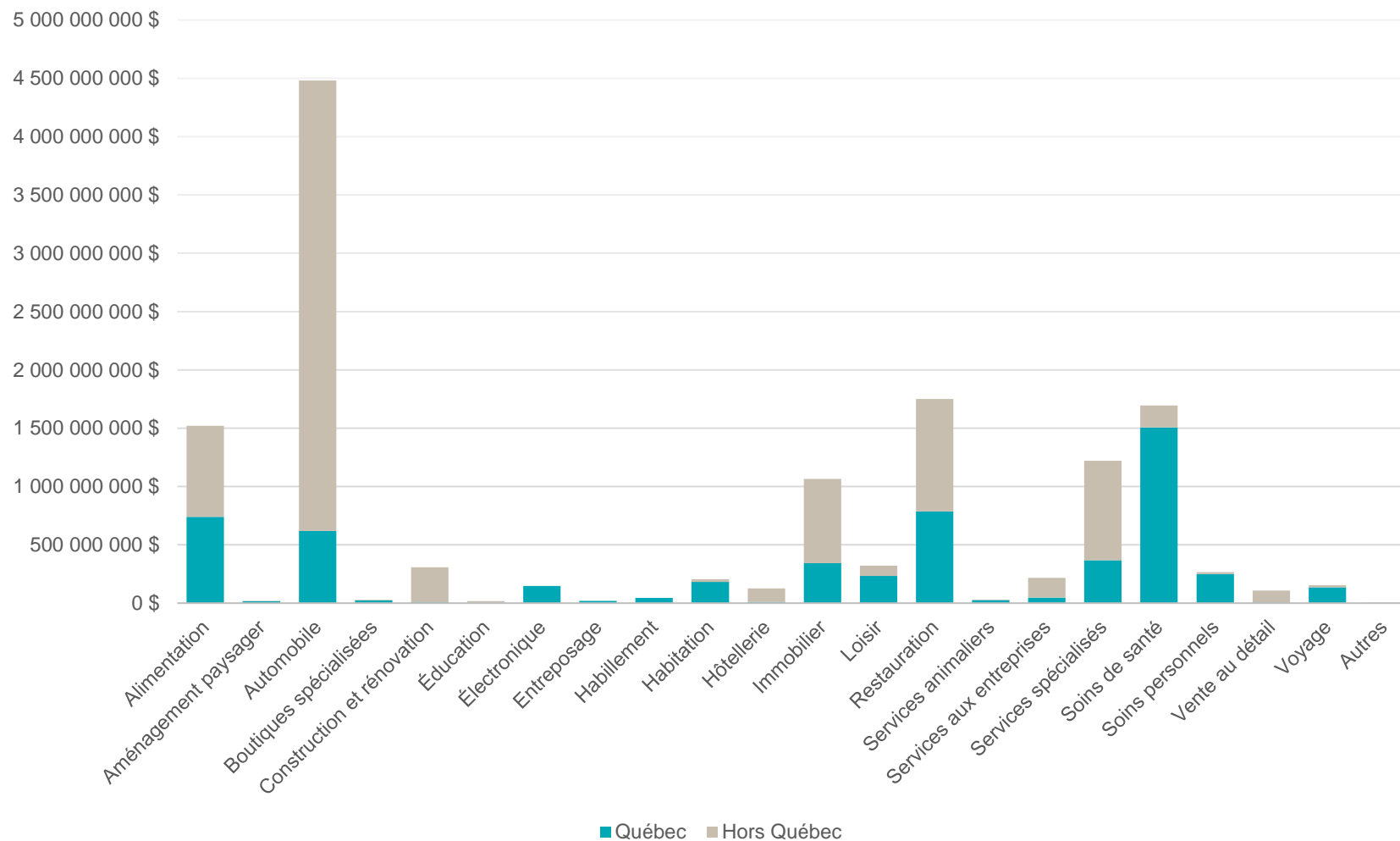
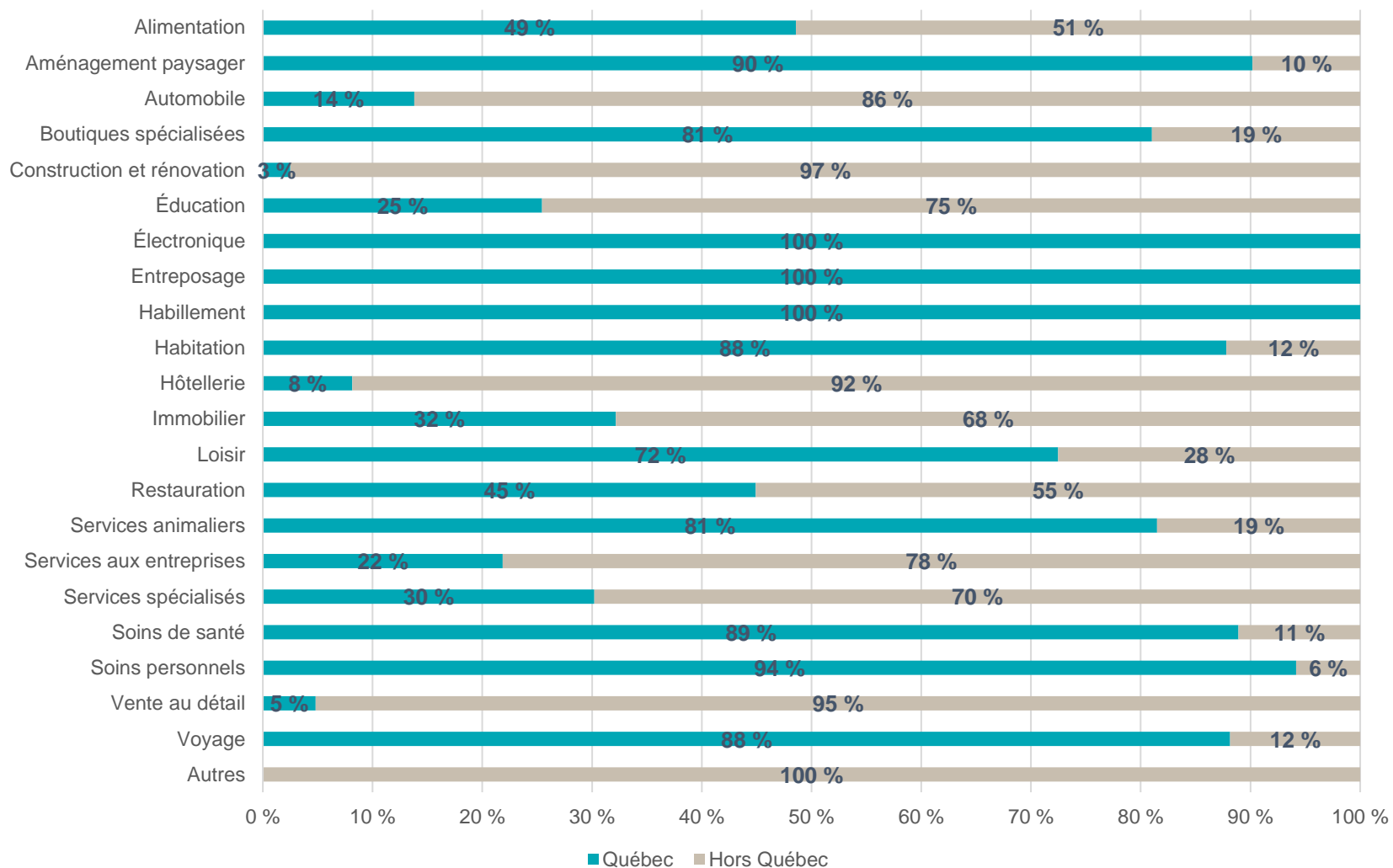


Figure 4 – Proportion de l'impact direct sur le PIB en fonction de la provenance du franchiseur, industrie de la franchise au Québec, par catégorie, 2016



4.4. EFFETS INDIRECTS SUR LE PIB

Les valeurs ajoutées sur le PIB présentées dans les tableaux 3, 6 et 7 correspondent à des effets directs. Ces valeurs découlent directement de l'activité des commerces franchisés. Or, ces activités ont également des effets indirects sur le PIB, correspondant à la variation de la production dans d'autres entreprises et industries qui fournissent des intrants aux commerces franchisés et qui résultent de l'activité de ceux-ci.

