

Le marché des Services à la Personne en 2008

Principales clientèles citées

Structure sociale	
Personnes âgées	74%
Familles	57%
Couples	41%
Célibataires	12%
Personnes handicapées	7%
Catégorie socio-professionnelle	
Retraités	74%
Cadres / Professions libérales	49%
Employés	24%
Artisans / Commerçants	21%
Ouvriers	15%
Agriculteurs	4%

Principales activités citées

Services au logement et cadre de vie	73%
Travaux de jardinage	69%
Prestations de petit bricolage	22%
Services à la vie quotidienne	32%
Entretien de la maison / Travaux ménagers	18%
Préparation de repas	13%
Repassage / Livraison de linge à domicile	12%
Livraison de courses	11%
Assistance informatique et Internet	10%
Services à la famille	18%
Garde d'enfants à domicile	11%
Accompagnement d'enfants à l'école	9%
Soutien scolaire et cours	8%
Service d'appui administratifs	11%
Assistance administrative	10%
Services relatifs aux personnes dépendantes	11%
Aide aux personnes âgées	8%
Aide aux personnes handicapées	8%
Aide à la mobilité et au transport de personnes	7%

Nota : tous les résultats sont en % d'entreprises ayant cité l'item. En raison de citations multiples pour certaines questions, les sommes de % peuvent être supérieures à 100.



Enquête 2007 vs enquête 2008 : principales évolutions



Une concurrence toujours plus forte

Hormis les associations, tous les autres types de concurrence sont ressentis plus fortement : travail non déclaré (+117%), CCAS (+48%) et entreprises privées (+16%).

Des priorités nouvelles

L'apparition de nouveaux besoins au niveau du recrutement, des salaires, de la mise en place d'une procédure d'agrément ou de certification, du développement de l'immobilier, traduit certainement une phase de consolidation et de structuration de la part de ces établissements.

Des effectifs stables

66% des entreprises ont conservé un effectif identique.

De nouvelles clientèles

Les deux cibles de clientèles qui ont le plus progressé sont les couples (+30%) et les cadres et professions libérales (+11%).

Des politiques commerciales dans une seconde phase

Les techniques commerciales dites « agressives » régressent : démarchage direct (-26%), publicité (-16%). Des méthodes plus structurées se développent : site Internet (+50%), prescripteurs (+44%).

Le CESU toujours à la peine

Si le pourcentage d'entreprises acceptant le CESU augmente un peu, une part croissante (+42%) juge que c'est un moyen de paiement encore peu utilisé.

Des perspectives d'avenir plus mesurées

58% des établissements envisagent toujours de développer leur activité, mais la part des dirigeants souhaitant maintenir leur activité au niveau actuel a augmenté de 7 points. Traduction d'une vision plus juste des réalités du secteur ou prudence vis-à-vis de la conjoncture ?



SERVICES À LA PERSONNE : Les entreprises se positionnent progressivement

Début 2007, une enquête avait été menée auprès des entreprises de services à la personne d'Auvergne. Principaux constats : le marché était segmenté entre d'un côté, les associations et collectivités, reconnues et structurées, et, d'un autre côté, des entreprises assez jeunes, encore dans une phase de construction pour la plupart. Leur potentiel de développement paraissait évident. 18 mois plus tard, qu'en est-il ?

“Une marge de développement inégalement exploitée”

Le poids des associations reste toujours très important, mais les entreprises s'affirment et prennent toute leur place sur ce marché.

