



INFORME  
DE FERIA

---

2019



# FRANCHISE EXPO

París

17-20 de marzo de 2019

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME  
DE FERIA

27 de marzo de 2019  
París

Este estudio ha sido realizado por  
Almudena Kaiser de la Mota

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-19-041-8



# Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la OFECOMES	6
2. Descripción y evolución de la Feria	8
2.1. Organización y expositores	8
2.2. Datos estadísticos de participación	9
3. Tendencias y novedades presentadas	11
4. Valoración	13
4.1. Valoración del evento en su conjunto	13
4.2. Valoración de la participación española	13
4.3. Recomendaciones	14
5. Anexos	15



# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

### FRANCHISE EXPO PARÍS



<b>Ámbito:</b>	Internacional
<b>Fecha:</b>	17 – 20 de marzo de 2019
<b>Edición:</b>	38º edición
<b>Frecuencia:</b>	Anual
<b>Lugar de celebración:</b>	Paris Expo Porte de Versailles 1, place de la Porte de Versailles 75015 Paris Pabellón 2.2
<b>Horario de la feria:</b>	De 9.30h a 19.00h todos los días, excepto el miércoles 20 que dura hasta las 18.00h.
<b>Medios de transporte:</b>	Metro: Línea 12, estación Porte de Versailles; Línea 8, estación Balard Tranvía: Línea T3 Pont du Garigliano/Porte d'Ivry, estación Porte de Versailles Autobús: Líneas 39, 49, 80 y PC1, estación Porte de Versailles. Taxi
<b>Director/Organizador:</b>	Reed Expo Division y Fédération française de la franchise. Tlf. : +33 (0) 1 47 56 50 96 Fax: +33 (0) 1 47 56 51 00
<b>Colaboradores:</b>	Oficiales: L'Observatoire de la Franchise, Agence France Entrepreneur, CCI de France, Cadremploi, L'Express, Franceinfo. Instituciones nacionales : CRA, Fédération du Service aux Particuliers, Les vitrines de France, Action'elles, Centre-ville en



mouvement, Pôle emploi, La boutique de l'entrepreneur, Graines de Boss.

Instituciones internacionales : Assofranchising, Business Retail Development, Conseil québécois de la franchise, De Nationale Franchise Gids, Fédération suisse de la franchise, Fédération belge de la franchise, World Franchise Council.

Medios especializados: Les Echos Franchise & Commerce associé, Start Franchising, AZ Franchising, Aprire franchising, Business Franchise Magazine, Choisir sa franchise, Franchise Directe, Franchise Magazine, Franchising Belgium, Global Franchise, L'Officiel de la Franchise, PROFIT system, Toute la franchise, Franchise & Concept(s), Be Franquicia, Québec Franchise, Quéfranquicia, Start Franchising, Thai Franchise Center.

Prensa y medios : Boutique2Mode, C News, Courrier Cadres, EcoRéseau, Entreprendre, Snacking, Honoré, ICF, Le Journal de l'Automobile, Le Figaro, Le Figaro Economie, Le Journal du Dimanche, Journal du Textile, Le nouvel Economiste, LSA, Décideurs Magazine, Vive La Forme, Informations Entreprise, Sites, Zepros.

Web: Distrijob, FUSACQ, Guide du Créateur d'Entreprise, Les Annonces du Commerce, Place des Commerces, AN, Europe Real State, Fashion United, FranGlobal.

**Servicios incluidos:**

Ruedas de prensa y conferencias, seminarios, talleres, televisión, primeros auxilios...

**Servicios ofrecidos:**

Guardarropa, cafeterías, restaurantes, transporte al aeropuerto, Business Center...

**Tipo de visitantes:**

Profesional y gran público

**Fecha de la próxima edición:**

22 al 25 de marzo de 2020

**Otras ferias relacionadas:**

Top Franchise Méditerranée  
<https://www.topfranchisemed.fr/>  
Salon International de la Franquicia  
<http://www.montaunafranquicia.com/>

## 1.2. Sectores y productos representados

Desde hace más de treinta años, Franchise Expo Paris trata de acelerar el desarrollo de las franquicias francesas e internacionales y, cada año, permite a miles de empresarios cumplir el sueño de creación o desarrollo de su concepto.