Les effets indirects sur le PIB ont été calculés pour chacun des secteurs d'activité de la franchise en utilisant les multiplicateurs d'entrées-sorties provinciaux de Statistique Canada. Ces multiplicateurs sont utilisés pour évaluer les effets sur l'économie d'un changement exogène dans la demande finale pour la production d'une industrie donnée. Ils fournissent une mesure d'interdépendance entre une industrie et le reste de l'économie.

Le tableau 8 présente les effets directs, indirects et totaux sur le PIB découlant de l'activité de l'ensemble des commerces franchisés pour chacun des secteurs. Les effets directs sur le PIB ont été utilisés comme intrants dans les calculs. Les effets directs, indirects et totaux sont présentés de manière distincte en annexe pour les franchiseurs québécois et internationaux.

Tableau 8 – Effets directs, indirects et totaux sur le PIB découlant de l'activité de l'ensemble des commerces franchisés au Québec, par secteur d'activité, en 2016 (ordre décroissant en fonction des effets totaux sur le PIB)

Secteur d'activité	Effets directs (\$)	Effets indirects (\$)	Effets totaux (\$)
Automobile	4 480 822 000	1 924 028 000	6 404 850 000
Restauration	1 749 912 000	751 398 000	2 501 310 000
Soins de santé	1 694 777 000	727 723 000	2 422 500 000
Alimentation	1 521 369 000	653 263 000	2 174 632 000
Services spécialisés	1 220 624 000	524 126 000	1 744 750 000
Immobilier	1 064 358 000	457 027 000	1 521 385 000
Loisir	321 100 000	137 878 000	458 978 000
Construction et rénovation	307 206 000	131 912 000	439 118 000
Soins personnels	265 647 000	114 066 000	379 713 000
Services aux entreprises	217 285 000	93 300 000	310 585 000
Habitation	206 309 000	88 587 000	294 896 000
Voyage	154 662 000	66 410 000	221 072 000
Électronique	146 450 000	62 884 000	209 334 000
Hôtellerie	126 932 000	54 504 000	181 436 000
Vente au détail	106 812 000	45 864 000	152 676 000
Habillement	45 607 000	19 583 000	65 190 000
Services animaliers	33 052 000	14 192 000	47 244 000

Secteur d'activité	Effets directs (\$)	Effets indirects (\$)	Effets totaux (\$)
Boutiques spécialisées	29 613 000	12 716 000	42 329 000
Aménagement paysager	19 855 000	8 525 000	28 380 000
Entreposage	18 720 000	8 038 000	26 758 000
Éducation	16 466 000	7 070 000	23 536 000
Autres	3 554 000	1 526 000	5 080 000
Total	13 751 132 000	5 904 620 000	19 655 752 000

Source : Estimation RCGT.

Note : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux indiqués dans le tableau ne correspondent pas nécessairement à la somme de leurs éléments.

Les estimations indiquent que les effets indirects sur le PIB des activités de l'ensemble des commerces franchisés ont été de 5,9 G\$ au Québec en 2016. Les effets totaux sont estimés à 19,7 G\$, soit 5,6 % du PIB du Québec en 2016.

4.5. EFFETS INDIRECTS SUR L'EMPLOI

Les effets indirects sur le nombre d'emplois ont également été estimés pour chacun des secteurs d'activité de la franchise en utilisant les multiplicateurs d'entrées-sorties provinciaux de Statistique Canada. Ces effets indirects indiquent le nombre d'emplois créés ou soutenus dans d'autres entreprises et industries qui fournissent des intrants aux commerces franchisés et qui résultent de l'activité de ceux-ci.

Le tableau 9 présente les effets directs, indirects et totaux sur l'emploi découlant de l'activité de l'ensemble des commerces franchisés pour chacun des secteurs. Les effets directs sur le nombre d'emplois ont été utilisés comme intrants dans les calculs. Les effets directs, indirects et totaux sont présentés de manière distincte en annexe pour les franchiseurs québécois et internationaux.

Tableau 9 – Effets directs, indirects et totaux sur le nombre d’emplois découlant de l’activité de l’ensemble des commerces franchisés au Québec, par secteur d’activité, en 2016 (ordre décroissant en fonction de l’effet total sur le nombre d’emplois)

Secteur d’activité	Effets directs	Effets indirects	Effets totaux
Automobile	66 990	17 390	84 380
Restauration	70 680	9 430	80 110
Alimentation	69 670	8 510	78 180
Services spécialisés	44 940	6 020	50 960
Soins de santé	36 170	6 820	42 990
Loisir	9 030	1 620	10 650
Éducation	7 650	1 080	8 730
Habitation	6 610	1 700	8 310
Construction et rénovation	5 900	1 210	7 110
Soins personnels	5 720	1 080	6 800
Voyage	3 840	1 000	4 840
Immobilier	2 300	1 750	4 050
Électronique	3 040	680	3 720
Vente au détail	3 200	520	3 720
Services aux entreprises	2 860	650	3 510
Hôtellerie	2 250	490	2 740
Habillement	1 370	260	1 630
Services animaliers	880	160	1 040
Boutiques spécialisées	810	130	940
Aménagement paysager	750	100	850
Autres	50	20	70
Entreposage	40	20	60
Total	344 750	60 640	405 390

Source : Estimation RCGT.

Note : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux indiqués dans le tableau ne correspondent pas nécessairement à la somme de leurs éléments.

Le nombre d’emplois indirects découlant de l’activité de l’ensemble des commerces franchisés est estimé à 60 640 au Québec en 2016. En combinant les effets directs et indirects, l’estimation est de 405 390 emplois, soit 9,8 % du nombre d’emplois au Québec en 2016.

5. Performance du modèle d'affaires de la franchise

Cette section présente des données relatives au taux de succès des entreprises franchisées. On y retrouve notamment les taux d'entrée et de sortie annuels moyens des franchiseurs au Québec entre 2013 et 2016. Une entrée correspond à une entreprise non présente une année, mais qui l'est l'année suivante, tandis qu'une sortie s'entend d'une entreprise présente une année et qui ne l'est plus l'année suivante. Les taux d'entrée et de sortie annuels moyens des franchiseurs au Québec sont comparés aux taux d'entrée et de sortie annuels moyens de l'ensemble des entreprises. On retrouve également dans cette section un portrait de la présence des enseignes québécoises à l'international, puis une réflexion sur les différentes formes de soutien que peuvent apporter les franchiseurs à leurs franchisés dans le processus d'achat de nouvelles franchises.

5.1.1. Taux de succès

Le nombre de franchiseurs présents au Québec est en croissance depuis 2013². En effet, le nombre d'enseignes comptant au minimum un commerce en activité est passé de 390 à 461 en 2016. Cette augmentation nette de 71 franchiseurs découle de la venue de 93 nouvelles bannières et du départ de 22 bannières. Il s'agit d'un taux de croissance de 18 % sur une période de trois ans.

À partir de ces données, il est possible de calculer les taux d'entrée et de sortie annuels moyens des franchiseurs au Québec. Pour l'industrie de la franchise au Québec, le taux d'entrée annuel moyen des franchiseurs a été de 7,39 % entre 2013 et 2016. Quant au taux de sortie annuel moyen, il a été de 1,92 % sur cette même période.