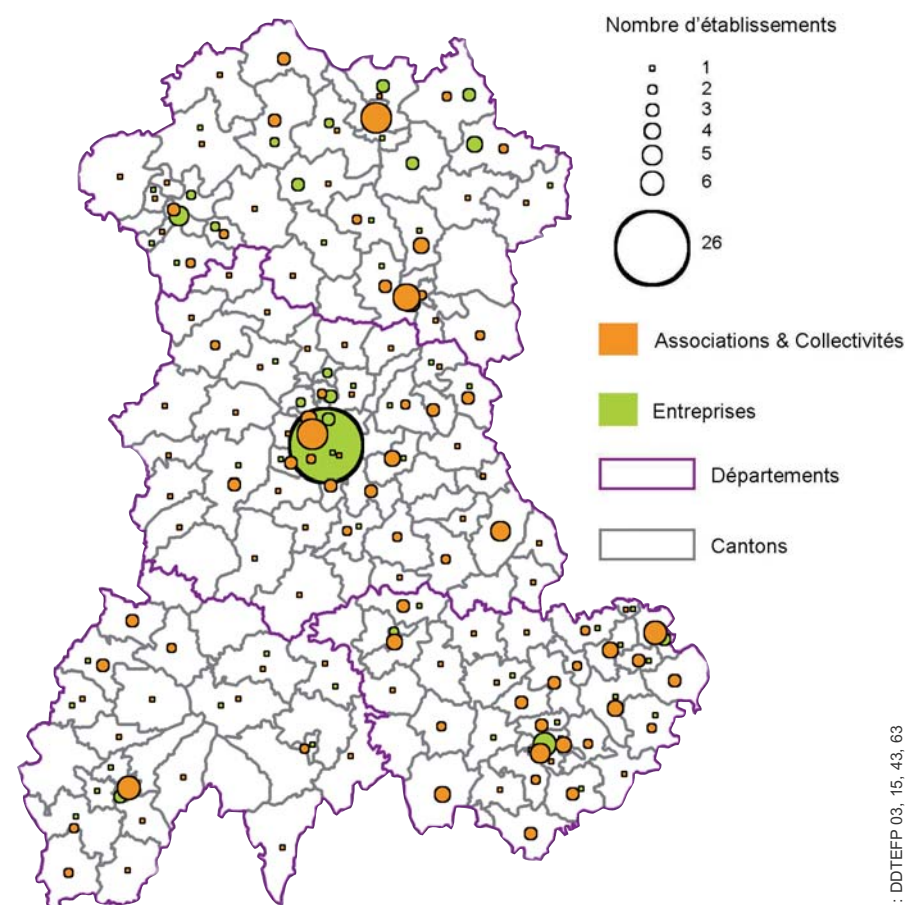
Elles consolident leur clientèle de couples, cadres et professions libérales. Elles orientent leurs activités sur des prestations comme le soutien scolaire, l'assistance informatique ou les petits travaux de jardinage.

Par la mise en place de politiques commerciales structurées, leur capacité à recruter, la flexibilité de leur fonctionnement, certaines ont déjà réussi à se doter de fondations solides, essentielles pour continuer à se développer sereinement. Les entreprises disposent ainsi de leviers de croissance indéniables.

CATÉGORIES ENQUÊTÉES

- Services à la famille**
 - Accompagnement d'enfants à l'école
 - Garde d'enfants à domicile
 - Crèches et garderies d'enfants
 - Soutien scolaire et cours
 - Soins de beauté à domicile
 - Coiffure à domicile
- Services relatifs aux personnes dépendantes**
 - Soins à domicile
 - Garde malade
 - Aide aux personnes âgées
 - Aide aux personnes handicapées
 - Aide à la mobilité et au transport de personnes
 - Conduite de véhicules personnels
- Services à la vie quotidienne**
 - Livraison de courses
 - Livraison de repas
 - Préparation de repas
 - Repassage / livraison de linge à domicile
 - Entretien de la maison / travaux ménagers
 - Assistance informatique et Internet
 - Soins et promenade d'animaux domestiques
- Services au logement et cadre de vie**
 - Prestations de petit bricolage
 - Travaux de jardinage
 - Enquêtes et sécurité
 - Gardiennage et surveillance temporaire du domicile
- Services d'appui administratifs**
 - Assistance administrative
 - Secrétariat / traduction
 - Conseil juridique

Répartition des organismes agréés en Auvergne (janvier 2009)



Le potentiel de consommation des services à la personne semble loin d'être complètement exploré et des marges de développement peuvent encore être trouvées.

En se donnant des moyens de fonctionnement cohérents et structurés, des établissements parviennent à se démarquer des associations et à se faire une véritable place dans le paysage des services à domicile.