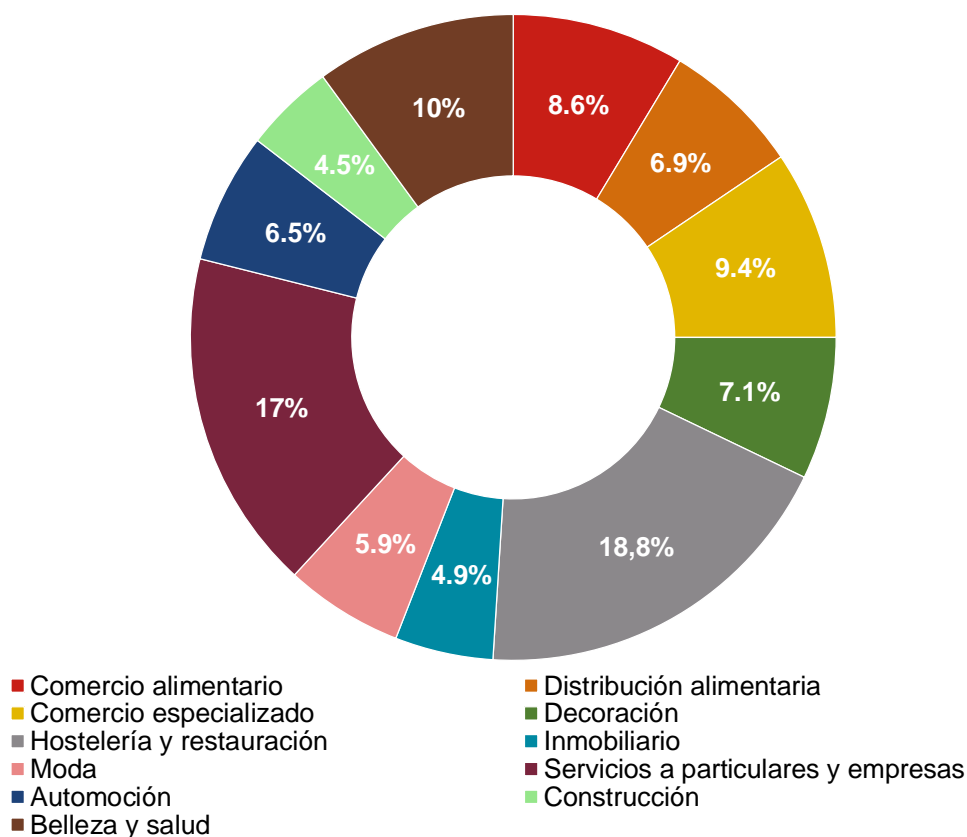
Con el paso de los años, el salón ha logrado convertirse en una plataforma que pone en contacto a creadores y comerciantes. A pesar de que la mayoría de los participantes son locales, el salón tiene una vocación internacional y se demuestra en cada edición con un incremento de la asistencia de participantes extranjeros. Constituye un punto de encuentro privilegiado en el que

los profesionales son acompañados, asesorados e informados sobre los procedimientos necesarios o las opciones de financiación del sector durante cuatro días.

En el marco de la 38 edición del salón, tuvieron lugar múltiples conferencias y talleres gratuitos destinados al aprendizaje de las particularidades de la franquicia y la instalación o creación de una empresa de estas características.

A continuación se muestran los sectores representados junto con su peso sobre el porcentaje total:

FIGURA 1. SECTORES REPRESENTADOS



Fuente: Franchise Expo París 2019

### 1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la OFECOMES

La Asociación Española de Franquiciadores (AEF), con apoyo de ICEX, organizó una participación agrupada con ocho empresas españolas. Además, participaron ocho empresas españolas más en el salón, pero fuera del stand español.



Desde esta Oficina acudieron el Consejo Económico y Comercial, Javier Burgos Belascoain, la Responsable del Departamento de Servicios, Sistemas de Información e Industrias Culturales, Maruxa Carranza Fernández y la becaria ICEX, Almudena Kaiser de la Mota.