Tableau 10 – Taux d'entrée annuel moyen et taux de sortie annuel moyen des franchiseurs au Québec entre 2013 et 2016

	Taux d'entrée annuel moyen (2013-2016)	Taux de sortie annuel moyen (2013-2016)
Franchiseurs	+ 7,39 %	- 1,92 %

Sources : Indicia, *Étude sur le poids relatif de la franchise dans l'économie québécoise* (2017) et calculs de RCGT.

Le passage de 390 à 461 franchiseurs génère un taux de croissance annuel moyen net de 5,7 % sur cette période de trois ans. Il y a eu davantage de franchiseurs qui ont débuté des activités au Québec que de franchiseurs qui ont cessé les leurs.

Ce taux peut être comparé au taux de croissance annuel moyen net de l'ensemble des entreprises, qui peut être calculé pour cette même période avec les données de Statistique Canada sur la

² Indicia, *Étude sur le poids relatif de la franchise dans l'économie québécoise* (2017).

dynamique des entreprises au Québec³. Cette comparaison vise à situer la performance du modèle d'affaires de la franchise relativement à celle de l'ensemble des entreprises.

Sur cette même période, le nombre d'entreprises actives dans le secteur privé au Québec est passé de 220 950 en 2013 à 219 380 en 2016. Le taux de croissance annuel moyen net du nombre d'entreprises a donc été de -0,2 % entre 2013 et 2016. Relativement à l'ensemble de l'économie, le modèle d'affaires de la franchise a mieux performé en termes de création d'entreprises sur cette période.

Tableau 11 – Taux de croissance annuels moyens nets des franchiseurs et de l'ensemble des entreprises au Québec entre 2013 et 2016

Type d'entreprise	Taux de croissance annuel moyen net (2013-2016)
Franchiseurs	+ 5,7 %
Entreprises (globalement)	- 0,2 %
Différence (franchiseurs – entreprises)	+ 5,9 points de pourcentage

Sources : Statistique Canada, 2018, Tableau CANSIM 527-0007 – Mesure de la dynamique des entreprises, selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), provinces et territoires, annuel, et calculs de RCGT.

5.1.2. Croissance à l'international

Le modèle d'affaires de la franchise peut faciliter l'accès à des marchés étrangers. Plusieurs bannières d'origine québécoise sont en activité ailleurs au Canada, mais également à l'international. Afin de dresser un portrait de la présence des bannières québécoises à l'étranger, les franchiseurs sondés par RCGT ont été interrogés à ce sujet.

Près de la moitié des franchiseurs ont mentionné avoir des activités à l'étranger. Leurs activités se concentrent principalement dans les autres provinces canadiennes. Seulement trois des franchiseurs sondés ont mentionné avoir des activités à l'extérieur du Canada. Toutefois, le taux de réponse à ces questions a été relativement faible. La taille de l'échantillon ne permet pas d'inférer de ces résultats des conclusions valables pour l'ensemble de l'industrie de la franchise. En effet, seulement 18 franchiseurs ont répondu à ces questions. Il faut donc être prudent en interprétant ces résultats.

Les franchiseurs sondés ont tout de même mentionné qu'une partie des profits réalisés à l'étranger sont encaissés au Québec par le biais de redevances. De ce fait, c'est la population québécoise dans son ensemble qui peut bénéficier du succès de ses franchiseurs à l'étranger.

5.1.3. Stratégie d'accès à l'entrepreneuriat

La performance du modèle d'affaires de la franchise repose en partie sur les formes de soutien que peuvent apporter les franchiseurs à leurs franchisés dans le processus d'achat de nouvelles franchises. Lors du sondage effectué par RCGT auprès des franchisés, ces derniers ont été interrogés pour savoir quelles sont les formes de soutien que le franchiseur devrait apporter aux franchisés lors de l'achat d'une nouvelle franchise. Des choix de réponses ont été proposés sur la base de discussions entre RCGT, le CQF et d'autres acteurs de l'industrie. Le tableau suivant indique la

³ Statistique Canada, 2018, Tableau CANSIM 527-0007 – Mesure de la dynamique des entreprises, selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), provinces et territoires, annuel.

proportion des répondants qui ont mentionné les différentes formes de soutien proposées lors du sondage.

Tableau 12 – Proportion des répondants qui ont mentionné les différentes formes de soutien proposées

Forme de soutien	Proportion des répondants
Assistance marketing et publicitaire	88 %
Formation et assistance en continu	82 %
Formation initiale pour les employés	76 %
Assistance pour la localisation du site	62 %
Assistance pour la construction	58 %

Source : Sondage RCGT auprès des franchisés.

Les répondants ont majoritairement reconnu l'importance de toutes ces formes de soutien. Elles peuvent être essentielles pour les entrepreneurs avec peu d'expérience, tout en aidant les plus aguerris. Parmi ces choix, l'assistance marketing et publicitaire semble être la forme de soutien la plus appréciée des franchisés. Ceux-ci peuvent en effet profiter d'une marque de commerce déjà existante et des efforts du franchiseur pour la propulser davantage. Par ailleurs, plusieurs franchisés ont souligné l'importance de l'aide financière que peuvent procurer les franchiseurs. Ces derniers peuvent notamment faciliter l'accès à du financement auprès d'une institution financière.

6. Niveau d'intégration du numérique

Cette section dresse un portrait du degré d'intégration des technologies numériques dans les commerces franchisés. Elle répertorie une liste des technologies intégrées par les franchiseurs et documente les principaux défis liés à l'intégration du numérique dans les commerces franchisés.

6.1. LE NIVEAU D'INTÉGRATION DU NUMÉRIQUE CHEZ LES FRANCHISEURS

Le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI) a lancé en septembre 2017 le programme *Virage numérique des détaillants québécois*. Le secteur du commerce de détail se retrouve au cœur de cette stratégie numérique. Afin de s'ajuster aux nouveaux besoins et de se réinventer dans un contexte d'évolution technologique continue et de concurrence accrue, les modèles d'affaires des commerçants devront reposer en tout ou en partie sur les technologies numériques⁴, comme le soulignent les documents de la stratégie. Dans ce contexte, le degré d'intégration des technologies numériques dans les commerces franchisés a été documenté. À cet effet, les franchiseurs ont été interrogés à ce propos lors du sondage mené par RCGT. Au total, 36 répondants ont participé au sondage destiné aux franchiseurs québécois. De ce total, 10 franchiseurs ont répondu aux questions concernant le niveau d'intégration du numérique.

La grande majorité des franchiseurs ont mentionné que les nouvelles technologies suivantes ont été intégrées dans leur enseigne au cours des dernières années :

- Logiciels applicatifs et outils de gestion (ex. : suites bureautiques, progiciels de gestion, etc.);
- Plateforme de communication et de collaboration (ex. : intranet, outils de cyberconférence et de visioconférence, logiciels de gestion de projet, forum de discussion, etc.);
- Outils analytiques (ex. : logiciels d'analyse Web, de réseaux sociaux, de contenu, etc.);
- Technologies de l'information avec les fournisseurs et les clients (ex. : sites Internet, extranet, réseaux sociaux, messagerie instantanée, etc.).

Les technologies suivantes ont quant à elles été mentionnées par une minorité de franchiseurs :

- Applications mobiles;
- Informatique en nuage;
- Outils de stockage et de gestion des données (*big data*, *data mining*).