Tous ces acteurs privés n'envisagent toutefois pas leur développement de la même manière. On voit ainsi se dessiner des profils d'entreprises différents selon leur structure : entreprise individuelle ou société.

	Entreprises		Associations et collectivités	
	2007	2009	2007	2009
Allier	19	46	61	59
Cantal	0	13	29	30
Haute-Loire	6	24	69	76
Puy-de-Dôme	23	51	83	80
Auvergne	48	134	242	245

Source : DDTEFP 03, 15, 43, 63 janvier 2009

Source : DDTEFP 03, 15, 43, 63 Réalisation : CRCIA - Service Observation Economique et Etudes - juin 2009



Source : CRCIA - Observatoire Régional des Services à la Personne. Une production CRCIA - Copyright CRCIA - 2009

Sur les 209 entreprises ayant répondu à l'enquête 2008, 86 avaient déjà participé à celle de 2007. Parmi elles, 62% d'entreprises individuelles et 38% de sociétés. La répartition des activités citées est très proche de celle de l'échantillon global. Il semblait donc intéressant d'étudier les principales évolutions de leurs réponses.

61 %

des entreprises du secteur pour 24 % d'emplois.

Des entreprises individuelles plus nombreuses

Des microstructures de petit jardinage et bricolage ...

Ces entreprises sont de taille modeste : **86% d'entre elles ne comptent aucun salarié**, soit un effectif moyen de 1,25 personne par établissement. Elles opèrent essentiellement dans les domaines du petit bricolage et des travaux de jardinage (77%). Presque toutes travaillent de manière **indépendante**, sans adhérer à un groupe ou à un réseau.

Mode d'organisation



Des sociétés mieux structurées

Des établissements aux organisations plus avancées ...

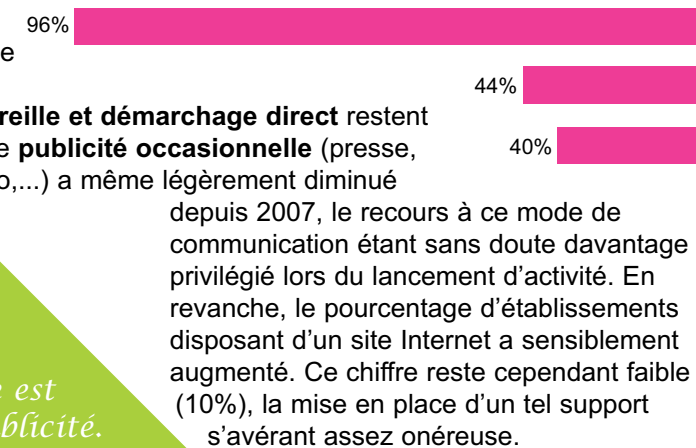
Avec un effectif moyen de 6,2 personnes par établissement, elles concentrent une majorité de l'emploi salarié du secteur. **70% comptent au moins un salarié**. Ces sociétés sont de plus en plus multiservices, offrant plusieurs types de prestations, notamment pour les services aux familles et à la vie quotidienne. **Elles renforcent également leurs modes de fonctionnement**, en intégrant plus fréquemment un réseau ou un groupe.

76 %

des emplois du secteur dans 39% des entreprises.

... avec des pratiques commerciales succinctes ...

Faute de moyens et de temps, les entrepreneurs individuels n'ont pas de réelle politique commerciale et éprouvent des difficultés à se faire connaître. **Bouche à oreille et démarchage direct** restent les pratiques les plus courantes. L'usage de **publicité occasionnelle** (presse, radio,...) a même légèrement diminué



Mode de démarchage

... adaptant leur politique de prospection ...

Les sociétés utilisent des techniques de prospection plus variées, mais surtout plus en adéquation avec le marché. Des budgets commerciaux un peu plus élevés les conduisent à pouvoir réaliser

avantage de publicité et développer

leur propre site Internet. Ces supports leur permettent une **meilleure visibilité**. Outre ces approches traditionnelles, ces établissements se sont également rapprochés des **prescripteurs et enseignes nationales**, interlocuteurs privilégiés pour de nombreuses prestations de services à la personne.