Durante la visita se entrevistó a las diferentes empresas españolas presentes en la feria con el fin de obtener una visión general del evento y poder responder a sus necesidades en este mercado. Asimismo, se presentaron los servicios de esta oficina comercial.

icex

## 2. Descripción y evolución de la Feria

### 2.1. Organización y expositores

Aun contando con un rico mercado local, Franchise Expo tiene una ambición internacional. En ella se dieron cita este año más de 36.000 personas, sobre todo creadores de empresas que buscan contactos y comerciantes para desarrollar una enseña específica.

Además, el evento se presenta como la ocasión ideal para los principiantes con ambición emprendedora, ya que es el lugar donde encontrar buenas ideas o consejos de financiación. Para facilitar esta labor, el salón destina espacios separados de la zona de expositores alrededor del recinto.

En cada uno de estos espacios, Franchise Expo organizó una serie de conferencias, talleres y reuniones dedicados a mejorar los intercambios de experiencias y de conocimientos entre los expertos y los propietarios de las franquicias:

- Le Village Création d'Entreprise. Se trata de un espacio de conferencias para emprendedores y especialistas en el que se abordan todas las modalidades de creación de empresas. En colaboración con la editorial DUNOD, se presentan libros y obras útiles sobre la creación de empresas.
- L'atelier du franchisé. Espacio en el que se ofrece información y consejos a los asistentes sobre temas relacionados con el sector inmobiliario, cómo encontrar un buen local, etc.
- École de la Franchise. En este espacio las personas que ya han creado una franquicia cuentan sus experiencias, ya sea como franquiciados o franquiciadores, para ayudar a los asistentes que quieran montar una franquicia.
- Le village financement. Este espacio permite hablar directamente con los principales bancos para solicitar consejo e información sobre las etapas que se deben seguir para gestionar bien la financiación del proyecto.
- Le village des experts. En este espacio se concentran los miembros del Colegio de expertos de la Federación francesa de la franquicia con el fin de hablar sobre todas las disciplinas fundamentales relacionadas con la creación y desarrollo de redes.

Gracias a todos estos espacios, durante la duración del salón se celebraron más de 100 conferencias y talleres destinados a mostrar cómo crear una empresa y convertirse en franquiciado o franquiciador.