⁴ <https://www.lesoleil.com/actualite/politique/quebec-amorcer-son-virage-numerique-c104fee73c3dd6df63738f4805b91dd9>

Ces résultats illustrent le fait que le virage numérique semble bel et bien amorcé dans l'industrie de la franchise. Par contre, des étapes restent tout de même à franchir, d'où l'importance de connaître les principaux défis reliés à l'intégration du numérique dans les commerces franchisés. Lors du sondage, les franchiseurs ont été interrogés à ce sujet. De manière générale, sur une échelle de très faible à très élevé, la majorité des franchiseurs ont qualifié de modéré ou d'élevé le niveau de difficulté associé à l'intégration du numérique. C'est dans le secteur pharmaceutique que l'intégration semble poser le plus de problèmes, alors que les commerces sont régis par des lois et des systèmes gouvernementaux complexes.

De manière plus spécifique, certains défis ont été mentionnés par plusieurs franchiseurs. Voici donc, par ordre d'importance, les principaux défis reliés à l'intégration du numérique selon les réponses obtenues :

- 1. Méconnaissance des méthodes à mettre en place afin d'intégrer le numérique dans les activités de l'entreprise;**
- 2. Méconnaissance des nouveaux outils numériques;**
- 3. Manque de compétences des employés;**
- 4. Manque de formation des employés;**
- 5. Investissement à réaliser.**

Les principaux défis reliés à l'intégration du numérique dans les commerces franchisés semblent découler d'un manque de connaissances relativement à ces nouvelles technologies. À ce niveau, des efforts devront être faits afin de fournir aux acteurs de l'industrie des renseignements sur les différentes technologies numériques, les avantages qu'elles produisent et les processus permettant de les intégrer. Cet objectif est en lien direct avec ceux poursuivis par l'écosystème de formation et d'accompagnement que le CQF souhaite développer. Cette stratégie qui vise à reconnaître, à soutenir et à rendre plus performante l'industrie québécoise de la franchise passe notamment par le développement des compétences entrepreneuriales et numériques des dirigeants et de leur équipe.

7. Conclusion

L'industrie de la franchise est partie prenante de plusieurs des secteurs d'activité qui composent l'économie québécoise. Il n'est donc pas surprenant de constater qu'elle représente un poids économique important à l'échelle de la province. C'est ce que révèlent les chiffres. En effet, les estimations indiquent que le volume d'affaires des franchiseurs a été de près de 60 G\$ au Québec en 2016, contribuant à une augmentation du PIB de 19,7 G\$, soit 5,6 % de celui de l'ensemble du Québec. Les estimations indiquent également que le nombre d'emplois directement reliés à l'industrie de la franchise ou soutenus par elle a été de 405 390 au Québec en 2016, soit 9,8 % du nombre total d'emplois dans la province pour cette même année.

Par ailleurs, le franchisage se révèle être un modèle d'affaires performant. Le taux de croissance annuel moyen net du nombre de franchiseurs en activité au Québec a été de 5,7 % entre 2013 et 2016. Ce taux a été de 5,6 % supérieur à celui de l'ensemble des entreprises au cours de cette période. Ces chiffres révèlent qu'annuellement, le nombre de franchiseurs qui entreprennent des activités au Québec est nettement supérieur au nombre de franchiseurs qui cessent leurs activités. Pour l'ensemble des entreprises, ces nombres sont pratiquement équivalents.

Ceci étant dit, les constats de cette étude illustrent le fait que l'industrie de la franchise est un vecteur de création de richesse au Québec. Étant intégrée dans plusieurs secteurs d'activité, elle facilite l'accès à l'entrepreneuriat en offrant un modèle d'affaires performant. Afin de rester compétitive, l'industrie devra notamment poursuivre son virage numérique. L'un des principaux défis pour les franchiseurs et les franchisés sera de demeurer à l'affût des différentes technologies numériques, des avantages qu'elles prodiguent et des processus permettant de les intégrer.

De plus, les acteurs de l'industrie continueront de faire face à certains enjeux commerciaux au courant des prochaines années, dont le manque de relève, la vente en ligne et la concurrence provenant de fournisseurs qui vendent directement sans passer par un réseau. La survie des entreprises passe par une continuelle adaptation et les commerces franchisés ne font pas exception.



Annexes



Annexe 1 Tableaux supplémentaires

Description des catégories de franchises

Tableau 13 – Catégories et sous-catégories de franchises

Catégorie	Sous-catégories
Alimentation	■ Aliments surgelés, bonbonneries, chocolateries, épiceries spécialisées, supermarchés
Aménagement paysager	■ Produits pour la pelouse
Automobile	■ Accessoires de voitures, concessionnaires, entretien et réparation, location
Boutiques spécialisées	■ Cartes de souhaits, jeux, marine, produits pour enfants, services de photographie
Construction et rénovation	■ Construction et rénovation, grandes surfaces, quincailleries
Éducation	■ Cours de langue, service d'enseignement
Électronique	■ Appareils électroniques, équipement audio, multimédia
Entreposage	■ Entreposage mobile
Habillement	■ Chaussures, vêtements et accessoires
Habitation	■ Accessoires de maison, décoration, meubles et électroménagers, nettoyage, services d'inspection
Hôtellerie	■ Hôtels
Immobilier	■ Agences immobilières
Loisir	■ Articles et vêtements de sport, billard, bingo, boîtes à chansons, centres de conditionnement physique, mini-golf, piscines
Restauration	■ Restauration à service complet, restauration rapide, services de traiteur
Services animaliers	■ Produits pour animaux, services pour animaux
Services aux entreprises	■ Équipement commercial, expédition, gestion et comptabilité, ressources humaines, services informatiques
Services spécialisés	■ Affichage, clubs vidéo, écoles de conduite, entretien ménager, informatique, livraison, serrures, services d'impression
Soins de santé	■ Lunetteries, pharmacies, soins à domicile
Soins personnels	■ Produits de beauté, produits de santé spécialisés, salons de bronzage, salons de coiffure, services esthétiques, suppléments alimentaires
Vente au détail	■ Magasins à rabais, tabagies
Voyage	■ Agences de voyages
Autres	■ Laboratoires, planification

Source : Base de données Indicia (mise à jour : janvier 2017).

Tableau 14 – Catégories de franchise, sous-catégories de franchise et secteurs SCIAN documentés

Catégorie	Sous-catégorie	Secteur SCIAN
Alimentation	■ Chocolaterie	44529 - Autres magasins d'alimentation spécialisés
	■ Autres	44530 - Autres magasins d'alimentation spécialisés
	■ Supermarchés	44511 - Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)
Aménagement paysager		561730 - Services d'aménagement paysager
Automobile	■ Accessoires	4413 - Magasins de pièces, de pneus et d'accessoires pour véhicules automobiles
	■ Entretien et réparation	8111 - Réparation et entretien de véhicules automobiles
	■ Location	532111 - Location d'automobiles
	■ Concessionnaire usagé	44112 - Concessionnaires d'automobiles d'occasions
	■ Concessionnaire neuf	44111 - Concessionnaires d'automobiles neuves
Boutiques spécialisées	■ Jeux	451 - Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres
	■ Produits pour enfants	451 - Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres
	■ Marine	441220 - Concessionnaires de motocyclettes, de bateaux et d'autres véhicules automobiles
	■ Cartes de souhaits	451 - Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres
	■ Produits / services pour enfants	451 - Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres
	■ Autres	451 - Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres
	■ Accessoires / services de photographie	4431 - Magasins d'appareils électroniques et ménagers
Construction et rénovation	■ Services de rénovation	2383 - Entrepreneurs en travaux de finition de bâtiments
	■ Grandes surfaces	444 - Marchands de matériaux de construction et de matériel et fourniture de jardinage
	■ Quincaillerie	4441 - Marchands de matériaux et fournitures de construction
Éducation	■ Cours de langue	611630 - Écoles de langues
	■ Enseignement	611690 - Tous les autres établissements d'enseignement et de formation
Électronique	■ Multimédia	443143 - Magasins d'appareils ménagers, de téléviseurs et d'autres appareils électroniques
	■ Équipement audio	443143 - Magasins d'appareils ménagers, de téléviseurs et d'autres appareils électroniques
	■ Appareils électroniques	443143 - Magasins d'appareils ménagers, de téléviseurs et d'autres appareils électroniques
Entreposage		53113 - Mini-entrepôts libre-service
Habillement	■ Vêtements	4481 - Magasins de vêtements
	■ Chaussures	4481 - Magasins de vêtements
Habitation	■ Rénovation	2383 - Entrepreneurs en travaux de finition de bâtiments
	■ Décoration	442110 - Magasins de meubles
	■ Accessoires de maison	442110 - Magasins de meubles
	■ Meubles et électroménagers	442110 - Magasins de meubles
	■ Service d'inspection	54135 - Service d'inspection des bâtiments
	■ Nettoyage après sinistre	561722 - Services de conciergerie
Hôtellerie		721111 - Hôtels