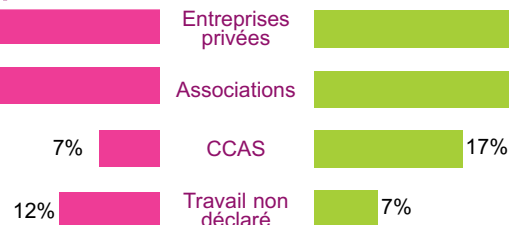
"Je travaille seule et le bouche à oreille est ma meilleure publicité. J'ai de nombreux concurrents mais je compte sur mon activité pour garantir mon emploi."



... confrontées à de nombreux concurrents ...

Les dirigeants de ces petites structures ressentent **les autres établissements privés** comme principaux concurrents. C'est notamment le cas des activités d'entretien des espaces verts, où le nombre d'entrepreneurs est très important.

Type de concurrence ressentie



... aux réalités du marché des services à la personne ...

Les sociétés sont plus partagées sur la question de la concurrence et positionnent au même niveau les entreprises privées et associations. La « **compétition** » **interentreprises** reste bien présente, comme dans tout secteur d'activité économique. Les **organismes associatifs** sont deux fois plus cités qu'en 2007. Il s'agit certainement là d'une réelle prise de conscience de la part des dirigeants d'une **cohabitation inévitable** avec ces acteurs sur le marché des services à la personne. La même tendance est confirmée au niveau des CCAS (17% contre 8% en 2007), même s'ils sont beaucoup moins nombreux.

"Je travaille en équipe sur plusieurs activités. Nous cherchons à nous faire connaître par un large public, tout en fidélisant nos clients. Notre préoccupation ? Nous développer !"



Les associations se positionnent également comme une autre alternative sérieuse selon ces chefs d'entreprise, notamment au niveau de la clientèle des personnes âgées, qui sont souvent orientées vers ces structures. **Le travail non déclaré** est toujours décrié, mais il reste impossible à évaluer. Le CESU devait constituer un début de réponse à ce problème.

... toujours dans une phase de lancement de leur activité ...

Les entreprises individuelles semblent toujours confrontées aux mêmes difficultés qu'un établissement nouvellement créé. **Financement et développement immobilier** sont deux de leurs préoccupations majeures. Elles peinent à constituer des fondations solides, pour pouvoir pleinement lancer leur activité. Elles ont aussi du mal à franchir le cap au niveau commercial. Faute de moyens pour se faire connaître ou développer leur offre, **démarcher et fidéliser des clients paraissent des freins à leur croissance**.



Principales préoccupations

... et s'attachant désormais à consolider leur entreprise ...

Même si le développement commercial reste la première priorité des dirigeants enquêtés, la **gestion et l'organisation de leur établissement** sont devenues leurs principales préoccupations. L'évolution des besoins, dorénavant plus orientés sur le fonctionnement de l'entreprise, traduit des projets plus aboutis, désormais à un stade de consolidation. A noter que la **gestion des ressources humaines** est la problématique majeure des structures de plus de 10 salariés.

... d'où une prudence affichée pour l'avenir.

Leurs dirigeants sont les plus nombreux à vouloir avant tout **maintenir leur activité au niveau actuel**. Ils ont certainement des projets plus limités, leur structure représentant souvent leur propre emploi ou une source de revenu complémentaire. Outre des **perspectives de recrutement moindres**, le pessimisme de ces entrepreneurs se traduit également par un **faible espoir de croissance externe**.

Perspectives de recrutement



Les dirigeants des sociétés sont résolument optimistes, **77% d'entre eux prévoyant de développer leur activité** dans les 3 ans à venir. Leurs perspectives de recrutement ont également bien augmenté depuis la dernière enquête, confirmant une demande croissante. Ils semblent donc se donner les moyens de leurs ambitions, même si celles-ci pourraient être réévaluées pour tenir compte des réalités de la période économique actuelle.

Nota : tous les résultats sont en % d'entreprises ayant cité l'item. En raison de citations multiples pour certaines questions, les sommes de % peuvent être supérieures à 100.