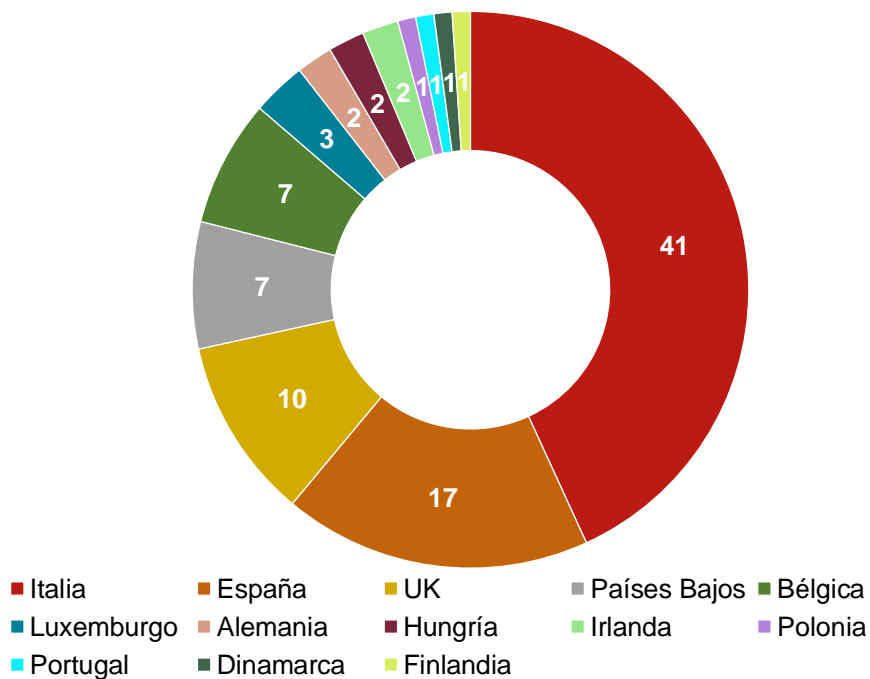


## 2.2. Datos estadísticos de participación

A pesar del predominio de las enseñanzas francesas, participaron en la feria enseñanzas de otros países, por lo que había representadas hasta un total de 27 nacionalidades distintas. De los 572 expositores que estaban presentes en la feria, 155 procedían del extranjero, lo que supone un 27 % del total. En cuanto a los visitantes, más de 3.300 procedían de diversos países, representando así hasta 107 nacionalidades. Por tanto, estas cifras muestran que se trata de un salón de gran interés para profesionales de todo el mundo. Una muestra más de ello es que cada año se suman enseñanzas de países que no participaban hasta el momento en la feria, como ha ocurrido en esta edición con Líbano o Malasia.

A nivel europeo, el siguiente gráfico muestra la distribución de expositores por países:

FIGURA 2. EXPOSITORES POR PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA



Fuente: Franchise Expo París 2019

Tras Francia, que cuenta con 402 expositores, los países con mayor representación fueron Italia, España, Reino Unido y Países Bajos. Fuera de la Unión Europea, Estados Unidos ha sido el segundo país con mayor representación con un total de 30 expositores.

En algunos casos, los países contaban con un pabellón oficial para presentar en conjunto las enseñanzas de su nacionalidad. Este es el caso de países como Brasil, Estados Unidos, Italia o



España. En el caso del pabellón español, aquí se encontraba la agrupación de AEF, junto con algunas de las empresas que iban en asociación con dicho organismo.

Respecto a las estadísticas de participación, al tratarse de una de las ferias más destacadas del sector, cada año acuden más expositores y visitantes. En este sentido, este año hubo 110 expositores más que en 2017. Asimismo, hubo más sectores representados que en las ediciones anteriores.

ICEX

### 3. Tendencias y novedades presentadas

Como cada año, Franchise Expo se convierte en el centro del sector en el que se presentan nuevas tendencias y nuevos conceptos. Por tanto, una de las principales fortalezas de este sector es su diversidad.

Dentro del sector de la **automoción**, que engloba la movilidad en general, uno de los hechos más remarcables de la edición de este año ha sido la participación de empresas dedicadas a las bicicletas eléctricas, muy en línea con las últimas tendencias. En el sector del **comercio alimentario**, este año han destacado los vendedores de vino, las pastelerías y los chocolateros. No obstante, lo más novedoso ha sido la presencia elevada de marcas dedicadas al té de alta gama. Los productos bio siguen estando muy presentes.

Sin lugar a dudas, como en cada edición, las empresas de **restauración** son de las más presentes en el salón. Este año han participado 96 marcas, de las cuales 44 eran internacionales y 37 exponían por primera vez. Este hecho muestra que las franquicias en este sector son muy prósperas. Se ha visto un retorno a las hamburguesas y a las pizzas, ya que ha aumentado el número de marcas dedicadas a estos productos. Los tacos siguen manteniéndose estables, así como los “Coffee shops”.

En cuanto a la **construcción**, se ha notado un aumento de participación de marcas con una visión ecológica. Cabe destacar también la importancia del sector de la **moda**, que aunque está un poco en decadencia, sigue presentando novedades muy interesantes. En este sentido, este año han triunfado las franquicias dedicadas a la moda de baño. El sector de **belleza y salud** mantiene su fuerte dinamismo donde destacan sobre todo las cadenas de gimnasios. Últimamente se ha visto una tendencia a dirigir la oferta a segmentos muy específicos (gimnasios solo para mujeres, gimnasios abiertos todos los días o gimnasios *low cost*).

Como en ediciones anteriores, la dirección del salón ha mantenido la decisión de que los talleres y conferencias trataran sobre temas distintos cada día. Por tanto, el lema del domingo fue “**Familias y personas en reconversión**”, en el que se animaba a las personas a dar un giro a su vida profesional para dedicarse al mundo de las franquicias. Las conferencias del lunes giraban en torno al lema “**Asalariados y comerciantes**”, para animar a ambos grupos a convertirse en franquiciadores. El martes, “**La franquicia abierta a todos los perfiles**” daba a entender que cualquiera puede convertirse en franquiciador si lo desea. Finalmente, el lema del miércoles

“**Franquicias y comercios en las ciudades el futuro**” pretendía mostrar que las franquicias son la solución para impulsar el crecimiento de las ciudades en el futuro.