	Immobilier	531212 - Bureaux de courtiers en immeubles
Loisir	■ Article et vêtement de sport	4481 - Magasins de vêtements
	■ Mini-Putt	713 - Divertissement, loisirs, jeux de hasard et loteries
	■ Billards	713 - Divertissement, loisirs, jeux de hasard et loteries
	■ Bingo	713 - Divertissement, loisirs, jeux de hasard et loteries
	■ Centre de conditionnement	71394 - Centres de sports récréatifs et de conditionnement physique
	■ Piscines	45399 - Tous les autres magasins de détail divers
	■ Boite à chanson	7224 - Débits de boissons alcoolisées
	Restauration	722 - Services de restauration et débits de boisson
	Services animaliers	453910 - Animaleries et magasins de fournitures pour animaux
Services aux entreprises	■ Nettoyage	561722 - Services de conciergerie
	■ Équipement commercial	41791 - Grossistes-marchands de machines et matériel de bureau et magasin
	■ Services informatiques	541 - Services professionnels, scientifiques et techniques
	■ Gestion et comptabilité	5412 - Services de comptabilité, de préparation de déclarations de revenus, de tenue de livres et de paye
Services spécialisés	■ Affichage	54185 - Publicité par affichage
	■ Informatique	541 - Services professionnels, scientifiques et techniques
	■ Impression	32311 - Impression
	■ Réparation (cellulaire)	541 - Services professionnels, scientifiques et techniques
	■ Livraison	491 - Services postaux
	■ Club vidéo	53223 - Location de bandes et de disques vidéo
	■ Entretien ménager	561722 - Services de conciergerie
	■ École conduite	61151 - Écoles techniques et écoles de métiers
	■ Serrure	561622 - Serruriers
	■ Entretien et réparation (vitre)	238150 - Entrepreneurs en travaux de vitrage et de vitrerie
	■ Nettoyeur	81231 - Blanchisseries et nettoyeurs à sec
Soins de santé	■ Pharmacie	44611 - Pharmacies
	■ Autres	4461 - Magasins de produits de santé et de soins personnels
	■ Lunetterie	44613 - Magasins de produits optiques
Soins personnels	■ Produits de beauté	4461 - Magasins de produits de santé et de soins personnels
	■ Vitamines et suppléments alimentaires	4461 - Magasins de produits de santé et de soins personnels
	■ Services esthétiques	4461 - Magasins de produits de santé et de soins personnels
	■ Salons de bronzage	812190 - Autres services de soins personnels
	Vente au détail	452 - Magasins de marchandises diverses
	Voyage	56151 - Agences de voyage
	Autres	33911 - Fabrication de fournitures et de matériel médicaux

Source : Compilation RCGT

Note : Pour chacune des catégories ou des sous-catégories de franchise, les données économiques ont été recueillies selon le code SCIAN le plus précis.

Effets directs, indirects et totaux sur le PIB (franchiseurs québécois et internationaux)

Tableau 15 – Effets directs, indirects et totaux sur le PIB découlant de l'activité des commerces franchisés québécois, par secteur d'activité, en 2016 (ordre décroissant en fonction des effets totaux sur le PIB)

Secteur d'activité	Effets directs (\$)	Effets indirects (\$)	Effets totaux (\$)
Soins de santé	1 506 873 000	647 039 000	2 153 913 000
Restauration	785 977 000	337 492 000	1 123 470 000
Alimentation	738 867 000	317 264 000	1 056 131 000
Automobile	618 667 000	265 650 000	884 317 000
Services spécialisés	368 737 000	158 333 000	527 069 000
Immobilier	342 306 000	146 984 000	489 290 000
Soins personnels	250 140 000	107 408 000	357 548 000
Loisir	232 705 000	99 922 000	332 627 000
Habitation	181 158 000	77 788 000	258 946 000
Électronique	146 450 000	62 884 000	209 334 000
Voyage	136 322 000	58 536 000	194 858 000
Services aux entreprises	47 468 000	20 382 000	67 850 000
Habillement	45 607 000	19 583 000	65 191 000
Services animaliers	27 202 000	11 680 000	38 883 000
Boutiques spécialisées	23 992 000	10 302 000	34 294 000
Entreposage	18 720 000	8 038 000	26 758 000
Aménagement paysager	17 908 000	7 690 000	25 598 000
Hôtellerie	10 362 000	4 449 000	14 811 000
Construction et rénovation	7 723 000	3 316 000	11 039 000
Vente au détail	5 148 000	2 210 000	7 358 000
Éducation	4 191 000	1 800 000	5 991 000
Total	5 516 523 000	2 368 750 000	7 885 276 000

Source : Estimation RCGT.

Tableau 16 – Effets directs, indirects et totaux sur le PIB découlant de l’activité des commerces franchisés internationaux ou d’ailleurs au Canada, par secteur d’activité, en 2016 (ordre décroissant en fonction des effets totaux sur le PIB)

Secteur d’activité	Effets directs (\$)	Effets indirects (\$)	Effets totaux (\$)
Automobile	3 862 155 000	1 658 378 000	5 520 533 000
Restauration	963 935 000	413 906 000	1 377 840 000
Services spécialisés	851 887 000	365 793 000	1 217 680 000
Alimentation	782 502 000	336 000 000	1 118 501 000
Immobilier	722 052 000	310 043 000	1 032 096 000
Construction et rénovation	299 483 000	128 596 000	428 078 000
Soins de santé	187 903 000	80 684 000	268 587 000
Services aux entreprises	169 817 000	72 918 000	242 734 000
Hôtellerie	116 570 000	50 054 000	166 624 000
Vente au détail	101 665 000	43 654 000	145 319 000
Loisir	88 394 000	37 956 000	126 350 000
Habitation	25 151 000	10 800 000	35 950 000
Voyage	18 339 000	7 875 000	26 214 000
Soins personnels	15 507 000	6 658 000	22 165 000
Éducation	12 274 000	5 271 000	17 545 000
Services animaliers	5 850 000	2 512 000	8 362 000
Boutiques spécialisées	5 621 000	2 414 000	8 035 000
Aménagement paysager	1 947 000	836 000	2 782 000
Autres	3 554 000	1 526 000	5 080 000
Total	8 234 606 000	3 535 874 000	11 770 475 000

Source : Estimation RCGT.



Effets directs, indirects et totaux sur le nombre d'emplois (franchiseurs québécois et internationaux)

Tableau 17 – Effets directs, indirects et totaux sur le nombre d'emplois découlant de l'activité des commerces franchisés québécois, par secteur d'activité, en 2016 (ordre décroissant en fonction de l'effet total sur le nombre d'emplois)

Secteur d'activité	Effets directs	Effets indirects	Effets totaux
Soins de santé	32 160	6 060	38 220
Alimentation	33 360	4 070	37 430
Restauration	31 750	4 240	35 990
Services spécialisés	25 670	3 760	29 430
Automobile	8 240	2 360	10 600
Habitation	6 040	1 510	7 550
Loisir	6 420	1 120	7 540
Soins personnels	5 390	1 020	6 410
Voyage	3 390	880	4 270
Électronique	3 040	680	3 720
Éducation	1 950	270	2 220
Habillement	1 370	260	1 630
Immobilier	740	560	1 300
Services aux entreprises	800	170	970
Services animaliers	730	130	860
Aménagement paysager	680	90	770
Construction et rénovation	460	300	760
Boutiques spécialisées	600	100	700
Hôtellerie	180	40	220
Vente au détail	150	30	180
Entreposage	40	20	60
Total	163 160	27 670	190 830

Source : Estimation RCGT.

Tableau 18 – Effets directs, indirects et totaux sur le nombre d’emplois découlant de l’activité des commerces franchisés internationaux, par secteur d’activité, en 2016 (ordre décroissant en fonction des effets totaux sur le nombre d’emplois)

Secteur d’activité	Effets directs	Effets indirects	Effets totaux
Automobile	58 750	15 030	73 780
Restauration	38 940	5 190	44 130
Alimentation	36 310	4 430	40 740
Services spécialisés	19 270	2 260	21 530
Éducation	5 700	810	6 510
Construction et rénovation	5 440	910	6 350
Soins de santé	4 010	760	4 770
Vente au détail	3 050	500	3 550
Loisir	2 610	490	3 100
Immobilier	1 560	1 190	2 750
Services aux entreprises	2 060	490	2 550
Hôtellerie	2 070	450	2 520
Habitation	580	200	780
Voyage	460	120	580
Soins personnels	330	60	390
Boutiques spécialisées	210	30	240
Services animaliers	160	30	190
Autres	70	20	90
Aménagement paysager	50	10	60
Total	181 630	32 980	214 610

Source : Estimation RCGT



Annexe 2 Sommaire des résultats des sondages

Consultation auprès des franchiseurs et des franchisés en opération au Québec

Une consultation auprès de franchiseurs et de franchisés en opération au Québec a été réalisée entre les mois de décembre 2017 et avril 2018. Le CQF a soutenu RCGT dans l'identification des enseignes et des personnes à contacter au sein de ces entreprises. Les formulaires utilisés sont présentés dans les pages suivantes.

La majorité des franchiseurs et des franchisés qui ont été invités à répondre aux sondages sont membres du CQF. Au niveau des enseignes québécoises, 36 franchiseurs et 79 franchisés de secteurs d'activité variés ont répondu au sondage leur étant destiné. Pour ces deux sondages, la taille d'échantillon ciblée en collaboration avec le MESI a été atteinte. Par contre, le sondage destiné aux franchiseurs canadiens et étrangers a obtenu un faible taux de participation. En effet, seulement deux franchiseurs ont répondu au sondage. Le tableau suivant illustre la représentativité des résultats obtenus.

Tableau 19 – Nombres de répondants aux sondages et tailles des échantillons ciblées

Sondage	Nombre de répondants	% de la population	Taille de l'échantillon ciblée
Franchiseurs québécois	36	13 %	13 %
Franchisés québécois	79	1 %	1 %
Franchiseurs canadiens et étrangers	2	1 %	Le plus possible

Sources : Sondages RCGT

Bien que la cible ait été atteinte pour les sondages destinés aux franchiseurs et franchisés québécois, le taux d'achèvement de ceux-ci a posé problème. En effet, certains répondants n'ont pas répondu à l'ensemble des questions du sondage. En conséquence, les résultats quantitatifs obtenus (chiffres d'affaires, emplois) n'ont pas été inférés sur l'ensemble de l'industrie. Ils ont plutôt été utilisés afin de valider les données provenant de Statistique Canada et d'Industrie Canada. De leur côté, les réponses aux questions qualitatives ont été jugées représentatives.



Annexe 3 Formulaires des sondages

SONDAGE

Destinataires : Franchiseurs québécois
Expéditeur : RCGT
Date : Janvier 2017
Objet : Analyse économique de l'industrie de la franchise au Québec

Présentation

Raymond Chabot Grant Thornton (RCGT) a été mandatée par le Conseil québécois de la franchise (CQF) pour réaliser une étude qui dresse un portrait détaillé de l'impact de l'industrie de la franchise dans l'économie du Québec, pour en **mesurer sa valeur** et son **évolution**.

Le présent sondage est un intrant essentiel à la réalisation de l'étude. Il est administré par RCGT avec une plate-forme Web sécurisée.

RCGT analysera les données recueillies **de façon entièrement confidentielle**, notamment grâce aux mesures suivantes :

- Les données individuelles recueillies ne seront divulguées à aucune tierce partie ;
- En aucun cas, les données individuelles ne seront circulées, mentionnées ou diffusées ;
- Les résultats seront fusionnés et toujours présentés sur une base agrégée ;
- Une entente de confidentialité personnalisée pourra être signée, au besoin.

Le questionnaire qui suit vise à recueillir des informations de nature quantitative et qualitative au sujet de votre bannière.

Les répondants qui complètent le sondage auront accès à une copie complète de l'étude économique.

Admissibilité

Les Franchiseurs visés sont ceux dont le siège social de l'entreprise se situe au Québec, et ce, quel que soit leur statut (enregistrées ou incorporées) et ayant complété au moins un exercice financier.

Notes importantes sur la marche à suivre

Nous vous demandons de répondre au questionnaire avant **Avril 2018**.

Les sections du sondage peuvent être répondues par différentes personnes au sein de votre entreprise (finance, ressources humaines, etc.), mais il est de la responsabilité du dirigeant d'assigner, à sa convenance, les éléments à remplir.

Pour faciliter la complétion, une version du questionnaire peut être imprimée, mais il est primordial de répondre à la version Web du sondage.

Pour toute question ou assistance, nous vous invitons à contacter :

- Rudy Hamel, RCGT, hamel.rudy@rcgt.com

1. Profil de l'entreprise

Q01. Dans quelle région administrative votre principal bureau d'affaires au Québec se situe-t-il ?

- Bas-Saint-Laurent (01)
- Saguenay - Lac-Saint-Jean (02)
- Capitale-Nationale (03)
- Mauricie (04)
- Estrie (05)
- Montréal (06)
- Outaouais (07)
- Abitibi-Témiscamingue (08)
- Côte-Nord (09)
- Nord-du-Québec (10)
- Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine (11)
- Chaudière-Appalaches (12)
- Laval (13)
- Lanaudière (14)
- Laurentides (15)
- Montérégie (16)
- Centre-du-Québec (17)

Q02. Dans quel secteur d'activité votre entreprise œuvre-t-elle principalement ?

- Restauration
- Automobile
- Services spécialisés
- Habitation
- Loisir
- Services aux entreprises
- Soins de santé
- Alimentation
- Électronique
- Soins personnels
- Construction et rénovation
- Service animalier
- Boutique spécialisée
- Aménagement paysager
- Éducation
- Voyage
- Entretien et réparation
- Habillement
- Nettoyage
- Hôtellerie
- Immobilier
- Vente au détail
- Entreposage
- Planification

Q03. Combien de succursales votre bannière compte-t-elle au Québec ? Veuillez indiquer l'information sous forme de répartition régionale.

RÉGION ADMINISTRATIVE	NOMBRE DE SUCCURSALES
Bas-Saint-Laurent (01)	
Saguenay-Lac-Saint-Jean (02)	
Capitale-Nationale (03)	
Mauricie (04)	
Estrie (05)	
Montréal (06)	
Outaouais (07)	
Abitibi-Témiscamingue (08)	
Côte-Nord (09)	
Nord-du-Québec (10)	
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	
Chaudière-Appalaches (12)	
Laval (13)	
Lanaudière (14)	
Laurentides (15)	
Montérégie (16)	
Centre-du-Québec (17)	
TOTAL	

2. Questions spécifiques

Q04. Durant la dernière année fiscale, quel a été le **chiffre d'affaires** de votre firme **au Québec** ?

*Note : Le **chiffre d'affaires** correspond au montant global des ventes de vos franchises sur le territoire québécois.*

Q05. Combien d'**employés salariés** votre bannière compte-t-elle **au Québec** ?

*Note : les **employés salariés** sont ceux à qui vous avez versé des salaires et rémunérations et pour lesquels un formulaire T-4 a été émis. Pour les employés à temps partiel, les équivalents annuels à temps plein doivent être calculés sur une base annuelle de 1500 heures.*

TYPES DE SALARIÉS	NOMBRE
Employés à temps plein	
Employés à temps partiel (en équivalents à temps plein)	
TOTAL	

Q06. Quel est le **montant d'investissement initial** assumé par le **franchisé** pour l'ouverture d'une nouvelle succursale ?

*Note : Si le **montant d'investissement initial** assumé par le franchisé est variable, vous pouvez indiquer un coût moyen.*

Q07. Quelles sont les **formes de support** apportées par le **franchiseur** aux **franchisés** lors de l'achat d'une nouvelle franchise ?

- Assistance pour la localisation du site
- Assistance pour la construction
- Formation initiale pour les employés
- Formation et assistance en continu
- Assistance marketing et publicitaire
- Autres (à préciser)

Q08. Quel est le taux de succès de vos franchises ? Veuillez indiquer le % des franchises qui sont en opération après 1 an, 2 ans, 5 ans et 10 ans.

NOMBRE D'ANNÉES	% DES FRANCHISES EN OPÉRATION APRÈS « X » NOMBRE D'ANNÉES
1	
2	
5	
10	

Q09. Quelles sont les **sources de financement** que vous utilisez pour financer l'ouverture de nouvelles franchises et dans quelles **proportions** ?

SOURCE DE FINANCEMENT	% DU FINANCEMENT TOTAL
Mise de fonds personnelle du franchisé	
Fonds propres	
Financement bancaire	
Capital de risque	
Bourse	
Autre type de financement	

3. Activités hors Québec

Q10. Exploitez-vous des franchises à l'extérieur du Québec ? Si oui, veuillez indiquer par région (autres provinces canadiennes, hors Canada) :

A : Le nombre de franchise exploitée

B : Le chiffre d'affaire associés à vos activités (\$)

C : Les redevances versées par les franchisés au franchiseur (\$)

RÉGION	NOMBRE DE SUCCURSALES	CHIFFRE D'AFFAIRES	REDEVANCES VERSÉES
Autres provinces canadiennes			
Hors Canada			

Si vos franchises œuvrent dans le commerce de détail, veuillez répondre aux questions de la section suivante. Si non, le questionnaire est terminé et nous vous remercions de votre précieuse contribution à l'enrichissement des connaissances sur l'industrie de la franchise au Québec.



4. Degré d'intégration du numérique

Q11. D'une manière générale, comment qualifieriez-vous le degré d'intégration du numérique dans vos commerces franchisés, c'est-à-dire l'utilisation des technologies de l'information dans leurs activités quotidiennes ?

- Très élevé
- Élevé
- Modéré
- Faible
- Très faible

Q12. Dans l'optique d'un virage numérique, avez-vous intégré de nouvelles technologies dans l'enseigne au cours des dernières années ? Si oui, lesquelles ?

- Logiciels applicatifs et outils de gestion (ex. suites bureautiques, progiciels de gestion, etc.)
- Plateforme de communication et de collaboration (ex. intranet, outils de cyberconférence et de visioconférences, logiciels de gestion de projet, forum de discussion, etc.)
- Applications mobiles
- Informatique en nuage
- Outils analytiques (ex. logiciels d'analyse Web, de réseaux sociaux, de contenu, etc.)
- Outils de stockage et de gestion des données (Big data, Data mining)
- Technologies de l'information avec les fournisseurs et clients (ex. sites internet, extranet, réseaux sociaux, message instantanée, etc.)
- Autres (à préciser)

Q13. D'une manière générale, comment qualifieriez-vous le niveau de difficulté associé à l'intégration du numérique dans vos commerces franchisés.

- Très élevé
- Élevé
- Modéré
- Faible
- Très faible

Q14. Quels sont les principaux défis liés à l'intégration du numérique dans vos commerces franchisés ?

- Méconnaissance des nouveaux outils numériques
- Manque de compétences des employés
- Manque de formation des employés
- Investissements à réaliser
- Connaissance du processus pour intégrer le numérique dans les activités des entreprises
- Autres (à préciser)

**MERCI DE VOTRE PRÉCIEUSE CONTRIBUTION À L'ENRICHISSEMENT DES CONNAISSANCES SUR
L'INDUSTRIE DE LA FRANCHISE AU QUÉBEC**



Raymond Chabot
Grant Thornton

L'instinct de la croissance^{MC}

Raymond Chabot Grant Thornton & Cie
S.E.N.C.R.L.

SONDAGE

Destinataires : Franchisés québécois

Expéditeur : RCGT

Date : Le Janvier 2018

Objet : Analyse économique de l'industrie de la franchise au Québec

Présentation

Raymond Chabot Grant Thornton (RCGT) a été mandatée par le Conseil québécois de la franchise (CQF) pour réaliser une étude qui dresse un portrait détaillé de l'impact de l'industrie de la franchise dans l'économie du Québec, pour en **mesurer sa valeur** et son **évolution**.

Le présent sondage est un intrant essentiel à la réalisation de l'étude. Il est administré par RCGT avec une plate-forme Web sécurisée.

RCGT analysera les données recueillies **de façon entièrement confidentielle**, notamment grâce aux mesures suivantes :

- Les données individuelles recueillies ne seront divulguées à aucune tierce partie ;
- En aucun cas, les données individuelles ne seront circulées, mentionnées ou diffusées ;
- Les résultats seront fusionnés et toujours présentés sur une base agrégée ;
- Une entente de confidentialité personnalisée pourra être signée, au besoin.

Le questionnaire qui suit vise à recueillir des informations de nature quantitative et qualitative au sujet de votre bannière.

Les répondants qui complètent le sondage auront accès à un sommaire de l'étude économique.

Admissibilité

Les Franchisés visés sont ceux dont l'activité se fait sur le territoire québécois et ayant complété au moins un exercice financier.



Notes importantes sur la marche à suivre

Nous vous demandons de répondre au questionnaire avant le **Avril 2018**.

Les sections du sondage peuvent être répondues par différentes personnes au sein de votre entreprise (finance, ressources humaines, etc.), mais il est de la responsabilité du dirigeant d'assigner, à sa convenance, les éléments à remplir.

Pour faciliter la complétion, une version du questionnaire peut être imprimée, mais il est primordial de répondre à la version Web du sondage.

Pour toute question ou assistance, nous vous invitons à contacter :

- Confidentialité du sondage : Rudy Hamel, RCGT, hamel.rudy@rcgt.com

Information visée

L'information requise doit être compilée pour une seule franchise et exclure les données de toute autre franchise sous votre gouverne.

1. Profil de l'entreprise

Q01. Dans quelle région administrative votre commerce se situe-t-il ?

- Bas-Saint-Laurent (01)
- Saguenay - Lac-Saint-Jean (02)
- Capitale-Nationale (03)
- Mauricie (04)
- Estrie (05)
- Montréal (06)
- Outaouais (07)
- Abitibi-Témiscamingue (08)
- Côte-Nord (09)
- Nord-du-Québec (10)
- Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine (11)
- Chaudière-Appalaches (12)
- Laval (13)
- Lanaudière (14)
- Laurentides (15)
- Montérégie (16)
- Centre-du-Québec (17)

Q02. Dans quel secteur d'activité œuvrez-vous principalement ?

- Restauration
- Automobile
- Services spécialisés
- Habitation
- Loisir
- Services aux entreprises
- Soins de santé
- Alimentation
- Électronique
- Soins personnels
- Construction et rénovation
- Service animalier
- Boutique spécialisée
- Aménagement paysager
- Éducation
- Voyage
- Entretien et réparation
- Habillement
- Nettoyage
- Hôtellerie
- Immobilier
- Vente au détail
- Entreposage
- Planification

2. Profil du franchisé

Q04. Sexe

- Homme
- Femme

Q05. Âge

- Moins de 25 ans
- 25-34 ans
- 35-44 ans
- 45-54 ans
- 55-64
- 65 ans et plus

Q06. Niveau de scolarité

- Aucun diplôme d'études secondaires
- Diplôme d'études secondaires
- Certificat ou diplôme d'une école de métiers
- Certificat ou diplôme collégial
- Certificat ou diplôme universitaire

3. Questions spécifiques

Q07. Quel est le **montant d'investissement initial** que vous avez assumé pour l'ouverture de votre succursale ?

Q08. Quelles sont les **sources de financement** que vous avez utilisées pour financer le **montant d'investissement initial** et dans quelles **proportions** ?

SOURCE DE FINANCEMENT	% DU FINANCEMENT TOTAL
Mise de fonds personnelle	
Financement bancaire	
Autre type de financement	

Q09. Selon vous, quelles sont les **formes de support** que le **franchiseur** devrait apporter aux **franchisés** lors de l'achat d'une nouvelle franchise ?

- Assistance pour la localisation du site
- Assistance pour la construction
- Formation initiale pour les employés
- Formation et assistance en continu
- Assistance marketing et publicitaire
- Autres (à préciser)

MERCI DE VOTRE PRÉCIEUSE CONTRIBUTION À L'ENRICHISSEMENT DES CONNAISSANCES SUR L'INDUSTRIE DE LA FRANCHISE AU QUÉBEC



Raymond Chabot
Grant Thornton

L'instinct de la croissance^{MC}

Raymond Chabot Grant Thornton & Cie
S.E.N.C.R.L.

SONDAGE

Destinataires : Franchiseurs canadiens et étrangers
Expéditeur : RCGT
Date : Le **Janvier** 2018
Objet : Analyse économique de l'industrie de la franchise au Québec

Présentation

Raymond Chabot Grant Thornton (RCGT) a été mandatée par le Conseil québécois de la franchise (CQF) pour réaliser une étude qui dresse un portrait détaillé de l'impact de l'industrie de la franchise dans l'économie du Québec, pour en **mesurer sa valeur** et son **évolution**.

Le présent sondage est un intrant essentiel à la réalisation de l'étude. Il est administré par RCGT avec une plate-forme Web sécurisée.

RCGT analysera les données recueillies **de façon entièrement confidentielle**, notamment grâce aux mesures suivantes :

- Les données individuelles recueillies ne seront divulguées à aucune tierce partie ;
- En aucun cas, les données individuelles ne seront circulées, mentionnées ou diffusées ;
- Les résultats seront fusionnés et toujours présentés sur une base agrégée ;
- Une entente de confidentialité personnalisée pourra être signée, au besoin.

Le questionnaire qui suit vise à recueillir des informations de nature quantitative et qualitative au sujet de votre bannière.

Les répondants qui complètent le sondage auront accès à un sommaire de l'étude économique.

Admissibilité

Les Franchiseurs visés sont ceux ayant des activités au Québec, mais dont le siège social de l'entreprise se situe à l'extérieur de la province, et ce, quel que soit leur statut (enregistrées ou incorporées) et ayant complété au moins un exercice financier.



Notes importantes sur la marche à suivre

Nous vous demandons de répondre au questionnaire avant le **Avril 2018**.

Les sections du sondage peuvent être répondues par différentes personnes au sein de votre entreprise (finance, ressources humaines, etc.), mais il est de la responsabilité du dirigeant d'assigner, à sa convenance, les éléments à remplir.

Pour faciliter la complétion, une version du questionnaire peut être imprimée, mais il est primordial de répondre à la version Web du sondage.

Pour toute question ou assistance, nous vous invitons à contacter :

- Rudy Hamel, RCGT, hamel.rudy@rcgt.com

Territoire visé

L'information requise doit être compilée pour le Québec uniquement (ex. : ventes, emplois, etc.) et exclure les données de tout autre franchise canadienne ou étrangère de votre entreprise, ou du réseau auquel elles sont affiliées.

1. Profil de l'entreprise

Q01. Où se situe le principal bureau d'affaires de votre entreprise ?

- Canada (précisez) :
 - Alberta
 - Colombie-Britannique
 - Île-du-Prince-Édouard
 - Manitoba
 - Nouveau-Brunswick
 - Nouvelle-Écosse
 - Ontario
 - Saskatchewan
 - Terre-Neuve-et-Labrador
 - Nunavut
 - Territoires du Nord-Ouest
 - Yukon

- États-Unis

- Autres

Q02. Dans quel secteur d'activité votre entreprise œuvre-t-elle principalement ?

- Restauration
- Automobile
- Services spécialisés
- Habitation
- Loisir
- Services aux entreprises
- Soins de santé
- Alimentation
- Électronique
- Soins personnels
- Construction et rénovation
- Service animalier
- Boutique spécialisée
- Aménagement paysager
- Éducation
- Voyage
- Entretien et réparation
- Habillement
- Nettoyage
- Hôtellerie
- Immobilier

- Vente au détail
- Entreposage
- Planification

Q03. Combien de succursales votre bannière compte-t-elle au Québec ? Veuillez indiquer l'information sous forme de répartition régionale.

RÉGION ADMINISTRATIVE	NOMBRE DE SUCCURSALES
Bas-Saint-Laurent (01)	
Saguenay-Lac-Saint-Jean (02)	
Capitale-Nationale (03)	
Mauricie (04)	
Estrie (05)	
Montréal (06)	
Outaouais (07)	
Abitibi-Témiscamingue (08)	
Côte-Nord (09)	
Nord-du-Québec (10)	
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	
Chaudière-Appalaches (12)	
Laval (13)	
Lanaudière (14)	
Laurentides (15)	
Montérégie (16)	
Centre-du-Québec (17)	
TOTAL	

2. Questions spécifiques

Q04. Durant la dernière année fiscale, quel a été le **chiffre d'affaires** de votre firme au Québec ?

*Note : Le **chiffre d'affaires** correspond au montant global des ventes de vos franchises sur le territoire québécois.*

Q05. Combien d'**employés salariés** votre bannière compte-t-elle au Québec parmi vos franchisés ?

*Note : les **employés salariés** sont ceux à qui vous avez versé des salaires et rémunérations et pour lesquels un formulaire T-4 a été émis. Pour les employés à temps partiel, les équivalents annuels à temps plein doivent être calculés sur une base annuelle de 1500 heures.*

TYPES DE SALARIÉS	NOMBRE
Employés à temps plein	
Employés à temps partiel (en équivalents à temps plein)	
TOTAL	

**MERCI DE VOTRE PRÉCIEUSE CONTRIBUTION À L'ENRICHISSEMENT DES CONNAISSANCES SUR
L'INDUSTRIE DE LA FRANCHISE AU QUÉBEC**



Raymond Chabot
Grant Thornton

L'instinct de la croissance^{MC}

rcgt.com