Además de los talleres y conferencias, en esta edición se celebraron distintos concursos con el objetivo de recompensar el dinamismo la audacia y el saber hacer de las franquicias. Se han celebrado cuatro premios en concreto:

- Les révélations de la franchise. Este concurso tiene como objetivo mostrar y apoyar a las jóvenes franquicias más prometedoras del momento. Este año recibió el premio “Wok to walk” por su profesionalismo. Se trata una marca holandesa con presencia en una docena de países europeos que ofrece comida barata y sana para llevar.
- Les “coups de cœur de la franchise”. En este concurso se han otorgado cinco premios distintos:
  - A la perpetuidad y crecimiento. Se otorgó este premio a Eléphant Bleu por su buena gestión de expansión.
  - A la mejor red participativa. Se otorgó este premio a Aquila RH por una red que asocia a sus franquicias con crecimiento.
  - Al mejor nuevo concepto. Bye Bye Nits recibió el premio en esta categoría por una nueva marca que propone un concepto original, innovador y prometedor.
  - A la mejor estrategia de exportación. Piscines Desjoyaux recibió el premio por el desarrollo de su red en el extranjero.
  - A la mejor marca extranjera en Francia. Tom & Co recibió el premio por su exitosa implantación llevada a cabo en Francia.
- Le concours du “franchiseur le plus audacieux”. Este premio busca recompensar a la red más audaz en términos de desarrollo, comunicación y evolución a lo largo de 2019. Como novedad respecto a los otros concursos, se eligió previamente a tres empresas de entre las participantes como finalistas del concurso. Tras esta selección, se pidió a los usuarios que votaran a través de Facebook para elegir quién se llevaría el premio. Gracias a la participación de los usuarios, se anunció durante el salón que el ganador fue Meltdown eSport Bars, una red de bares centrados en el e-sport y los videojuegos.
- Le club de la franchise. Este concurso se centra en recompensar a las mejores herramientas dedicadas a la digitalización de las franquicias desarrolladas por start-ups. De las 30 start-ups que postulaban al premio, se escogieron 6 para que presentaran su actividad en cinco minutos al público de la feria. Finalmente, la start-up Shoki fue la que recibió el premio y, además, se le concedió un viaje a Islas Reunión para conocer a otras empresas locales.



## 4. Valoración

### 4.1. Valoración del evento en su conjunto

Franchise Expo es un salón de repercusión mundial, de manera que se ha convertido en un referente internacional del mundo de la franquicia. Se trata de una cita de extrema importancia tanto para franquicias que desean implantarse en Francia, como para quienes buscan nuevas tendencias.

A pesar de estar ubicada en Francia, su importancia en el sector consigue atraer empresarios no sólo de Francia, sino del resto de Europa y otros rincones del planeta. Por tanto, también es la ocasión perfecta para los expositores internacionales que quieran buscar socios extranjeros o conocer de cerca los consejos sobre el sector.

Tras el balance realizado por las empresas participantes, se puede afirmar que la edición de este año ha sido muy positiva. Desde el punto de vista de los expositores, la afluencia de visitantes fue constante y afirman que se trataba de profesionales del sector, no como en otras ediciones en las que había mayor afluencia de estudiantes. Por tanto, la feria no solo ha servido para dar a conocer las diferentes marcas, sino también para crear una red de contactos que permita a las empresas continuar con su crecimiento.

### 4.2. Valoración de la participación española

Un año más, la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), con apoyo de ICEX España Exportaciones e Inversiones, organizó una participación agrupada para acompañar a las empresas españolas que quisieran exponer en la edición de este año.

Las 8 empresas que iban de la mano de la agrupación procedían de diversos sectores, entre los que destaca sobre todo la moda. No obstante, también había empresas del sector de la restauración, decoración y servicios. Algunas de estas empresas participaban por primera vez en la feria, mientras que otras tenían cierta experiencia.

Tras haber entrevistado a las empresas españolas, cabe afirmar que todas están muy contentas de haber participado en esta feria. Todas coinciden en que se trata de una feria muy interesante a la que merece la pena acudir cada año dada la elevada presencia de visitantes internacionales.



Las empresas que han asistido a otras ferias del sector afirman que, sin duda alguna, esta es la más importante, tanto por número de expositores como por visitantes. Por tanto, si tuvieran que elegir entre asistir a esta feria u otras, repetirían en esta antes que visitar cualquier otra.

Aunque estas empresas tienen sus objetivos específicos, en general no buscan iniciar o mantener la presencia en el mercado francés, sino que buscan dar a conocer la marca y buscar socios extranjeros con los que poder desarrollar el negocio. En este sentido, para todas ellas, los visitantes han sido muy profesionales, por lo que esperan poder cumplir sus objetivos con alguno de ellos.

En cuanto a mercados objetivo, ninguna de estas empresas tenía un objetivo claro, sino que estaban abiertas a cualquier socio internacional que quisiera ayudar a expandir el negocio a nivel mundial. No obstante, muchas de ellas coincidían en que tanto Sudamérica como Oriente Medio son mercados muy interesantes en los que les gustaría introducir la marca, por lo que sí estarían interesadas en acudir a posibles ferias que cubrieran estas áreas geográficas.

Así pues, cabe afirmar que la evaluación global de la feria por parte de estas empresas es muy positiva. Todavía es pronto para hablar de cumplimiento de los objetivos establecidos para la feria, ya que para eso se deben esperar todavía unos meses hasta que se cierren los posibles acuerdos comenzados en Franchise Expo. No obstante, a primera vista, las empresas están muy satisfechas y esperan repetir el año que viene para continuar con el desarrollo de sus respectivas marcas.

### 4.3. Recomendaciones

Para los nuevos participantes, se aconseja realizar una primera visita a la feria con el objetivo de tomar contacto, ver el tipo de empresas y productos expuestos, valorar cuál es la ubicación más adecuada para el stand dentro del salón y qué tipo de clientes acuden.

Asimismo, tal y como ocurre en todas las ferias, hay que preparar la asistencia. Es muy recomendable traducir todos los documentos comerciales, así como el catálogo y la página web de la empresa al francés y también al inglés. Pese a estar ubicada en Francia, a la feria acuden visitantes y empresarios de distintas nacionalidades, por lo que es imprescindible tener la documentación en inglés también para llevar a cabo las negociaciones. Con el mismo objetivo, se aconseja contratar a un intérprete en caso de que sea necesario.

Se recomienda fijar una agenda de visitas antes del inicio de la feria, sobre todo cuando no se trata de la primera vez que se expone. De esta manera, se amortizará al máximo la inversión en la asistencia al salón. Además, se dejará la vía abierta a nuevos contactos que visiten la feria y que se muestren interesados en los productos de la empresa.



## 5. Anexos

### Empresas españolas participantes en la feria:

En el pabellón de España:

- Artespañol
- Cañas y Tapas
- Mayoral
- Muy mucho
- My Bike Mobile
- Promise
- Telelavo
- Ulanka

Fuera del pabellón:

- 100 Montaditos
- Barbadillo y Asociados
- Be Franquicia
- Coolway
- Llaollao
- Musee & Cloud
- Naturhouse
- The Good Burger





FRANCHISE EXPO PARÍS 2019

Para más información:

**Fédération Française de la Franchise**

29, Boulevard de Courcelles

75008 Paris

Tlf: +33 (0) 1 53 75 22 25

Fax: +33 (0) 1 53 75 22 20

Página web: <http://www.franchise-fff.com/>



**Observatoire de la Franchise**

52-54 quai de Dion Bouton

92806 Puteaux Cedex

Tlf: +33 (0) 1 47 56 24 42

Fax: +33 (0) 1 47 56 51 00

Página Web: <http://www.observatoirede lafranchise.fr/>





# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

900 349 000 (9 a 18 h L-V)  
informacion@icex.es

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones