

Le  
**BIPE**  
à  
**50 ans**  
1958-2008

# Etude prospective sur les services susceptibles d'émerger dans le secteur des services à la personne

Rapport final

Le 22 mai 2009

**Auteurs :**

Ahmed Ait-Kaci  
Audrey Chazalviel  
Hélène Colas  
Pierre Grapin  
Elisabeth Waelbroeck-Rocha

Avec la collaboration de :



©BIPE 2009

BIPE

« Le BIPE conserve l'entière propriété intellectuelle des documents produits par lui. L'utilisation de ce rapport est concédée uniquement et exclusivement à son acquéreur. Le BIPE ne saurait être tenu responsable de toute erreur, oubli et autre résultat tiré de l'utilisation de ce rapport et/ou de toute exploitation des informations contenues dans ce rapport. »

## Sommaire

NOTE LIMINAIRE .....	5
SYNTHESE.....	6
L'analyse qualitative : besoins à satisfaire et nouvelles offres envisagées .....	6
Analyse quantitative : prospective des populations cibles et des marchés .....	9
Préconisations : quel rôle pour l'Etat ? .....	14
INTRODUCTION .....	16
LES EVOLUTIONS SOCIETALES ET LEURS CONSEQUENCES .....	16
Premier constat : à l'heure actuelle, ce sont essentiellement les femmes qui sont à l'origine de la demande : elles sont à la fois prescriptrices, ordonnatrices, coordinatrices.....	16
Deuxième constat : deux familles de besoins en évolution continue .....	17
Troisième constat : la priorité pour tous les acteurs est de consolider l'offre existante, avant de l'élargir.....	18
Quatrième constat : vers une diversification des lieux de prestation ? .....	18
LES BESOINS AUXQUELS IL FAUT REpondre .....	19
Offre insuffisante sur la petite enfance.....	19
Prestations « techniques » requérant des compétences ou un équipement spécialisé.....	20
Services liés à la mobilité.....	21
Besoin de sécurité et de sécurisation.....	22
Le défi du progrès technique et l'adaptation aux nouvelles technologies .....	23
Réponse à l'isolement et au déficit de lien social.....	23
Réponse à la désertification des services publics en milieu rural.....	24
Vers une demande de services à destination des adolescents ? .....	24
La demande des TPE s'apparente à celle des ménages : informatique, nettoyage, sécurité, offres globales.	24
LES NOUVELLES OFFRES ENVISAGEES .....	25
Les services liés à la mobilité.....	25
Les services liés à l'évolution des modes de vie.....	26
Les services liés aux cycles de vie .....	28
Les autres nouveaux services .....	29
LES FACTEURS D'ACCELERATION ET LES FREINS AU DEVELOPPEMENT DES MARCHES.....	30
Les facteurs d'accélération.....	30
Les freins au développement des marchés.....	33
LES MODELES ECONOMIQUES VIABLES.....	38
Quels opérateurs pour quels services ?.....	38
Quelle organisation future de l'offre ? .....	40

<b>Quels systèmes de tarification, et quel rôle pour l'Etat ?</b> .....	<b>41</b>
<b>PROSPECTIVE DE LA DEMANDE A L'HORIZON 2015</b> .....	<b>42</b>
<b>Les profils des utilisateurs de services à la personne en 2005</b> .....	<b>43</b>
<b>Les évolutions socio-démographiques à l'horizon 2015</b> .....	<b>49</b>
<b>Conséquences sur le marché potentiel des services à la personne</b> .....	<b>61</b>
<b>CONCLUSION : LE ROLE DES POLITIQUES PUBLIQUES DANS LE SOUTIEN AU DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE DE SERVICES INNOVANTS A DESTINATION DES PARTICULIERS</b> .....	<b>71</b>
<b>ANNEXE 1 : COMITE DE PILOTAGE DE L'ETUDE</b> .....	<b>73</b>
<b>ANNEXE 2 : LISTE DES ORGANISMES ET RESPONSABLES RENCONTRES</b> .....	<b>74</b>
<b>ANNEXE 3 : SYNTHESE DU SEMINAIRE PROSPECTIF DU 29 NOVEMBRE 2008</b> .....	<b>75</b>
<b>Objectifs</b> .....	<b>75</b>
<b>Caractéristiques des participants</b> .....	<b>75</b>
<b>Le point de vue des clients utilisateurs</b> .....	<b>75</b>
<b>Le point de vue des salariés à domicile</b> .....	<b>77</b>
<b>ANNEXE 4 : ORDRE DU JOUR DU SEMINAIRE PROSPECTIF</b> .....	<b>78</b>

## **Note liminaire**

Les auteurs du rapport remercient les organismes et les entreprises qui leur ont permis de réaliser les entretiens de la première phase de l'étude.

Ils remercient également les particuliers employeurs et les salariés du secteur des services à la personne qui ont participé au séminaire prospectif du 29 novembre 2008. Ce séminaire a été organisé et animé avec la participation active de l'IRCEM.

Les analyses du rapport sont de la responsabilité des auteurs du rapport et n'engagent que le BIPE.

## Synthèse

L'étude réalisée fin 2008 par le BIPE à la demande de la DGCIS porte sur les services susceptibles d'émerger à un horizon de 10 ans dans le secteur des services à la personne.

L'objectif était d'analyser les possibilités d'innovation dans l'offre de services et de formuler des propositions visant à améliorer l'offre existante et développer de nouvelles offres à destination des ménages. Trois grandes catégories d'innovation ont été prises en compte : développement de l'activité dans les domaines actuellement couverts ; émergence de nouveaux services, liés ou non aux nouvelles technologies ; et, innovation en matière de canaux de distribution ou de modes de solvabilisation.

Pour cela, l'étude a été organisée en deux parties :

- Identification des services susceptibles d'émerger d'ici 2015, à partir, d'une part, d'une vingtaine d'entretiens avec des acteurs clés et des opérateurs des SAP, et, d'autre part, d'un séminaire prospectif avec des particuliers employeurs et des salariés des services à la personne organisé avec la contribution de l'IRCEM ;
- Quantification des potentiels de marchés correspondants, à travers l'analyse des taux de recours par type de ménage à l'heure actuelle, ainsi que d'une prospective démographique par type de ménage ; cette approche a conduit au chiffrage de plusieurs scénarios, à titre d'illustration.

### L'analyse qualitative : besoins à satisfaire et nouvelles offres envisagées

#### *En préambule, quatre constats liés aux évolutions sociétales*

Quatre caractéristiques vont profondément influencer sur le développement du marché et sur les innovations dans les services à la personne dans les prochaines années :

- 1) A l'heure actuelle, ce sont principalement les femmes qui sont à l'origine de la demande : elles sont à la fois prescriptrices, ordonnatrices, et coordinatrices ; à ce titre, elles sont aujourd'hui la cible prioritaire des opérateurs ; on verra cependant qu'elles pourraient ne plus constituer le seul marché porteur demain ;
- 2) On observe deux familles de besoins en évolution continue :
  - a) les services dits « nécessaires », qui sont principalement liés au cycle de vie ;
  - b) les autres services, liés essentiellement à l'évolution des modes de vie ;
- 3) La priorité pour tous les acteurs est de consolider l'offre existante, avant de l'élargir ;
- 4) La diversification des lieux de prestation fait partie des réflexions.

#### *Les besoins à satisfaire*

Des entretiens auprès des opérateurs et du séminaire prospectif est ressortie la liste suivante, mettant l'accent sur les besoins aujourd'hui non satisfaits ou auxquels on répond de manière insuffisante :

- Offre insuffisante sur la petite enfance, tant en volume qu'en matière de répartition géographique ;
- Prestations « techniques » requérant des compétences ou un équipement spécialisé ;

- Services liés à la mobilité ;
- Réponse au besoin de sécurité, et de sécurisation ;
- Défi du progrès technique et adaptation aux nouvelles technologies ;
- Réponse à l'isolement et au déficit de lien social ;
- Réponse à la désertification des services publics en milieu rural ;
- Émergence d'une demande de services à destination des adolescents.

Le rapport note aussi que, sur de nombreux aspects, la demande des TPE s'apparente à celle des ménages : il s'agit notamment des services liés à l'informatique, au nettoyage et à la sécurité, ainsi que les offres dites « globales » ou « bouquets de services ».

### ***Les nouvelles offres envisagées***

Les principales offres actuellement à l'étude chez les opérateurs de services à la personne peuvent être groupées dans les catégories suivantes :

- Les services liés à la mobilité :
  - ▶ services facilitant l'accès à l'extérieur des publics fragiles ;
  - ▶ prestations annexes au transport ;
  - ▶ services facilitant la mobilité globale des personnes.
- Les services liés à l'évolution des modes de vie :
  - ▶ services au domicile de gestion/simplification de la vie quotidienne ;
  - ▶ services de bien être à domicile.
  - ▶ services offerts sur le lieu de travail : par exemple, développement de la conciergerie d'entreprise ;
- Les services liés au cycle de vie :
  - ▶ services liés à l'usage des NTIC dans les cas de maladie, vieillissement et perte d'autonomie ;
  - ▶ services aux aidants familiaux ;
  - ▶ services pour de nouvelles formes de collectivité ;
  - ▶ services offerts en dehors du domicile dans de nouveaux lieux.
- Les « autres » nouveaux services, tels par exemple :
  - ▶ les offres « globales » ;
  - ▶ les nouveaux modes de prestation de services traditionnels (crèches itinérantes, etc.).

### ***Les facteurs d'accélération des marchés perçus par les opérateurs***

En se basant sur les interviews auprès des opérateurs, l'étude a identifié des facteurs potentiels d'accélération des marchés liés pour partie à des innovations. Parmi les facteurs d'accélération, on peut citer :

- L'offre de bouquets de service et les offres globales ;
- Le développement du prépaiement ;

- La banalisation du service, notamment avec l'arrivée de nouveaux modes de distribution ;
- La reconnaissance, par les particuliers, de la « valeur » du service, permettant une meilleure acceptation du prix à payer ;
- La gestion sous mode prestataire.

### **Les freins perçus au développement des marchés**

L'étude dresse également une liste de freins au développement des marchés, tels qu'ils sont perçus par les opérateurs, les salariés et les utilisateurs des services à la personne. Cette liste correspond aux caractéristiques suivantes :

- La non-acceptation, par les bénéficiaires, de la « valeur » (donc du juste prix) du service ;
- Le développement en milieu rural, plus lent ;
- L'exigence, de la part des ménages, de prestations de services « n'importe quand, à n'importe quelle heure » et la demande fréquente « d'immédiateté » ;
- Les problèmes récurrents de professionnalisation, de recrutement et de stabilité des personnels ;
- Le problème de la concurrence et de la frontière avec l'artisanat : cadre fiscal et réglementaire, statut des salariés, gestion de l'urgence ;
- Le fait de transformer le domicile en « hall de gare » ;
- La fiabilisation des technologies de l'information (NTIC), notamment pour les services liés aux nouvelles technologies (accès au haut-débit,...);
- Les problèmes liés à la mono-activité (favorisée par le dispositif Borloo) ;
- Le manque de visibilité des grandes marques.

### **Les modèles économiques viables**

Quels opérateurs pour quels services ? On peut imaginer deux scénarios très différents par leurs conséquences :

- Le scénario de la spécialisation (par type de service/ménage cible). Ce scénario :
  - ▶ *Permet le maintien de segments « administrés » co-existants avec le développement d'offres complémentaires tarifées au prix réel ;*
  - ▶ *Est plutôt favorable au secteur associatif, déjà bien implanté : les associations bénéficient en effet d'un avantage de « premier entrant » que le système des agréments peut contribuer à renforcer ;*
- Le scénario de l'intégration, avec le développement d'une offre multiservices des grands opérateurs privés. Dans ce cas-ci :
  - ▶ *L'accent est mis par les opérateurs sur la fidélisation client « au long de la vie », donc sur le développement d'une offre à large spectre permettant de répondre à tout type de besoin (selon le principe du « guichet unique ») ;*
  - ▶ *Le système se prête au développement de systèmes de prépaiement ;*
  - ▶ *Il devrait se traduire à terme par la fin des services d'intermédiation « purs » ;*



- *Un problème peut néanmoins surgir : il s'agit de la gestion des agréments pour les offres aux publics fragiles ou pour certains services.*

En termes d'organisation future de l'offre, deux modèles aussi peuvent co-exister:

- Le premier consiste en une offre « directe », internalisée ;
- Le deuxième consiste en une prise de participation par de grands opérateurs, et/ou la gestion de réseaux (franchises, offres locales,...).

Quels systèmes de tarification, et quel rôle pour l'Etat ? Quelques contradictions sont à résoudre:

- Développement du modèle du « tiers payant » ;
- Importance de l'affichage du « vrai prix ».

## Analyse quantitative : prospective des populations cibles et des marchés

### Les évolutions démographiques et leurs conséquences

Les évolutions démographiques ont été analysées en intégrant les dimensions du cycle de vie (à travers l'âge), de la composition du foyer (présence ou non d'enfant(s), famille monoparentale, couple) et du statut des membres du ménage (actif/inactif, niveau de revenu).

Une segmentation des ménages d'après les critères discriminants que sont la mise en couple ou non, l'activité (ou la double activité) et la présence ou non d'enfant au foyer, permet d'obtenir onze catégories de ménages. Le tableau ci-dessous donne la répartition des ménages entre les catégories types pour l'année 2005.

		Vie professionnelle			
		Inactif	Monoactif	Biactif	
<b>Vie privée</b>	<b>Solo</b>	Solexa <b>3 627</b>	Sola <b>3 933</b>	X	
		Soli <b>934</b>			
	<b>Mono</b>	Moni <b>618</b>	Mona <b>1 480</b>		
	<b>Couple sans enfant</b>	Nownok <b>3 283</b>	Minki <b>1 157</b>		Dinki <b>2 213</b>
	<b>Couple avec enfant</b>	Kinow <b>490</b>	Coumak <b>1 938</b>		Coubik <b>5 397</b>

**Effectifs 2005  
en milliers de ménages**

- **SOLEXA** pour SOLitaire Ex-Actif
- **NOWNOK** pour No Work NO Kid
- **KINOW** pour Kids NO Work
- **SOLI** pour SOLo Inactif
- **SOLA** pour SOLo Actif
- **MONO** pour MONOparental
- **MINKI** pour Mono Income No Kid
- **DINKI** pour Double Income No Kid
- **COUMAK** pour COUple Mono-Actif avec Kid
- **COUBIK** pour COUple Bi-Actif avec Kid

Source : BIPE d'après INSEE

Ces catégories vont évoluer à l'horizon 2015 de la manière suivante :

- Avec le vieillissement de la population, le nombre de seniors croîtra rapidement ;
- On s'attend à une croissance dynamique du nombre de ménages, surtout :
  - ▶ Des ménages solos, notamment masculins (toutes tranches d'âge) et âgés ;
  - ▶ Des couples de retraités ;
  - ▶ Des familles monoparentales ayant une femme comme chef de famille ;
- La hausse des taux d'activité des femmes et des seniors augmentera les besoins de services des personnes actives :
  - ▶ Beaucoup moins de familles avec un adulte à la maison ;
- Le nombre d'enfants par famille ayant des enfants augmentera, créant des besoins d'accompagnement des enfants, y compris des « grands enfants ».

### **Les comportements d'achat de services des ménages**

Ces comportements sont étudiés, en premier lieu, à partir des **taux de recours** aux services à la personne par catégorie de ménage en 2005<sup>1</sup>. Le taux de recours moyen est très faible puisqu'on dénombre environ 3,25 millions de ménages ayant eu recours au moins une fois dans l'année à un SAP (au sens large), soit à peine plus d'un ménage sur 10.

Le taux de recours varie beaucoup selon l'âge et la composition du ménage. Comme l'indique le graphique ci-dessous, ce sont les hommes seuls inactifs et les femmes seules inactives (pour la plupart des seniors) qui utilisent le plus fréquemment les SAP. Viennent ensuite les couples sans enfant inactifs et les couples biactifs avec enfant.

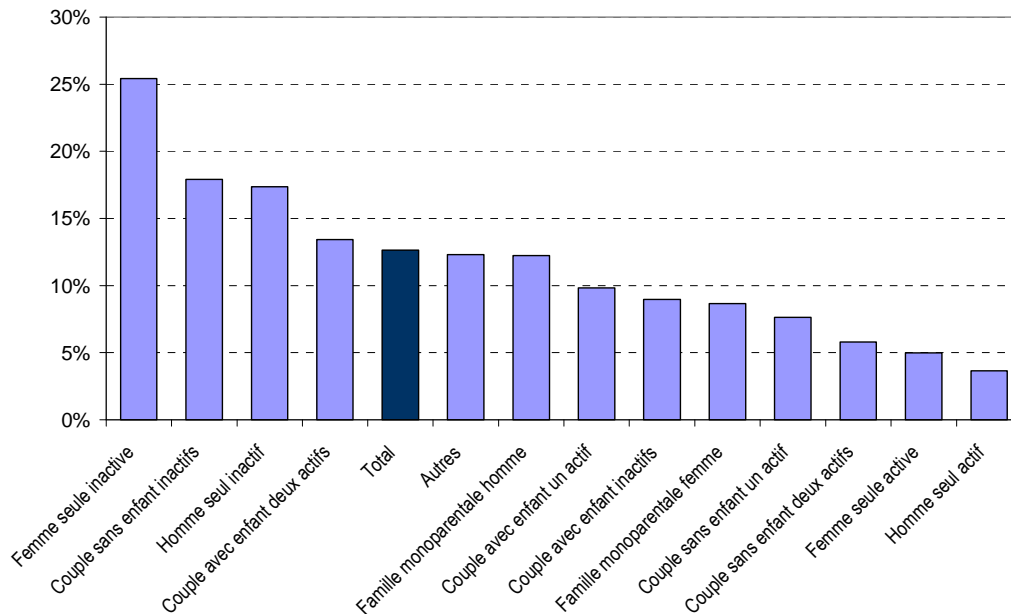
Par ailleurs, le taux de recours au sein d'une même catégorie de ménage varie selon l'âge des personnes. La proportion de ménages utilisateurs augmente avec l'âge tout au long de la vie, avec une exception : entre 55 et 64 ans, lors de la transition de la vie active à la retraite. Les « nouveaux retraités » retrouvant du temps pour se prester des services à soi-même ou à autrui, leur demande de services diminue. Le tableau suivant montre aussi l'importance du « premier pas » : la probabilité qu'un couple avec enfant biactif ait recours à une aide extérieure augmente avec l'âge du chef de famille.

Les comportements d'achat sont ensuite analysés à travers **la part du budget consacré aux SAP par les ménages utilisateurs**. Ainsi, alors qu'en 2005, près de la moitié des dépenses totales ont été effectuées par des ménages de plus de 65 ans, on constate qu'exprimé en pourcentage du revenu du ménage de chaque catégorie, ce sont les jeunes et les seniors qui consacrent la part la plus importante de leur revenu à l'achat de services à la personne. Par ailleurs, le taux d'effort croît avec l'âge, à l'exception de la catégorie des 75 ans et plus, entre 2000 et 2005, comme l'indique le graphique sur la page suivante.

---

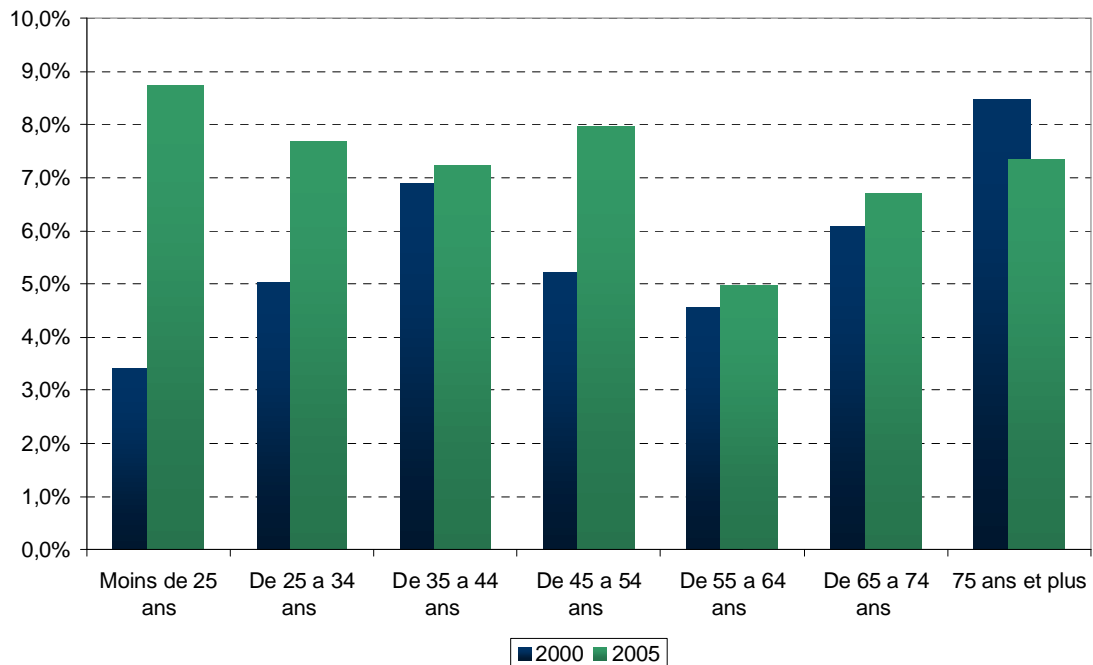
<sup>1</sup> Ces taux de recours ont été calculés à partir des données de l'enquête Budget des Familles 2005 de l'INSEE, et s'appuient donc sur du déclaratif des ménages. Le champ des services couverts diffère de celui des services bénéficiant des mesures d'appui du Plan de Développement des Services à la Personne ; notamment, on exclut ici les assistantes maternelles ; l'enquête Budget des Familles intègre cependant une partie du travail au noir. Ces deux facteurs expliquent les différences entre la valeur de marché totale estimée ici, et les données publiées par d'autres sources.

### Classement des taux de recours à un prestataire de service, en 2005



Source : BIPE, d'après l'enquête BdF 2005 (INSEE)

### Part de la dépense totale consacrée aux SAP par tranche d'âge, en %



Source : BIPE, d'après l'enquête BdF 2005 (INSEE)

Le graphique qui précède illustre le potentiel important de développement des SAP auprès des tranches d'âge intermédiaires, notamment des 55-64 ans, dont une grande partie est constituée de jeunes retraités dont les enfants ont quitté le foyer.

Si l'on traduit les dépenses moyennes en heures de travail, en utilisant un salaire moyen homogène pour toutes les catégories et classes d'âge, on constate que les ménages utilisateurs achètent entre 4 et 5 heures de services par semaine pour toutes les classes d'âge supérieures à 25 ans.

La classe intermédiaire des 55-64 ans, dont les ressources financières sont comparativement importantes, aura deux raisons d'augmenter le nombre d'heures de services dans la décennie à venir : d'une part, le report de l'âge de départ à la retraite maintiendra un plus grand nombre d'entre eux en activité ; d'autre part, ces ménages pourraient être séduits par de nouvelles offres.

### **Les conséquences sur le marché potentiel des SAP : les cinq scénarios**

L'étude a chiffré l'impact sur le marché potentiel des services à la personne à l'horizon 2015 de différentes hypothèses pouvant se combiner :

- Effet des évolutions démographiques et des changements attendus dans la taille des cohortes de ménages ;
- Effet d'une hausse des taux de recours au sein de certaines catégories de ménages, liée au développement de nouveaux services ;
- Effet d'une modification du nombre d'heures prestées auprès des différentes catégories de ménages, liée aux nouvelles offres.

Cinq scénarios et trois variantes ont été chiffrés.

- **Scénario 1 : impact des évolutions démographiques tendanciennes et des changements de structure correspondants.**

En supposant que le pourcentage de ménages d'une catégorie donnée ayant recours à un service à la personne ne change pas entre 2005 et 2015, on estime que la hausse sur 10 ans du marché des SAP (hors assistantes maternelles) serait de 10,7%. Cette hausse est légèrement inférieure à celle du nombre de ménages sur la période (10,9%), en raison de la baisse relative du nombre de familles de la tranche d'âge 35-44 ans.

**Les changements de structure dans la taille des cohortes entraînent également une baisse du nombre moyen d'heures prestées auprès de chaque famille** (6 heures de moins par an). Pour les salariés, cette évolution se traduit par une plus grande fragmentation de l'emploi.

Dans ce scénario, une **première variante** a été estimée pour quantifier l'impact du vieillissement démographique sur la demande de services des 65 ans et plus : la hausse du nombre de personnes dans les tranches d'âge 65-75 ans, et 75 ans et plus, conduit à elle seule à une hausse de la demande totale de services de ces tranches d'âge de 31% et 35% respectivement d'ici, 2015, soit un chiffre d'affaire additionnel pour les opérateurs de 1 400 millions d'€ courants entre 2005 et 2015 ;

- **Scénario 2 : rattrapage du nombre d'heures demandées par les hommes seuls (actifs et inactifs) et les femmes seules inactives.**

Les hypothèses du scénario sont une hausse de 20% du nombre moyen d'heures des hommes actifs et de 10% des hommes inactifs, ainsi qu'une hausse de 10% du nombre d'heures utilisées par les femmes seules inactives.

Le nombre total d'heures prestées augmente de 14% entre 2005 et 2007, soit près de 3% de plus que le seul effet démographique. Alors qu'en 2005 la part de la dépense totale de SAP des ménages solos, hommes et femmes, actifs ou inactifs (hors assistantes maternelles) était de 22,5%, elle serait portée à 29% en 2015. Par rapport à l'année 2007, la hausse de la dépense serait de 1,1 milliard d'€ à prix constant, soit une hausse de 11% en 8 ans. En supposant une inflation de 2% par an, la hausse serait de 30%.

- **Scénario 3 : hausse du nombre d'heures demandées par les moins de 65 ans.**

Le scénario suppose une hausse de 10% du nombre d'heures prestées pour les moins de 25 ans, de 15% pour les 25-54 ans et de 25% pour les 55-64 ans.

Combiné à la hausse du nombre de ménages de chaque catégorie, l'effet total est une hausse du nombre d'heures de SAP prestées dans l'économie de 20%. La part de la dépense en SAP des moins de 65 ans passe de 52,5% à 53,5% entre 2005 et 2015. Par rapport à l'année 2007, la dépense totale en SAP (hors assistantes maternelles) augmenterait ainsi de 1,5 milliard d'€, soit une hausse de +16% en 8 ans, en € de 2007.

- **Scénario 4 : hausse du taux de recours des moins de 65 ans.**

Le scénario retient une hausse de la part des ménages de chaque catégorie ayant recours à des services à la personne. Le taux de recours passerait en 2015 à 10% pour les moins de 25 ans, 20% pour les 25-54 ans et 15% pour les 55-64 ans.

Au final, le taux de recours moyen passerait de 13% à 20% en moyenne, tous ménages confondus.

Ces hausses des taux de recours augmentent le nombre d'heures totales prestées (hors assistantes maternelles) de 53% entre 2005 et 2015. La dépense totale en SAP augmenterait ainsi de 3,9 milliards d'€ à prix 2007 entre 2007 et 2015, soit une hausse de 41% par rapport à l'année 2007.

Une **deuxième variante** a été quantifiée à partir de ce scénario, l'idée étant de chiffrer le marché additionnel lié à une convergence des taux de recours aux SAP des familles monoparentales, avec les taux de recours des familles bi-actives avec enfants. Compte tenu des projections démographiques relatives aux familles monoparentales, et en supposant une convergence du taux de recours actuel (très inférieur) avec celui des familles bi-actives avec enfants, on chiffre la hausse du marché à 600 millions d'euros courants entre 2005 et 2015.

Une **troisième variante** chiffre le coût, pour les pouvoirs publics, liés à l'octroi de 100 heures de garde d'enfants aux familles monoparentales en 2015 : cela augmente la taille du marché de 2,8 Mrd € courants entre 2005 et 2015, pour un marché total estimé, en 2005, à un peu moins de 10 Mrd € courants.

- **Scénario 5 : hausse combinée des heures par ménage et des taux de recours.**

Le scénario combine la hausse des taux de recours supposée dans le scénario 4, avec l'augmentation du nombre d'heures moyen par ménage du scénario 3.

Ce scénario, qui définit en quelque sorte une borne supérieure de hausse possible du marché des SAP lié à des innovations, indique une augmentation du nombre total d'heures prestées entre 2005 et 2015 de 70%.

Entre 2007 et 2015, la dépense totale en SAP (hors assistantes maternelles) augmenterait ainsi de 5,1 milliards d'€ à prix 2007, soit une hausse de 53% par rapport à 2007. Le marché atteindrait 15 milliards d'euros à prix 2007. En intégrant l'effet de hausses de prix annuelles de l'ordre de 2% par an en moyenne, cela conduirait à une hausse de 79% du marché des SAP (hors assistantes maternelles) en 8 ans, le marché atteignant 17,2 milliards d'€, comparé aux 9,6 milliards d'€ en 2007.

**Tableau comparatif des 5 scénarios (1)**

	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, à prix 2007	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, en € courants (2)	Hausse du marché en Mrd € courants, entre 2007 et 2015 (2)
Scénario 1 : Impact démographique	9%	27%	2,6
Scénario 2: rattrapage des heures des hommes seuls actifs et inactifs, et des femmes seules inactives	11%	30%	2,9
Scénario 3: hausse du nombre d'heures demandées par les moins de 65 ans	16%	36%	3,4
Scénario 4: Hausse des taux de recours des moins de 65 ans	41%	65%	6,2
Scénario 5: Impact combiné d'une hausse des heures par ménage et des taux de recours	53%	79%	7,6
(1) Hors assistantes maternelles			
(2) Hypothèse d'une hausse moyenne des prix de 2% par an			

Source : BIPE

## Préconisations : quel rôle pour l'Etat ?

Pour lever les freins au développement du marché des nouveaux services identifiés dans le rapport, plusieurs mesures peuvent être envisagées, dont certaines sont plutôt indirectes en ce sens qu'elles n'influenceront pas immédiatement le niveau d'activité, mais réduiront certaines barrières actuelles au développement de l'activité :

- Simplification des procédures d'embauche et de séparation, pour l'emploi direct qui reste souvent privilégié par les familles ;
- Appui à la mise en réseau d'opérateurs sur un territoire, pour favoriser l'émergence d'offres globales ;
- Développement/financement des formations ;
- Révision du cadre réglementaire de certaines professions, pour leur permettre de se positionner comme coordinateur de services à un niveau très local (par exemple, les officines de pharmacie) ;
- Pour lever la contrainte liée à la pénurie de ressources dans les SAP :
  - *Encouragement au travail des jeunes, étudiants, emplois saisonniers ou occasionnels, etc. (sur le mode anglo-saxon des jobs étudiants)*

○ *Assouplissement des règles de cumul emploi-retraite*

- Remplacement des agréments par des certifications qualité pour stimuler la création d'offres plus globales.
- Rôle de catalyseur pour favoriser la diffusion de l'innovation technologique ou non technologique.

Quelques mesures directes peuvent également être mises en œuvre, telles que :

- L'élargissement des conditions d'utilisation des CESH ;
- Des allègements fiscaux pour les entreprises octroyant des CESH préfinancés ;
- Des avantages fiscaux liés à l'offre de produits permettant de « préfinancer » les dépenses (de les lisser dans le temps).

Enfin, on a vu qu'il était important d'encourager la « révélation » du coût réel de la prestation de service, ou tout au moins une meilleure prise de conscience de la « valeur » du service, et ce pour favoriser l'acceptation du prix par l'utilisateur :

- Un des moyens consiste à revaloriser les prestataires de service (fin des références au « travail non qualifié » ou « travail peu qualifié », émergence nécessaire d'un nouveau vocabulaire restant à définir) ;
- L'affichage du prix global, avant tiers payant, est une deuxième composante.

## Introduction

Ce travail d'étude prospective a pour objectif :

- De faire une analyse prospective des besoins des individus et des ménages ;
- D'identifier des marchés potentiels futurs porteurs, pour des nouveaux services, et des services émergents ;
- D'analyser les facteurs d'accélération et les freins éventuels à l'émergence de ces nouveaux marchés, et le rôle des politiques publiques dans ce cadre.

Pour réaliser cette étude, le BIPE a effectué une recherche documentaire au niveau national et international, et conduit une vingtaine d'entretiens auprès des acteurs et opérateurs de référence du secteur des services à la personne. Ces entretiens ont été conduits sur la base d'un questionnaire ouvert permettant d'aborder l'ensemble des aspects relatifs aux « nouveaux » services récemment mis sur le marché par ces opérateurs, ou en phase de développement (identification des services ; besoins des ménages à satisfaire ; type de clientèle ; potentiel de développement ; facteurs d'accélération ; lieu de prestation ; potentiel selon les territoires ; mode de financement et de distribution ; rôle d'internet et des NTIC ;.....).

Cette première phase d'analyse a été complétée par un séminaire, organisé en collaboration avec l'IRCEM, et auquel ont participé deux types d'intervenants : des personnes utilisant actuellement des services à la personne, d'une part, et des salariés des particuliers employeurs et des entreprises, d'autre part. L'objectif du séminaire était de valider, commenter et éventuellement compléter le premier diagnostic effectué sur les « nouveaux services émergents » et les freins éventuels, ou facteurs d'accélérateurs, de leur développement.

Dans la deuxième phase de l'étude, l'ensemble de ces éléments d'informations ont été mis en perspective avec d'autres travaux prospectifs portant sur les évolutions socio-démographiques (structures des ménages, changements des modes de vie et des attentes sociétales, etc.).

## Les évolutions sociétales et leurs conséquences

Les entretiens réalisés auprès des acteurs de référence dans le secteur des services à la personne mettent en évidence quatre grandes caractéristiques qui vont profondément influencer sur le développement et les innovations dans les prochaines années.

### **Premier constat : à l'heure actuelle, ce sont essentiellement les femmes qui sont à l'origine de la demande : elles sont à la fois prescriptrices, ordonnatrices, coordinatrices**

Malgré un plus grand partage des tâches au sein des jeunes ménages, le marché des services à la personne repose encore avant tout sur des femmes confrontées à différentes problématiques (maternité, éducation des enfants, conciliation vie familiale-vie professionnelle, accompagnement de la dépendance, tâches ménagères, etc....) : la prise en compte de leurs attentes est donc essentielle pour comprendre les dynamiques à l'œuvre sur le marché des



services à la personne dans les prochaines années. Néanmoins, l'émergence de nouveaux « ordonnateurs » de services – par exemple les nouveaux « TSARS » (type de seniors « actifs » retraités, demandeurs de services de confort ou de loisir) ou d'hommes seuls, divorcés ou séparés avec charge de famille une semaine sur deux, pourrait changer la donne et stimuler de nouvelles demandes.

A l'heure actuelle, comme les enquêtes sur le budget temps le mettent en lumière, les tâches ménagères et familiales constituent toujours pour la femme une deuxième journée de travail : préparer les repas, coucher les enfants, repasser et faire le ménage, surveiller les devoirs scolaires, ... sont des activités qui continuent de reposer massivement sur les femmes. Le partage des tâches dans la famille est encore très loin d'être équilibré. Il semble, en particulier, que ce que les femmes ont « gagné » avec le partage des tâches quotidiennes ait été en partie perdu suite à la demande accrue de soutien à la dépendance (parents âgés, garde des petits enfants, ...) liée aux évolutions socio-démographiques. Les tâches ménagères restent donc au cœur des SAP. Il s'agit pour la plupart de tâches à caractère répétitif.

Avant de proposer des robots ou de miser sur les services rattachés aux nouvelles technologies (tels les services de mobilité et de géolocalisation), il reste une demande importante de services correspondant spécifiquement aux besoins des femmes, et destinés à leur permettre de (re-)gagner du temps, et de réduire le temps consacré aux tâches répétitives : certes, il s'agit d'une gamme de services relativement peu sophistiqués, mais qui représente un enjeu de plusieurs milliards d'euros (le travail domestique est estimé à 40% du PIB). Ce marché potentiel important est bien perçu comme tel par les opérateurs actuellement présents sur le marché des services à la personne, qui le voient toujours comme une priorité.

## Deuxième constat : deux familles de besoins en évolution continue

Le « marché » des services à la personne peut être segmenté en deux familles de services. D'une part, les services « nécessaires », liés au cycle de vie – c'est-à-dire dont la nature varie selon l'âge des individus. D'autre part, les services liés à l'évolution des modes de vie. Ce deuxième marché repose notamment sur des prestations ayant pour but de rendre la vie plus confortable et renvoyant à la notion de bien être.

- Sur le premier marché, le cœur de métier s'adresse à des personnes en situation de fragilité : familles, personnes âgées, personnes handicapées, personnes malades ou dépendantes. Les technologies s'inscrivant en complément des services aux personnes fragiles sont, par exemple, la téléassistance et la télémédecine.
- Le second marché répond à des besoins « secondaires » : les besoins à satisfaire renvoient à tous les actes de la vie quotidienne et à tous les services de confort. Parmi les technologies complétant ces services figurent la possibilité d'utiliser plus internet en matière de soutien scolaire, ou afin d'optimiser les déplacements.

À titre individuel, les besoins exprimés en matière de services à la personne évoluent en fonction des situations individuelles et des évolutions sociétales. Chaque famille de besoins correspond à des demandes qui évoluent sans cesse, en volume et en contenu, en fonction des phases du cycle de vie dans lesquelles se trouvent les individus, et en fonction des grandes tendances d'évolution de la société, qu'elles soient de nature démographiques, sociologiques et/ou culturelles. L'impression qui domine est toutefois que les besoins de type « secondaires » évoluent actuellement **plus vite**, essentiellement en raison de l'évolution rapide des modes de vie et des mentalités.

Dans les années à venir, on devrait assister à trois grandes évolutions :

- **Une moindre dichotomie entre besoins primaires et besoins secondaires** : les frontières actuelles devraient s'estomper, essentiellement du fait de l'augmentation du taux d'activité féminin et de l'exigence de conciliation de la vie professionnelle et de la vie familiale.
- **La montée des services de confort**. De nouveaux arbitrages budgétaires et dans l'utilisation des temps de vie et de loisirs vont prendre en compte les nouvelles dimensions du bien être individuel. Avec par exemple une importance accrue donnée au critère de la sécurité, une poursuite de la montée du désir d'autonomie, notamment de la part d'une société vieillissante, et un désir toujours plus grand de « liberté » sans renier pourtant l'importance du lien social.
- **L'émergence de besoins générationnels**. De nouveaux besoins devraient apparaître parmi les jeunes générations, qui ont un rapport direct et permanent avec les derniers développements de la « révolution numérique ». Ces nouveaux consommateurs ont des modes de vie et des habitudes de consommation, notamment de services culturels et de loisirs, qui les différencient nettement de leurs aînés, mêmes les plus proches d'eux par l'âge. Les nouvelles possibilités technologiques offertes par la révolution numérique pourraient ainsi faire émerger de **nouveaux besoins, de nouveaux modes de consommation** et être un levier pour la diffusion de nouvelles offres de services à la personne.

### Troisième constat : la priorité pour tous les acteurs est de consolider l'offre existante, avant de l'élargir

Pour les opérateurs actuellement sur le marché, la principale nécessité dans le domaine des services à la personne ne semble pas tant d'innover que de **consolider l'offre de services existants**. Beaucoup d'entreprises offreuses de services préfèrent dans un premier temps bien ancrer leur activité avant de se développer. Leur objectif est d'offrir des services de qualité, de qualité homogène (standard élevé) et offerts sur l'ensemble du réseau territorial. A ces services correspondent de vrais métiers.

### Quatrième constat : vers une diversification des lieux de prestation ?

Actuellement, les services à la personne sont massivement prestés au domicile des particuliers. Une exception notable est constituée par les assistantes maternelles qui accueillent et gardent les enfants des familles à leur domicile.

Avec l'évolution des modes de vie et de travail, on observe cependant une diversification des lieux de prestation. Cela concerne en priorité les services proches du lieu de travail ou sur le lieu de travail : les conciergeries d'entreprise, créés sur le modèle anglo-saxon, et au profit des salariés d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises, répondent ainsi aux besoins des familles et en particulier aux besoins de garde d'enfant. Mais les services offerts par les conciergeries débordent en fait le champ habituel des services à la personne et offrent aussi une gamme de plus en plus étendue de services de confort et de facilitation de la vie quotidienne.

De même, on voit apparaître une offre de services dans des lieux de vie « tiers » ou de passage : grande distribution et centres commerciaux aux heures de déjeuner ou en début de soirée, parkings publics, gares et aéroports.

A un horizon de 10 ans, cette diversification des lieux de prestation et de commercialisation devrait se poursuivre. Mais les technologies numériques et les fonctionnalités intégrées au téléphone portable conduiront également à « nier » de plus en plus la distance géographique : le soutien scolaire pourra ainsi se faire « n'importe où et n'importe quand » et au gré des déplacements physiques et, par exemple, des temps de transport. L'avenir des services à la personne dépendra de plus en plus de la « dématérialisation » des lieux de prestation, comme l'ont très bien compris les grandes entreprises de conciergerie d'entreprise qui développent le concept de « conciergerie dématérialisée » visant à permettre aux salariés des PME d'accéder aux services par le web, le téléphone et le téléphone portable.

## Les besoins auxquels il faut répondre

Les entretiens menés auprès des opérateurs et les réflexions des particuliers employeurs et des salariés lors du séminaire prospectif mettent en évidence une liste de « besoins » aujourd'hui non satisfaits, ou auxquels on répond de manière insuffisante. Parmi ceux-ci, l'offre insuffisante sur la petite enfance, des prestations « techniques » requérant une expertise spécifique ou du matériel spécialisé, l'organisation de la « mobilité », et les besoins liés à la sécurité et à la sécurisation. Dans certains cas, des initiatives sont en cours, qui pourraient se diffuser. Des exemples sont donnés ci-après.

### Offre insuffisante sur la petite enfance

L'opinion générale (familles-opérateurs-intervenants) est qu'il y a un déficit dans la prise en charge de la petite enfance : il se caractérise par un manque de professionnels à domicile pour les enfants de 0-3 ans et un déficit de places en établissement. Par ailleurs, les coûts de la garde des enfants sont très élevés. Il n'y a pas de spécificité selon le type de ménages car le besoin est universel.

Cette opinion est vérifiée par le rapport au premier ministre sur le développement de l'offre d'accueil de la petite enfance, rédigé par Mme Tabarot. Dans son rapport, celle-ci précise que les besoins sont à l'heure actuelle évalués « entre 300 000 et 500 000 places, réparties inégalement sur tout le territoire ».

Les besoins des ménages sont donc très loin d'être satisfaits. Si les coûts de garde sont très élevés, les ménages, plus spécifiquement les couples bi-actifs, attendent plutôt des services que des aides financières. Selon une étude de la DREES réalisée en 2005, en France, en dehors de la garde parentale, l'accueil par une assistante maternelle est le mode de garde le plus répandu : 18,5% des enfants passent la journée principalement en sa compagnie. En deuxième position, les crèches accueillent 9 % des enfants. Viennent ensuite, les enfants inscrits à l'école maternelle (5,5%), ceux confiés à leurs grands-parents ou gardés par un autre membre de la famille (5%). Les crèches familiales et les employées à domicile veillent respectivement sur près de 2% des enfants. La garde non déclarée concernerait 1,4 % des enfants.

Les importants besoins des ménages poussent les différents intervenants à proposer de nouvelles solutions de garde. C'est par exemple le cas des **micro-crèches**, pouvant accueillir neuf enfants au maximum. Celles-ci présentent l'avantage d'être à la fois plus simples et plus rapides à mettre en œuvre que les crèches classiques (moins de personnel, infrastructures plus légères notamment). Dans la brochure « accueil de la petite enfance », publiée par le ministère de la santé et de la solidarité, les emplacements des micro-crèches sont définis comme « partout où les besoins de garde se font ressentir » : en zone rurale, urbaine, périurbaine, etc. Ce peut être,

par exemple, dans des petites communes rurales où le coût d'une crèche est trop élevé, sur un territoire où peu de familles d'enfants de moins de 6 ans habitent et où une crèche de 18 places est d'une trop grande taille. Sur certains territoires, la micro-crèche répond aussi à un besoin de regroupement de professionnels de la garde d'enfants qui se sentent isolés.

Concernant la petite enfance, le développement du travail sur des plages horaires « décalées » se traduit aussi par des besoins nouveaux que s'efforcent de prendre en compte les gardes à domicile du secteur associatif, avec des plages horaires de plus grande amplitude.

Enfin, comme cité dans le rapport de Mme Tabarot, «la diversité territoriale nécessite la mise en place de politiques locales adaptées et la possibilité pour les acteurs locaux de mobiliser rapidement et de façon coordonnée leurs moyens de développement de l'offre et d'orientation de la demande. ». **On note déjà l'initiative, en milieu rural, de « halte-garderie ambulante »**, qui permet d'offrir, un jour par semaine, un moyen de garde pour les parents.

**Exemple en milieu rural : l'initiative développée depuis septembre 2007 au sein de la communauté de communes Carnelle-pays de France, dans le Val-d'Oise**

*Chaque jour, la halte-garderie itinérante s'installe dans un des cinq villages participants. Une fois par semaine, une douzaine d'enfants du village sont accueillis par des éducateurs professionnels dans une salle communale. La crèche ambulante transporte quotidiennement en camionnette tous les jouets et équipements nécessaires. La crèche a fait le plein dès les premiers jours. « Le principe, un peu complexe, car il doit réunir les mairies, la CAF et le conseil général, a mis un an et demi avant d'être installé. Il est maintenant prêt à être développé ailleurs », assure Arnaud Maigre, le fondateur de Réseau Plus.*

Les besoins en matière de petite enfance ne sont pas spécifiques à la France. Les services de garde d'enfant dans les pays de l'UE ne répondent pas non plus de manière totalement satisfaisante aux besoins des parents, malgré quelques progrès, comme révélé dans un rapport publié le 3 Octobre 2008 par la Commission européenne. Ce rapport indique que la plupart des pays n'atteignent pas les objectifs relatifs à la disponibilité de structures d'accueil des enfants (pour 90 % des enfants entre trois ans et l'âge scolaire et pour 33 % des enfants de moins de trois ans), que les dirigeants européens ont eux-mêmes fixés à Barcelone en 2002. Ces «objectifs de Barcelone», qui s'inscrivent dans la stratégie de l'UE pour la croissance et l'emploi, ont pour but d'aider les jeunes parents – et en particulier les femmes – à exercer une activité professionnelle.

Il existe un lien direct entre l'offre de services de garde d'enfants et l'accès des parents à un emploi rémunéré. La situation pourrait être améliorée à la fois par l'ouverture de nouvelles structures d'accueil et par la professionnalisation des services de garde informels, par exemple par la définition de normes de qualité, l'amélioration des conditions de travail et de rémunération et la formation du personnel. De plus, les besoins spécifiques des parents ayant des horaires atypiques ou des enfants malades doivent également être satisfaits.

## **Prestations « techniques » requérant des compétences ou un équipement spécialisé**

On note un déficit **de vrais professionnels, de compétence technique et de savoir faire dans certains métiers dits techniques**, requérant des compétences qui doivent constamment être remises à jour ou un équipement spécialisé. Dans des métiers comme l'entretien du jardin et le petit bricolage, mais aussi, pour certains interlocuteurs, dans les métiers plus classiques du

ménage-repassage, le professionnalisme de l'offre est jugé essentiel pour le développement du marché, car c'est lui qui génère la satisfaction du client et la qualité du service. Pour le jardinage, il est difficile de trouver des bons prestataires et de garantir une couverture nationale : l'activité suppose à la fois de disposer de bons professionnels, et que les intervenants viennent avec du matériel spécialisé (exigence du client). Il en est de même pour certains services de nettoyage (nettoyage des moquettes, par exemple), de petite rénovation des bâtiments (détapissage, décapage, etc.) ou autres petits travaux de bricolage et d'entretien (plomberie, électricité, etc.).

## Services liés à la mobilité

Les services liés à la mobilité des personnes sont, de l'avis unanime, insuffisamment développés.

Les besoins en matière de mobilité sont de deux types.

### **Les services de mobilité « de base »**

En premier lieu, une remise à niveau des services de base est demandée. Pour satisfaire les demandes des familles, l'acheminement des bagages, l'accompagnement des jeunes voyageurs et des personnes à mobilité réduite restent à améliorer, voire à être repensés dans le sens d'une offre globale de service (comme au Japon).

On devrait ainsi voir émerger une offre de services de transport assurant une prise en charge de point à point (du domicile à la destination finale, quelle qu'elle soit).

A titre d'exemple, on peut citer le **service de transport à la demande mis en place par la communauté de communes du Gévaudan** (treize communes, 11.000 habitants) en mars 2007. Ce service a été créé à partir d'un service qui existait à l'échelle de trois communes. Une convention de délégation de compétences a été signée avec le conseil général de la Lozère qui participe à hauteur de 50% du coût résiduel du service. Le transport est effectué par un taxi qui doit être appelé directement, au plus tard la veille du besoin de déplacement. Le véhicule récupère les passagers à l'heure souhaitée à leur domicile, pour les déposer aux commerces, gares ou services les plus proches, à l'intérieur des frontières du département de la Lozère. Le dispositif est ouvert aux personnes résidant à titre permanent ou secondaire dans les communes de la communauté et non autonomes pour se déplacer (personnes âgées, isolées ou présentant un handicap. Le client doit payer au taxi 30% du coût de la course (calculé au kilomètre et sans plus-value pour la prise en charge), le complément étant facturé directement à la communauté de communes. « La participation des usagers a pour but de limiter les abus par des personnes qui n'en auraient pas vraiment besoin, ou qui ont des moyens de prise en charge existants (notamment par la sécurité sociale lorsque le transport est effectué pour des raisons de santé) », souligne Elisabeth Estève. Le taxi peut transporter jusqu'à neuf usagers. Les clients peuvent s'organiser directement avec le transporteur et partager le prix de la course. Ce type d'arrangement concerne par exemple le transport de personnes vers l'hôpital pour l'accueil de jour de malades Alzheimer ou le transport de petits groupes qui vont au marché local ensemble. L'objectif est de lutter contre l'isolement et de favoriser le maintien à domicile. Des personnes qui n'étaient pas concernées au départ, car elles faisaient appel à leur famille ou au voisinage pour se déplacer, profitent maintenant de ce service pour être plus autonomes. Ce type de « service collectif » peut substituer de manière efficiente des extensions de lignes de transports en commun, ou une augmentation des fréquences, tout en améliorant le bien-être (confort et gain de temps) des usagers.

Autre initiative, en octobre 2008, **Paris Accompagnement Mobilité** a enregistré l'inscription de son 10.000ème client. Sur ce même mois, précise la municipalité, « ce sont 26.564 transports de personnes qui ont été réalisés ». Ce service, lancé en 2003 et cofinancé par la Ville de Paris et la Région Ile de France, est dédié aux personnes en situation de handicap (moteur, sensoriel, mental ou psychique), adultes et enfants, ainsi qu'aux personnes âgées dépendantes atteintes de la maladie d'Alzheimer.

« Depuis son démarrage, PAM a connu une demande croissante » remarque encore le communiqué. Plus concrètement, il facilite quotidiennement la vie de milliers de Parisiens, en leur proposant un transport, individuel ou groupé, pour se rendre sur leur lieu de travail, chez un médecin, ou pour effectuer une sortie culturelle.

Ce service a néanmoins fait l'objet de critiques lors du séminaire particuliers-employeurs et salariés, dans la mesure où il se limite au service de « transport » et n'offre pas véritablement d'appui aux personnes handicapées, par exemple lors de l'embarquement ou pour le trajet restant entre le point de dépôt et la destination finale. La restriction géographique du service pose aussi problème, de même que le refus de prise en charge pour des trajets jugés « trop courts » - alors même qu'il s'agit d'un service pour personne à mobilité réduite.

### **Les « nouveaux » services de mobilité**

En second lieu, on assiste à l'apparition de besoins d'un type nouveau directement liés à l'évolution des modes de vie, en particulier en milieu urbain et périurbain. Ils concernent de nouveaux comportements de mobilité individuelle, basés sur des alternatives à la possession d'une automobile et s'inscrivant dans une perspective de développement durable : les personnes concernées ou intéressées, le plus souvent des cadres urbains, cherchent à optimiser leurs déplacements et à diminuer le coût/budget transport et/ou l'impact écologique de leurs déplacements. Répondent à cette définition les services de covoiturage et de partage/location de véhicule, ainsi que tous les services d'optimisation des transports et de l'inter-modalité.

Nous reviendrons plus loin (dans le chapitre sur les « nouveaux services émergents ») sur les réponses apportées ou envisagées par les opérateurs.

### **Besoin de sécurité et de sécurisation**

**La notion de sécurité doit être entendue au sens large** : elle s'applique à la sécurité des biens et de l'habitat (surtout en l'absence des personnes), et, au-delà, à tous les systèmes de services dématérialisés qui font appel à la technologie du numérique (exigence accrue de renforcer la « confiance numérique »).

Le besoin de sécurité et de sécurisation, en constante augmentation, traverse toutes les classes de la population. Il recouvre non seulement le domaine de la sécurité physique (prévention et signalement du risque de chute des personnes vieillissantes, sécurité et surveillance de l'habitat,...), mais aussi le besoin de réassurance exprimé par les familles tout au long de la vie : nécessité d'avoir une totale confiance dans la personne chargée de la garde d'enfant ou de la personne dépendante, soutien aux aidants familiaux, sécurisation des prestations d'aide à la mobilité, etc.

Les aidants familiaux sont particulièrement concernés car ils se retrouvent souvent démunis face à une situation difficile sur le plan physique et psychologique. L'allongement de la durée de vie fait que de plus en plus de conjoints, d'âge avancé, ont un statut d'aidant du conjoint invalide ou dépendant, **responsabilité à laquelle ils ne sont ni préparés, ni formés**. Cette situation est la face cachée du phénomène du vieillissement de la population et appelle des actions de très

grande ampleur dans les prochaines années. L'IRCEM a notamment organisé, à l'occasion du salon des services à la personne en novembre 2008, le « bus IRCEM », qui a pour vocation d'aller au devant des adhérents et favoriser la communication sur de tels sujets. Les conférences répondent aussi aux interrogations sur la retraite, la valorisation des acquis de l'expérience, les droits en matière de protection sociale, les formations diplômantes, ou font l'objet de formations à l'utilisation d'Internet – répondant à un autre besoin sociétal : le maintien du lien social.

## Le défi du progrès technique et l'adaptation aux nouvelles technologies

Si les jeunes générations adoptent très rapidement et sans difficulté apparente les nouvelles technologies qui apparaissent sur le marché, ce n'est pas toujours le cas de leurs aînés, pourtant séduits par ces nouveaux équipements. D'où des besoins de formation, « d'introduction à », des aides à l'installation ou au maniement de certains équipements, qu'ils soient informatiques ou électroniques (exemple : la domotique dans le logement). Si les distributeurs de ces technologies et équipements offrent souvent des « hot lines » ou des conseils à l'installation, leur focalisation sur la « vente » d'équipement neuf se traduit par une moindre qualité du service après vente, voire de l'assistance à l'actualisation des logiciels ou autres. Des niches de marché existent sans doute dans ce domaine.

### Un marché « senior » spécifique pour les nouvelles technologies ?

Selon une récente étude, 51% des seniors français possèdent un mobile. Mais cette enquête montre aussi que la moitié de cette population de 65 ans et plus a peur des nouvelles technologies. Dans ce contexte, certaines sociétés tentent de « simplifier » au maximum l'utilisation de ces PC. C'est le cas par exemple d'Ordissimo (pionnier en la matière en France), qui a lancé dès 2005 un ordinateur simplifié pour les seniors. Ordimemo, société grenobloise, commercialise également un logiciel « spécialement adapté pour une utilisation par des seniors, ne nécessitant aucune connaissance technique particulière et qui associe des fonctions de communication, d'aide à domicile, d'information, de loisirs, avec un service par internet et par opérateur téléphonique », précise leur plaquette de présentation.

Plus concrètement, le logiciel est préinstallé sur deux types d'appareils dotés d'écrans tactiles : un ultramobile sans fil ou un ordinateur de salon. L'idée est donc de permettre à l'utilisateur de tout gérer directement sur l'écran, sans passer par la souris ni le clavier. L'accès est facilité par des grandes icônes et des gros caractères.

## Réponse à l'isolement et au déficit de lien social

Le développement de tous les services pouvant vaincre l'isolement et développer le lien social est une priorité. Ce que recherchent les clients, notamment en ville pour les services d'aide à la vie quotidienne, c'est souvent, au-delà de la prestation à domicile, une présence humaine et un besoin de communication. De même, s'agissant des personnes âgées, nombreuses et isolées tant en milieu urbain qu'à la campagne, il faut, au-delà des auxiliaires de vie, **repenser les services de proximité**. Les bénévoles des associations ont un rôle important en tant que « bénévoles visiteurs » développant la lecture et la promenade chez les personnes âgées et dépendantes, mais ils sont confrontés au problème de la gestion du temps (contrainte du temps de transport).

Beaucoup des services à apporter aux familles sont donc des compléments à des services « essentiels » pour les publics fragiles (personnes âgées, dépendantes, handicapées..) : ces services du type assistance et téléassistance pour personnes âgées ne se substituent toutefois pas aux services de base que sont l'aide ménagère et l'aide au maintien à domicile des personnes dépendantes : les aides techniques ne remplacent pas ici l'aide humaine « en face à face » et ce qui compte d'abord c'est la dimension de lien social dans les services SAP de base.

## Réponse à la désertification des services publics en milieu rural

Globalement, le développement des services à domicile est **plus lent en zone rurale**. Les raisons de ce retard, plus particulièrement sensible en matière de garde d'enfant, d'assistance informatique et de téléassistance (pour les personnes âgées et dépendantes), sont multiples : faible densité de population (comment prendre en compte le temps de transport d'une aide ménagère à la campagne ?), faible revenu des agriculteurs et surtout des retraités agricoles, freins culturels plus fréquents qu'en zone urbaine et enfin déficit notoire d'offre en particulier dans le rural « profond ».

Le problème du **maillage du territoire** se pose donc en zone rurale: il faut trouver le bon moyen pour atteindre le public, trop dépendant du « bouche à oreille » : il y a un déficit des politiques publiques notamment dans le domaine de la petite enfance, et un modèle est à développer pour les zones peu peuplées ou en voie de désertification (rôle des jeunes actifs et des créateurs d'entreprise). L'expérience des crèches itinérantes citée ci-avant est intéressante. Ce problème de l'offre de services en zone rurale se pose avec d'autant plus d'acuité qu'il existe une forte demande chez les ménages s'installant à la campagne (effet des migrations résidentielles et des localisations des entreprises) : en particulier, les besoins de garde d'enfant sont croissants chez les « rurbains », avec une priorité pour les ménages de 20 à 30 ans.

## Vers une demande de services à destination des adolescents ?

L'augmentation du travail des femmes, les dangers d'internet et le décalage entre les horaires scolaires et les horaires de travail des parents sont sources d'inquiétude chez les parents dans une société où le lien social se distend et où on ne connaît plus ses voisins. D'où une demande de « services » à destination des adolescents, qui pourraient ainsi être « encadrés » dans les temps de transition entre sortie de l'école et retour des adultes au foyer. Certes, l'offre d'activités para-scolaires possibles abonde, mais pour les familles se pose souvent la question de la distance, du transport vers ces activités, de la sécurité lors des déplacements, ou simplement du prix (assurance, nécessité d'acheter des équipements spécialisés, etc.). Ces activités (sociales, culturelles et sportives, animations, etc.) pourraient peut-être – devraient ? - bénéficier, à terme, du même statut que les 21 familles de services à la personne soutenues par le Plan de Développement des Services à la Personne (Loi 2005) en termes financier et fiscal.

Cette nouvelle dimension invite à se pencher sur le rôle d'activités de type associatives, culturelles ou sportives, et sur l'extension de leurs « services » à la fois en termes de lieu (activités à domicile pour petits groupes) et de champ (organisation des trajets,...).

## La demande des TPE s'apparente à celle des ménages : informatique, nettoyage, sécurité, offres globales

Enfin, notons que **les besoins des TPE sont assez proches de certaines demandes ou besoins de services de la part des ménages, notamment des CSP+** : en effet, comme les particuliers, les très petites entreprises et celles de moins de 10 salariés recherchent des services « divers », des offres de plus en plus « globales », voire des services « packagés »<sup>2</sup>, avec une intégration poussée de services complexes.

---

<sup>2</sup> Voir le chapitre sur les offres de nouveaux services pour plus de détails sur ce point.



## Les nouvelles offres envisagées

Deux composantes caractérisent les innovations dans les services à la personne :

- D'une part, la dimension du service proprement dit : on recherche alors une nouvelle qualité de service et l'usage des nouvelles technologies n'est pas vraiment nécessaire;
- D'autre part, la dimension technique, assise fréquemment sur l'usage des nouvelles technologies et incluse dans le service à la personne.

Lorsque l'usage des nouvelles technologies est inclus dans le service à la personne, deux cas peuvent se présenter :

- Soit, et c'est le cas le plus fréquent, la technologie des NTIC **ne se substitue pas au service en face à face mais a pour objectif de l'enrichir et de l'accompagner**.
- Soit, on se trouve en présence d'un nouveau concept de service à la personne, souvent encore au stade de projet, et indicateur de changements à venir en lien avec les nouvelles tendances sociétales. Exemple : le GPS, les optimiseurs de déplacement, etc.

## Les services liés à la mobilité

### 1) Les Services facilitant l'accès à l'extérieur des publics fragiles

Ces services concernent tous les services permettant d'assurer dans les meilleures conditions la sortie du domicile.

Objectif : Accompagner les voyageurs sur toute la chaîne de voyage (assurer le transport du point de départ jusqu'au point d'arrivée : service à la mobilité dans toutes ses composantes)

- Service aux personnes âgées : expérience du service prestataire Age d'or venant chercher et sortir les personnes de leur domicile et sécurisant toute la chaîne de voyage (extension à la surveillance du domicile) ;
- Service JVS (jeune voyageur) refondu, notamment avec prise en compte des enfants des couples séparés. Cette prestation a un énorme potentiel de développement avec l'augmentation de la décohabitation et les attentes des grands parents-seniors. Un développement de ce marché peut accroître la mobilité géographique des adultes sur le marché du travail, en levant la contrainte actuelle obligeant les parents divorcés à vivre à proximité l'un de l'autre. Le développement de services jeunes voyageurs peut aussi porter sur des déplacements quotidiens ou fréquents, par exemple pour l'accompagnement de jeunes vers les lieux d'activité (scolaire ou parascolaire) ;
- Service aux personnes handicapées : extension des services existants avec prise en charge adaptée dans le train et tous les transports en commun.

### 2) Les prestations annexes au transport

Ces prestations renvoient soit à la recherche d'un nouveau confort dans le voyage, soit à de nouveaux comportements pour des personnes voyageant fréquemment et ayant un budget transport élevé.

Il peut s'agir des offres suivantes :

- Acheminement des bagages ;
- Organisateur et optimiseur de voyage : ce nouveau métier consiste à confier à un opérateur le soin d'optimiser un voyage (référence à l'agence de voyage d'antan) : l'optimisation se fait en coût global, tous modes de transport confondus (voiture, train, avion,...), avec chiffrage de la consommation carbone : ce métier **d'optimiseur de mobilité** peut être étendu aux télécommunications avec la convergence télématique transport ;
- Système de positionnement par satellite, GPS de chemin de fer du type de celui pour la route (Mappy) et système d'information du voyageur en ligne (connaissance des aléas, des incidents, optimisation du déplacement).

### **3) Les services facilitant la mobilité globale des personnes**

Ces services sont destinés à « gagner du temps » dans les transports en optimisant la mobilité – et accessoirement à offrir une offre « économique » permettant de remplacer (ou de diminuer) l'usage de l'automobile.

Ces services de mobilité répondent donc à des préoccupations environnementales croissantes. Certains d'entre eux sont en début d'exploitation ou au stade du développement dans les grandes métropoles : ils sont portés par les initiatives des loueurs de voitures, des groupes gestionnaires de parkings, de la SNCF et la RATP et des grandes collectivités. Dans le cas de l'auto partage sans réservation préalable, ils devraient connaître un essor important avec par exemple l'appel d'offres parisien Autolib prévu pour 2009. On peut citer à titre d'exemple :

- La voiture en libre service (auto partage) avec location à l'heure ;
- La location de voiture, avec ou sans chauffeur, équipée pour devenir un deuxième bureau (système de « l'auto bureau » proposé par la société Burauto) ;
- Le développement de sites internet commerciaux de co-voiturage, services de mini-bus, taxis collectifs, etc.

Enfin, dans une problématique de mobilité virtuelle « à domicile », il faudra réfléchir à la possibilité de faire vivre une communauté de personnes âgées à domicile via une utilisation adaptée d'Internet pour lutter contre l'isolement.

## **Les services liés à l'évolution des modes de vie**

L'évolution des modes de vie comporte plusieurs dimensions : recherche généralisée du gain de temps, équilibre entre vie familiale et vie professionnelle, développement des activités de loisirs individuels, recherche du bien être personnel. C'est donc à ces besoins que pourraient répondre de nouveaux services ou l'offre existante étendue à de nouveaux bénéficiaires.

### **1) Les services offerts sur le lieu de travail : le développement de la conciergerie d'entreprise**

Comme indiqué précédemment, la conciergerie prendra de plus en plus souvent une forme dématérialisée, sera accessible en ligne et proposera des services qui déborderont le champ actuel des services à la personne (rôle croissant des activités culturelles, sportives et de loisir), comme par exemple :

- Des services visant une meilleure gestion et la facilitation de la vie quotidienne des employés, notamment en matière de garde d'enfant et de pressing (rôle différenciant dans la guerre des talents entre les entreprises compétitives) mais aussi de gestion des déplacements, prise en charge des démarches administratives, etc. ;
- Conseil personnalisé en dehors de l'entreprise : offre proposée par l'employeur, respectant l'anonymat et limitée dans le temps et par personne (par exemple : assistance psychologique, résolution de problème familial, etc....). Ce système a été lancé aux Etats-Unis et dans les pays nordiques sous l'intitulé « Employee Assistance Program ».

## **2) Les services au domicile de gestion/simplification de la vie quotidienne**

Ces services correspondent à des besoins découlant des difficultés à vivre la vie moderne, caractérisée par la montée du stress au travail, l'emballement des rythmes sociaux et familiaux et la multiplication des temps contraints. Ils permettent à la personne, souvent une personne seule active, de faire une pause et de reprendre son souffle. Ils correspondent à une large gamme de services, plus ou moins qualifiés.

- Services spécialisés simples, du type conception et livraison de repas à domicile, livraison de journaux, lavage de vitres ou de voiture, petite prestations techniques etc..... et pouvant être réalisés, comme dans les pays anglo-saxons, à temps partiel, par des étudiants ou des intervenants peu qualifiés ;
- Services du type conciergerie de collectivité privée : ils correspondent à la prise en charge de la vie privée (ex aide juridique, psychologique....) et supposent une évolution profonde et rapide des modes de vie avec le développement du « live style management » ;
- Facilitation des démarches administratives ;
- Services à horaires décalés, à la fois pour la petite enfance mais aussi pour l'ensemble des aides à la vie quotidienne suite au développement sur le marché du travail des horaires « atypiques ».

## **3) Les services de bien être à domicile**

Ces services répondent aux attentes liées à l'individualisation des comportements, à la volonté de liberté de temps et de lieu (ne pas être contraint par l'horaire des salles des sports ou des cours collectifs, gagner sur le temps de déplacement,...). Il s'agit notamment :

- De la coiffure et des soins esthétiques à domicile : demandes de prestations personnalisées vont au delà des seuls publics fragiles et intéressent l'ensemble des publics ;
- Des services de coaching physique et sportif à domicile : il existe une demande des femmes pour des cours de gymnastique et de sport dans des lieux privés et sous la forme de cours particuliers ;
- Des coachings personnels dans d'autres domaines.

## Les services liés aux cycles de vie

### 1) Les services liés à l'usage des NTIC dans les cas de maladie, vieillissement et perte d'autonomie

Ces services viennent en complément et ne se substituent pas aux aides classiques de maintien à domicile. Ils sont actuellement à destination des personnes fragilisées, des professionnels médicaux et médico sociaux mais pourront, dans un avenir plus lointain, aussi concerner le grand public. Ils répondent également aux besoins de l'entourage familial et amical des personnes fragilisées. Ils opèrent une synergie entre les aides à la personne et les prestations médicales, pharmaceutiques et paramédicales. On peut citer par exemple :

- La géolocalisation, pouvant convenir tant aux personnes dépendantes qu'aux jeunes enfants ;
- La télémédecine et le contrôle de la qualité de vie du client à domicile, en complément de la présence humaine ;
- La surveillance du patient (jour et nuit, état de santé, examens biologiques....) ;
- La sécurité et la prévention des accidents domestiques : alerte automatique en cas de chute des personnes âgées, via des technologies ad hoc ;
- Le pilotage des systèmes de surveillance : télésurveillance vidéo pour faire le lien avec le malade, l'aidant familial, l'entourage du malade, les professionnels de santé, les psychologues : offre correspondante de prestations à distance, encore expérimentales (avec l'objectif de faire le lien entre la médecine de ville et la surveillance à la maison).

**Le projet Quatersperanto**, en cours de développement et porté par le groupe IRCM, associe les NTIC à des nouveaux services et à des produits innovants d'aide et d'assistance aux personnes âgées ou malades. Il répond à la problématique du vieillissement à domicile dans de bonnes conditions, en étant sécurisé et en faisant appel à des technologies acceptées par les personnes confrontées à la perte d'autonomie ou à la dépendance.

Les outils développés limiteront le risque d'hospitalisation pour mauvais suivi de posologie, de dégradation d'état de santé suite à une perte de poids, une chute ou un malaise au domicile (col du fémur....). Les services s'appuieront sur un système d'alerte mettant en réseau l'ensemble des personnes pouvant intervenir auprès des personnes âgées : aidant référent, famille, voisinage, auxiliaire de vie, infirmière, médecin, hôpital, pharmacie, services divers.

Le modèle est adapté/personnalisé en fonction du territoire sur lequel se trouve la personne âgée ou dépendante.

L'expérimentation est en cours depuis décembre 2008 sur le territoire du département des Yvelines, avec le soutien du conseil Général et de la Direction générale des Entreprises.

## **2) Les services aux aidants familiaux**

- Aide aux aidants dans les cas de dépendance : proposition d'un plan de vie, notamment dans le cadre de nouveaux produits d'assurance.

## **3) Les services pour de nouvelles formes de collectivité**

De nouvelles formes de collectivité sont recherchées comme solution intermédiaire ou alternative, soit à l'installation dans une maison de retraite, soit à l'isolement des personnes seules retraitées encore en bonne santé.

- Cohabitation d'étudiants et de seniors ;
- Cohabitation de seniors dans des appartements adaptés, notamment dans les HLM, avec mutualisation des services.

## **4) Les services offerts en dehors du domicile dans de nouveaux lieux**

- Centres d'animation de jour pour personnes âgées : sur le modèle des clubs du troisième âge mis en place par les communes, ce dispositif devrait intéresser les associations et les entreprises ;
- Crèches d'entreprise ;
- Crèche ou halte garderie dans les centres commerciaux, trains, lieux de spectacles...

## **Les autres nouveaux services**

Sous ce vocable, on retient notamment les services venant en accompagnement de la vente d'un bien de consommation ou d'équipement et ayant pour but de développer la capacité d'usage de ce bien, et les services spécifiques à développer en milieu rural :

- Prestations techniques et services spécialisés liés à l'usage de nouveaux matériaux et équipements dans l'habitat
  - Téléphonie, informatique, domotique, entretien de matériaux spécifiques
- Réponse à la désertification des services publics en milieu rural. On peut citer par exemple : les haltes garderies itinérantes, les micro-crèches, la livraison de colis postaux, la prise en charge des démarches administratives, etc.

## Les facteurs d'accélération et les freins au développement des marchés

### Les facteurs d'accélération

Ils sont au nombre de cinq :

#### *L'offre de bouquets de service et d'offres globales*

Deux dimensions ressortent des études marketing : les dimensions temps et lieu (distance) :

- d'une part, personne ne veut ou n'accepte **d'attendre** pour un service ;
- d'autre part, il faut chercher les services là où ils sont : les clients sont de plus en plus exigeants en matière **d'accessibilité**.

Ce constat amène les opérateurs et les enseignes à **redéfinir leur stratégie d'offre** en mettant l'accent sur les éléments suivants :

- Il faut offrir des **bouquets de services** (par exemple, en cas de déménagement via une offre combinée de prestations de nettoyage approfondi et de prise en charge des démarches de changement d'adresse, d'abonnement, de fermeture et d'ouverture des compteurs électriques/gaz, assurances, etc., ou dans le cadre d'anniversaires/ réception/ mariage, ou encore de sortie pour un spectacle, avec réservation, organisation du baby-sitting et des transports du domicile vers le lieu du spectacle, et retour) ;
- Le client veut une prise en charge globale avec le meilleur qualité/prix (du type meilleur voyage.com) ;
- Le rôle d'assembleur de services va se développer (intermédiation de l'intermédiation : modèle de Génius) ;
- La prise en charge des publics fragiles : personnes vieillissantes, personnes handicapées, garde d'enfant, est trop peu traitée : il faut des solutions packagées pour l'accès de ces publics aux services, mais restent les problèmes des crèches et du soutien aux proches (aidants familiaux).

Les grands acteurs considèrent que tout le monde est intéressé par les services « packagés », notamment pour les services à organisation complexe et à haute valeur ajoutée : par exemple, les services liés à la mobilité, qui touchent toutes les CSP.

### *Le développement du prépaiement*

Le prépaiement des services à la personne est au centre des nouveaux modèles de tarification. Les opérateurs le proposent en priorité aux jeunes couples urbains. Il se différencie de l'achat forfaitaire (qu'il peut accompagner dans le cas de services « packagés »), de l'abonnement et, bien entendu, du paiement après prestation.

Pour les opérateurs qui le mettent en place, le prépaiement est une innovation qui introduit un nouveau rapport à la transaction et au service :

- il permet de maîtriser sa consommation et est un véhicule de transaction nouveau puisque tout est inclus dans le prépayé ; le client peut voir clair dans ses dépenses tandis

que l'entreprise et le distributeur bénéficient d'une avance de trésorerie et peuvent réguler leurs interventions ;

- il convient très bien pour les services ponctuels (du type jardinage, assistance informatique,...), mais il convient moins pour les services récurrents (notamment pour l'aide à domicile) ;
- il offre une solution pour les ménages qui ne peuvent pas se payer par exemple 3 heures d'aide ménagère par semaine (régulation et programmation des prestations) ;
- il permet d'être paré en cas d'urgence (élimine la ponction sur le revenu en cas d'accident, d'imprévu à gérer...).

Le système du prépaiement est-il promis à un grand avenir ? Certains opérateurs considèrent que le modèle économique correspondant est celui de **l'abonnement** qui, moyennant un paiement mensuel (ou autre), ouvre un **droit de tirage** : l'abonnement conviendrait bien aux services récurrents et la formule du forfait permettrait de contractualiser le contrat de travail. En revanche, les services moins fréquents ou ponctuels (du type assistance informatique) ne peuvent pas reposer sur l'abonnement, même si le client fait appel de préférence à la même société.

En revanche, la vente en supermarché ou sur internet d'une carte prépayée ne répond qu'à une partie des besoins et des attentes du client : elle ne garantit ni la confiance ni la qualité, et n'indique pas qui va intervenir chez le client. En outre, la plupart des opérateurs considèrent que le forfait prépayé ne répond pas à tous les besoins en matière de garde d'enfant et d'aide aux personnes dépendantes. De fait, les particuliers employeurs interrogés lors du séminaire prospectif ont fait preuve de certaines réserves quant à l'intérêt des services pré-payés, dans la mesure où la gestion de l'achat ensuite s'apparente à une « obligation » et enlève la dimension « plaisir » de l'instantané : j'ai droit à une sortie par trimestre entièrement organisée, je dois l'utiliser... L'exemple cité est celui des tickets cinémas, souvent inutilisés, ou des cartes de téléphone sur lesquelles il reste souvent un solde inutilisé ...

### ***La banalisation du service avec l'arrivée de nouveaux modes de distribution***

De nombreuses innovations sont de nature organisationnelle et sont liées aux **modes de distribution**. L'arrivée de nouveaux acteurs privés, notamment ceux issus du secteur de la grande distribution, la diffusion du CESU préfinancé, le lancement des packs prépayés, le paiement en ligne,... sont autant de signes d'une volonté des offreurs de « banaliser » la consommation de services à la personne. Dans cette optique, les services à la personne deviendraient des « services de grande consommation ». Dans cette logique, le consommateur lui-même devrait de plus en plus ressembler, dans le futur, aux autres consommateurs de produits et de services.

Ainsi, la conciergerie d'entreprise, encore très en retard par rapport au modèle anglo-saxon, pourrait participer à cette tendance et connaître un nouveau développement, notamment avec une diffusion rapide des technologies « embarquées » dans le téléphone portable et internet. Selon le grand opérateur du domaine, l'avenir est en effet non seulement dans l'enrichissement de l'offre de services sur site, mais plus encore dans la **conciergerie d'entreprise dématérialisée**, permettant de faciliter l'accès à une très large gamme de services par le web et le téléphone portable. Cette formule correspond en particulier aux entreprises qui n'ont pas les moyens financiers de s'offrir une conciergerie sur site : seraient en particulier concernées les PME qui pourraient se voir offrir soit une conciergerie inter-entreprise dans le cadre de programmes immobiliers ad-hoc, soit une conciergerie à distance dématérialisée. Le public

susceptible d'être intéressé est celui des jeunes cadres urbains travaillant dans les grandes métropoles et familiers des nouveaux usages de l'internet et du téléphone portable : le champ couvert déborde cependant très largement celui des services à la personne puisqu'il s'agit pour les opérateurs d'offrir aux salariés, le plus souvent sur de nouveaux lieux de vie (hors lieu de travail), toute une gamme de nouveaux services (du type de la réservation d'un restaurant ou d'une place pour un spectacle, du conseil en matière de vacances, du renouvellement de papiers administratifs...).

Il y a néanmoins une contradiction entre cette volonté de « banaliser » le recours au service et une autre évolution de l'offre, du moins affichée comme telle, consistant à « customiser » les prestations, à les adapter précisément aux besoins du client de manière à le fidéliser dans la durée. C'est un débat que l'on retrouve dans d'autres domaines de la consommation : vendre en masse des produits (ou, dans ce cas, des services) standardisés, ou développer des offres « customisées », à la demande ? La réponse se trouve sans doute dans le type de service offert, et la clientèle ciblée. Le succès de l'emploi direct tient par exemple à cette relation de confiance instituée entre le salarié et son employeur, et dans l'accompagnement par le salarié de la « famille » dans les différentes étapes de sa vie. Mais d'autres services – comme la gestion de la mobilité par exemple – peuvent se prêter plus facilement à une (certaine) standardisation.

Dans le domaine des services comme dans celui des produits, la standardisation et la banalisation sont toutefois souvent les clés d'une diminution des coûts par la réalisation d'économies d'échelle. A cet égard, toutes les formes coopératives de mutualisation de moyens, qu'il s'agisse de la mise en place de plates formes communes d'information et de mise en relation, de procédures d'échange de données, concourent à l'objectif de réduction des coûts.

Pour accentuer ou accélérer la banalisation, un besoin de **standardisation des processus** émerge, notamment dans les nouvelles activités de SAP. Cette évolution est parallèle à celle observée il y a plusieurs décennies dans les secteurs industriels. Dans le cas des services, la standardisation repose sur une utilisation et une diffusion des NTIC, mais elle est plus en retard que dans d'autres secteurs car les SAP sont moins ouverts au changement technologique – du moins au **seul** changement technologique (ce dernier accompagnant une prestation à dimension humaine plutôt que se substituant à elle).

Autre facteur de réduction des coûts, les technologies numériques jouent un rôle croissant dans la mise en relation entre le client et le prestataire. Pour beaucoup d'opérateurs, y compris pour les grands réseaux associatifs, Internet est devenu aujourd'hui un enjeu de la relation commerciale : les nouveaux opérateurs, proposent fréquemment une offre de service sur internet et demain cette offre sera accessible sur téléphone portable.

Il faut cependant distinguer deux phases :

- La commercialisation de la prestation : celle-ci peut emprunter plusieurs canaux qui se complètent: internet, téléphone (via une plate forme ad hoc), vente en magasin.
- La réalisation de la prestation, dans laquelle la dimension humaine de l'intervenant garde toute son importance.

Au final, même si beaucoup de prestations sont faciles à vendre, la prestation commerciale et la prestation humaine à domicile forment un tout et internet ne peut remplacer totalement les autres canaux de commercialisation. Ainsi, dans le cas d'un achat en ligne d'un pack de services, lorsqu'on aborde la phase de réalisation, c'est le prestataire qui prend contact par téléphone avec le client et qui se met d'accord avec lui sur les modalités de l'intervention (ces réglages peuvent prendre du temps, notamment pour la garde d'enfant).



### ***L'acceptation du prix***

Le client doit accepter de payer le service si l'on veut des entreprises performantes : vouloir faire mieux et moins cher est un contresens pour les entreprises commerciales du secteur. Le low cost dans le transport aérien a, de ce point de vue, une **vertu pédagogique** : celle de faire apparaître la valeur (et le prix) du service additionnel....

Il n'empêche que l'obstacle du prix peut être levé en cas d'urgence : l'enseignement de la « théorie du plombier » montre qu'en cas de fuite d'eau, la ménagère appelle sans savoir combien cela va lui coûter, car il faut répondre à un besoin d'urgence. A contrario, le ménage répugne souvent à payer lorsqu'il s'agit de tâches ménagères quotidiennes.

Les mesures de solvabilisation n'empêchent pas qu'une partie des ménages des classes moyennes n'a pas accès financièrement aux SAP. Les entreprises recherchent un bon positionnement prix : or, avec les réductions fiscales, les prix des services ont augmenté et sont considérés comme trop élevés comme c'est le cas de l'assistance informatique et du soutien scolaire (car on ne doit pas oublier que le prix facial est multiplié par deux).

Dans certains cas, le client n'est pas prêt à payer le service, surtout lorsqu'il considère celui-ci comme gratuit : la livraison de courses à domicile en est un exemple (l'activité travaille à perte : 100 000 clients payant 7 euros sur un million de clients d'une grande chaîne de distribution). On est dans une situation où l'on pourrait craindre une disparition du marché ou une limitation à la clientèle très aisée, si les prix étaient trop élevés ou si les réductions fiscales et sociales disparaissaient.

### ***La gestion sous mode prestataire***

La question clé en matière de ressources humaines est de trouver le bon mode d'organisation par rapport à un service donné : à l'exception du soutien scolaire pour lequel le mode mandataire a fait ses preuves, l'intervention sous le mode prestataire a nettement la préférence des opérateurs et des financeurs tels les départements dans le cas de l'aide à domicile.

Mais, pour cela, le marché doit s'ouvrir au secteur marchand et, au sein de celui-ci, au secteur commercial. Les entreprises ne sont présentes sur le marché que depuis 1996 et n'ont connu un véritable essor que depuis 2006. Aujourd'hui, l'emploi dit « prestataire », dans lequel l'entreprise ou l'association est l'employeur du salarié intervenant au domicile du particulier, concerne environ 14% des salariés, dont 12% pour les associations et seulement 2% pour les entreprises. Le modèle de l'emploi direct (emploi de gré à gré) reste donc, de très loin, le modèle dominant.

La gestion sous mode prestataire comporte des conséquences négatives lorsque le consommateur est exigeant et demande des interventions ponctuelles, et lorsque le salarié est sous contrat à durée déterminée et souhaite augmenter sa durée de travail. C'est la raison pour laquelle les salariés de plus de cinquante ans préfèrent souvent être engagés sous mode mandataire et choisissent souvent ainsi leurs clients. A l'inverse, les jeunes salariés donnent la préférence à l'embauche dans une entreprise ou une association prestataire.

## **Les freins au développement des marchés**

### ***L'acceptation par les bénéficiaires de la « valeur » (donc du juste prix) du service***

Le développement des SAP suppose un changement de culture et une nouvelle échelle de valeur en matière de consommation. On ne peut pas créer une offre de service sur la gratuité : l'offre

doit être visible, avoir une utilité (valeur d'usage) qui soit reconnue, et être financée sur des critères économiques du point de vue des ménages. **Tous les opérateurs témoignent de leur méfiance vis-à-vis de la culture de la gratuité** (ou de la quasi gratuité, du type « un euro de plus ») véhiculée par la publicité et la communication.

Une des conditions du développement du marché est l'éducation du public pour lui faire prendre conscience du « vrai » prix du service ; cela implique :

- De combattre l'idée que le SAP coûte plus cher que le travail au noir, en particulier pour l'emploi d'une femme de ménage (en valorisant le fait que le travail déclaré donne au salarié un statut et un revenu différé) ;
- De montrer l'intérêt du CESU RH : c'est un outil de rémunération mal connu par les DRH, les syndicats, et les comités d'entreprise (cela constitue un levier pour le pouvoir d'achat). Les hausses de rémunération peuvent se faire via le CESU cofinancé par l'employeur, si c'est le choix du salarié ;
- Et de s'interroger sur le recours au tiers payant.

### ***Le développement en milieu rural, plus lent***

La difficulté de garantir une présence sur tout le territoire national est un obstacle important pour le développement des SAP en milieu rural. Le problème du maillage du territoire se pose moins pour les grands réseaux associatifs que pour les opérateurs privés. Ainsi, l'ADMR s'appuie sur un réseau de proximité de 3200 associations locales et recherche une polyvalence pour ses maisons des services.

Quelques grandes entreprises ont mis en place un réseau d'agences (120 à 150 actuellement) couvrant un rayon d'environ 50 km : ce réseau assure une présence et un rayonnement de la marque sur un territoire. Plus le réseau est dense, plus les coûts et les tarifs sont bas : l'objectif étant d'assurer la continuité du service. A cet égard, les grandes enseignes de soutien scolaire ou d'assistance informatique sont des marques nationales, reconnues partout, et bénéficiant d'un label de qualité.

La démarche est toujours la même : il faut partir des besoins des personnes et apporter des réponses assurant un équilibre économique : c'est bien entendu plus facile dans les grands centres urbains et le chiffre d'affaires des entreprises reflète alors le poids économique des régions.

L'apport des nouvelles technologies, et en particulier de la technologie numérique, est important car elles permettent de s'affranchir, voire de faire disparaître la notion de distance. Cependant la technologie numérique ne peut être la réponse unique aux situations des personnes en milieu rural. En effet, les aides techniques et les services liés aux nouvelles technologies ne combleront pas, à eux seuls, le déficit de lien social.

### ***L'exigence, de la part des ménages, de prestations de services « n'importe quand, à n'importe quelle heure »***

Le niveau d'exigence pour les services prestés en urgence ou en instantané s'élève.

On note en particulier une demande de ce type pour une très large palette de services : le consommateur veut avoir accès à plusieurs services en même temps. Cela vaut notamment pour la garde d'enfant à horaires décalés, le ménage-repassage, l'aide administrative, l'assistance

informatique et pour tous les services de confort. La difficulté d'organiser une réponse à cette « attente » de plus en plus forte constitue un vrai frein au développement de l'offre, notamment (mais pas seulement) en zones rurales ou péri-urbaines.

### ***Ne pas transformer le domicile en « hall de gare »***

Cette remarque, un peu acerbe, a été formulée par un de nos interlocuteurs. Elle traduit une réticence ou un sentiment de défiance pouvant être exprimés par les bénéficiaires âgés et leur entourage familial, en particulier dans les situations où le maintien à domicile de la personne âgée ou dépendante peut se traduire par l'intervention, au domicile privé de la personne, d'un nombre élevé de personnes extérieures, soumises à un fort turnover et relevant parfois d'opérateurs différents. Cette situation explique pourquoi beaucoup de familles veulent avoir un interlocuteur et un intervenant unique (ce que permettent les organismes prestataires « haut de gamme » mais à tarif horaire élevé ainsi que l'employé à domicile sous contrat de gré à gré lorsque celui-ci a toute la confiance de la famille).

### ***Problèmes de professionnalisation, de recrutement et de stabilité des personnels***

Le déficit de professionnalisation est notoire et structurel dans les métiers du service au domicile : il est essentiel pour un opérateur d'avoir des intervenants formés et compétents. Cela implique la création de filières de formation et de filières professionnelles ad hoc, les structures actuelles étant très insuffisantes par rapport aux besoins.

En matière de personnel : plusieurs entreprises mettent en place des formations à la relation au client, en insistant sur la façon dont le client perçoit le service. Pour le personnel de maison, il faut réaliser un grand effort de formation car le personnel ad hoc n'existe pas (remise à niveau pour la langue française, élévation du niveau d'éducation, expertise dans le métier,...).

Par ailleurs, la réglementation du travail est complexe et manque de souplesse pour la gestion des ressources humaines : le code du travail devrait être plus à l'écoute des besoins des organismes prestataires, qui recrutent une part importante de leurs salariés en CDI, et des particuliers employeurs eux-mêmes, qui jugent les procédures complexes et se plaignent de la « bureaucratie ». En particulier, les procédures de « séparation » (licenciement) sont jugées très complexes et longues par ces derniers.

Les enseignes de distribution sont très attentives à la politique des ressources humaines des organismes qu'elles labellisent : la gestion des salariés travaillant au domicile étant très compliquée du fait des inter-vacations et du travail en soirée et à horaires décalés, elles s'efforcent de contrôler les qualifications et les compétences des intervenants et des entreprises prestataires, notamment de celles qui viennent de se créer. Il faut, en particulier, s'assurer de la capacité à recruter dans les métiers de service à domicile.

L'objectif pour l'entreprise est de veiller à la sécurité et à l'organisation du service : cela implique la garantie de la régularité de l'intervenant, le respect des horaires et la mise à disposition du client d'un intervenant qui a toute sa confiance.

### ***Problème de concurrence et de frontière avec l'artisanat : cadre fiscal et réglementaire, statut des salariés, gestion de l'urgence***

La distinction entre les métiers des services à la personne et les métiers de l'artisanat va, dans certaines activités, aller en s'estompant. C'est le cas en particulier de l'entretien du jardin, du

petit bricolage et du nettoyage de la maison. Dans le même temps, beaucoup d'acteurs de la grande distribution dans le domaine de l'habitat ou de l'équipement/aménagement de la maison interviennent au domicile des personnes, en dehors du dispositif de la loi Borloo mais avec un taux réduit de TVA : c'est le cas des services de pose à domicile. La grande distribution et le système des abonnements récurrents que se proposent de mettre en place les entreprises de SAP concurrencent ainsi l'artisanat, avec un cadre fiscal et réglementaire souvent plus favorable.

Il y a également un problème de concurrence entre les métiers installés de l'artisanat et les métiers à domicile : certaines prestations peuvent être réalisées aussi bien par une société de SAP que par une société de service classique (exemple du lavage des vitres à domicile : la première demandera un abonnement minimum de plusieurs heures tandis que la deuxième, une entreprise de nettoyage industriel pourra faire le travail en une heure). Tous ces problèmes de frontière se posent d'autant plus qu'au niveau local, les salariés ont la possibilité de passer d'un secteur à l'autre, ou d'exercer une double activité.

Enfin, les instances professionnelles de l'artisanat ne voient pas d'un bon œil la multiplication des créations d'entreprise dans le secteur des services à la personne (qui explique pour partie la croissance observée depuis plusieurs années et confirmée en 2008) et les réformes législatives visant à promouvoir l'auto-entrepreneuriat. Dans l'entretien du jardin, il est difficile de faire la part de ce qui relève du petit jardinage et de la tonte des pelouses (soumises à agrément) et de ce qui relève des travaux non éligibles aux aides fiscales.

### ***Fiabilisation des technologies de l'information (NTIC) pour les services liés aux nouvelles technologies***

Le maintien à domicile suppose l'utilisation intensive de l'ADSL sur l'ensemble du territoire pour développer la visio conférence et la communication via la Web Cam.

La fiabilisation de l'Internet haut débit et très haut débit est d'autant plus nécessaire que les aides techniques et les services liés aux nouvelles technologies ont pour objectif de rapprocher les personnes malades et dépendantes de leurs familles, des prestataires médico sociaux et des professionnels de la santé.

Mais, à cet égard, les études sur la couverture territoriale montrent que si l'ère du très haut débit est en train de s'ouvrir en France, les déploiements nécessaires annoncés par les opérateurs privés ne concernent que les zones de population les plus denses. Ce qui pose la question du maillage territorial et celle de l'intervention des collectivités avec des enjeux financiers très supérieurs à ceux du haut débit. A défaut, les inégalités de développement des services émergents seraient renforcées, en particulier dans les zones rurales les moins denses.

### ***Problèmes liés à la mono-activité (favorisée par le dispositif Borloo)***

La question est posée par les nouveaux opérateurs venant de la grande distribution ou de la téléphonie mobile et qui ont une vision extensive de leur activité : comment être profitable sur une monoactivité de SAP et sur des prestations reposant sur des salariés en CDI ? La monoactivité est une contrainte bien que la demande augmente : il faudrait pouvoir se diversifier plus, ce que ne permet pas la loi Borloo.

### ***Manque de visibilité des grandes marques***

A quelques exceptions près, notamment dans le soutien scolaire, les entreprises reconnaissent qu'elles ont actuellement une offre « confidentielle ». Elles l'expliquent par un ensemble de caractéristiques communes au secteur des SAP :

- une domination du travail au noir dans certaines activités (jusqu'à 90% pour le marché éducatif),
- l'absence de champions et de poids lourds actuellement, comme il y en a par exemple aux Etats-Unis et au Japon,
- le cadre réglementaire trop récent pour avoir produit tous ses effets,
- les freins culturels et la nécessité d'« éduquer » le marché et de faire accepter que la qualité a un prix et que ce prix en vaut la peine,
- le grave déficit de personnel dans les métiers de la santé à domicile, en raison de la fluidité du marché du travail (sorties nombreuses des SAP de l'aide à domicile),
- et pourtant le socle logistique est le même quelles que soient les SAP.

Il reste cependant que, pour les consommateurs qui ont recours pour la première fois aux services à la personne, le déficit de notoriété et d'image des enseignes et des plates formes d'intermédiation créées après 2006 est un obstacle au développement des marques. On rappelle que d'après les études barométriques de La Poste-CSA, la marque, pour 8 consommateurs sur 10, quel que soit l'âge, est un gage de qualité : elle est également l'indice d'un rapport qualité/prix mais n'implique pas, notamment chez les jeunes, une fidélité à la marque.

## Les modèles économiques viables

Au terme de cet exercice de prospective, deux logiques économiques renvoyant chacune à un type particulier de modèle économique apparaissent. La première correspond au statu quo entre les deux groupes d'opérateurs marchands : associations versus entreprises. La seconde met l'accent sur une activation de la concurrence via la constitution de grands opérateurs privés.

### Quels opérateurs pour quels services ?

#### *Le scénario de la spécialisation*

Le scénario de la spécialisation – ou du « statu quo » – table sur une spécialisation des intervenants sur différentes catégories de ménages ou d'individus, et dans différents domaines de services. Ainsi, certains « services » à destination des familles ou des publics fragiles seraient prestés de manière privilégiée par certains types de prestataires (par exemple, des associations ou de l'emploi direct) tandis que d'autres – par exemple, les services de mobilité, le soutien scolaire ou les « paquets-loisirs » seraient prestés par des opérateurs privés qui auraient choisi de se spécialiser dans ce domaine pour « ajouter une corde à leur arc » et élargir leur offre : SNCF/RATP, FNAC, ORANGE, etc.

Ce modèle de « spécialisation » par famille de public prend en compte l'avance actuelle des associations sur le « marché » primaire des publics fragiles, et en particulier celui du maintien à domicile et de l'aide à la dépendance.

La caractéristique première de ce marché centré sur des besoins « primaires » est d'être administré, avec des tarifs horaires définis par les collectivités départementales, et sévèrement encadré (notamment pour l'aide aux personnes dépendantes ou handicapées). Les barrières à l'entrée sont donc importantes pour de nouveaux opérateurs, qui devraient faire face à des contraintes de coût et de rentabilité, tout en se constituant une (nouvelle) base de clients. S'y ajoute le rôle clé joué par le tiers payant public, dont les opérateurs peuvent douter de la pérennité dans le temps : c'est le cas pour le financement des crèches privées.

La réalité des prix des prestations s'impose en effet, sur ce marché de la dépendance, à travers des frais variables lourds, puisque constitués du salaire des intervenants, et des coûts fixes également élevés. Or, les prestations ne pouvant être standardisées, ou ne pouvant l'être que dans une très faible mesure, et les possibilités de réduction des coûts difficiles, les nouveaux opérateurs sont pénalisés, même si les collectivités font jouer les règles des marchés publics et privilégient la gestion sous mode prestataire.

Une conséquence de ces caractéristiques du marché est la poursuite du développement des associations, celles-ci étant aussi amenées à opérer des mouvements de concentration sous l'égide des grands réseaux et fédérations associatifs. Leur développement pourra toutefois passer par des élargissements des cibles clientèles, y compris vers des publics non fragiles ou non seniors mais requérant des prestations du même type (services d'appui à la vie quotidienne, y compris pour les déplacements, le maintien du lien social, etc...).

Des marchés de niche pourront néanmoins se constituer pour des opérateurs privés travaillant pour une clientèle « haut de gamme » dans les grandes métropoles.

Face aux associations susceptibles – pour les raisons indiquées - de se spécialiser dans les publics fragiles et une certaine famille de « services à la personne », plutôt traditionnels, les

groupes privés pourront investir le créneau des « services de confort », et notamment les services émergents associés : soutien scolaire, conciergerie, services de mobilité, assistance informatique, activités culturelles et de loisir, services de confort type livraison de repas à domicile, etc. Ces opérateurs s'adresseront à des publics et des ménages plus aisés et vraisemblablement urbains, en pratiquant des prix qui leur assurent des marges suffisantes. Il n'est toutefois pas exclu que, s'appuyant sur les nouvelles technologies ou par le biais d'offres créatives telles les crèches itinérantes, certaines offres soient développées à destination des personnes vivant en zone péri-urbaine et rurale (notamment pour ce qui touche à la mobilité).

En termes de tarification, dès lors que l'offre de la première famille de services restera « régulée », du moins en ce qui concerne les publics fragiles et les familles, et que son prix sera limité par les dispositifs légaux d'aide à la solvabilisation, les services de la deuxième famille (services de confort et de loisirs) n'auront pas vocation à être soutenus par les pouvoirs publics. Leur prix sera contraint par la loi de l'offre et de la demande : trop chers, ils ne trouveront pas leur marché sauf à répondre à un besoin aigu. Les perspectives de rentabilité, une fois les habitudes de consommation créées, amèneront spontanément de nouveaux entrants qui stimuleront l'offre et créeront la concurrence nécessaire pour éviter les situations de monopole. Le rôle des pouvoirs publics sera de veiller à ce que les « premiers entrants » ne se créent pas de situation de monopole en créant des barrières à l'entrée pour des concurrents potentiels.

### ***Le scénario de l'intégration et du développement d'une offre multiservices des grands opérateurs privés***

Ce deuxième scénario tire les leçons de l'échec des opérateurs qui ont misé uniquement à partir de 2006 sur la distribution/intermédiation. L'expérience des premières enseignes de distribution n'est en effet pas concluante. Ces enseignes ne proposent pas leurs services, mais se contentent d'organiser la mise en relation entre « offre » et « demande » : or, aujourd'hui il faut être en capacité de créer l'offre, d'être prestataire et de se diversifier.

Le système de l'intermédiation simple, dans le cadre duquel l'enseigne se contente de référencer des prestataires et de mettre en relation le client et le prestataire, n'apparaît en effet pas économiquement viable : les enseignes proposent des services de faible qualité<sup>3</sup> et relativement chers car la marge du distributeur est prise sur l'intervenant et le producteur (sans compter les budgets élevés de publicité).

Une évolution de ce modèle vers la vente de services prépayés, comme c'est le cas de l'enseigne Genius de LA POSTE, semble déjà plus intéressante : cette enseigne propose maintenant un ensemble de packs de services (par exemple, 3 heures de ménage). Ce système repose sur l'achat-vente de prestation sous marque blanche : il implique pour l'enseigne (ou l'entreprise) d'avoir une politique vis-à-vis de la clientèle, de définir des prix des services (avec un positionnement prix en accord avec le positionnement de l'enseigne ou de la marque), et de définir des offres de service. Mais dans ce scénario aussi le coût – élevé - de l'intermédiation et de l'organisation de l'offre, n'est amortissable par l'opérateur que s'il peut générer des synergies avec d'autres activités, comme c'est le cas par exemple des banques ou des assureurs.

En effet, pour ces derniers (grands opérateurs ou nouveaux entrants tels les banques, les compagnies d'assurance ou d'assistance, les opérateurs de la téléphonie et de grands distributeurs), l'entrée dans le champ des services à la personne est perçue comme un moyen de

---

<sup>3</sup> Tout au moins, d'une qualité répondant « a minima » aux normes de qualités définies par ces organismes.

fidéliser une clientèle intéressée par le métier principal et originel de l'opérateur. Dans ce scénario, les coûts de revient des services à la personne sont donc partagés/mutualisés avec d'autres services et l'activité peut être globalement rentable.

Cette fidélisation de la clientèle d'origine, qui exprime, comme tous les autres acteurs économiques, des besoins croissants en matière de services à la personne, repose sur une stratégie **d'intégration de nouveaux secteurs d'activité, en complément des métiers traditionnels**. Dans le cas des sociétés d'assurance, le fait de lier une offre de service pour la dépendance à la prestation d'assurance dépendance, en lieu et place d'une sortie sous forme de rente, permet à l'assuré d'utiliser son épargne de manière progressive et de bénéficier de prestations d'aide à domicile : il s'agit donc bien d'une diversification de l'offre de service dans le cadre du métier d'origine.

Pour ces acteurs, les économies d'échelle et la rentabilité se trouvent dans la fidélisation de la clientèle plutôt que dans la spécialisation et la standardisation de l'offre. Notons que cette « fidélisation » de la clientèle est recherchée dans la durée – c'est-à-dire tout au long du cycle de vie – alors que les offres liées à la dépendance sont typiquement limitées à certaines phases de la vie. Il reste des créneaux disponibles pour des offres « ponctuelles » types « package déménagement » ou « package anniversaire », comme on l'a dit précédemment, non susceptibles d'intéresser les opérateurs de réseau multi-services, et qui pourront faire l'objet d'offres par des prestataires spécifiques spécialisés.

Dans ce scénario, le modèle de tarification des services pourra devenir assez complexe, sur le mode des systèmes de tarification des firmes « multi-produits », puisque ces dernières pourront compenser un coût élevé sur une certaine ligne de produit par la génération d'une marge bénéficiaire importante sur un produit connexe – par exemple un produit d'assurance classique. On entre ici dans le modèle du « tiers payant », selon lequel le « coût » de production d'un bien ou service donné est amorti non pas par la vente du produit lui-même, mais par la somme des revenus de la vente du produit et des revenus d'autres sources – typiquement la publicité, la vente de produits dérivés dans le sport et la culture, le mécénat pour certaines activités culturelles, voire des subventions, comme c'est le cas dans le domaine des spectacles vivants ou même de la santé, par le biais de la protection sociale.

## Quelle organisation future de l'offre ?

Le développement de l'offre de services à la personne par des prestataires privés peut se faire de deux façons : soit par **offre directe de prestations** via des filiales d'opérateurs constituées ex nihilo, ou dans le cadre de franchises, soit par **prise de participation** dans des opérateurs présents et leaders sur le marché.

Cette dernière solution, qui évite des frais d'installation élevés, a été choisie par plusieurs grandes entreprises de l'assurance.

Le modèle associatif est viable en tant que tel, y compris à un niveau très local, néanmoins la recherche d'efficacité amènera sans doute aussi la constitution, au niveau national, de réseaux d'offres prenant en charge des tâches « mutualisables » comme la formation des prestataires, le contrôle qualité, la gestion des équipements, etc.

Rappelons néanmoins que les particuliers restent très demandeurs de services prestés dans un cadre très « local », voire « de quartier », compte tenu des enjeux liés à la sécurité : avoir un prestataire « connu » par soi-même ou par ses voisins paraît encore souvent essentiel en termes de confiance, et est donc indispensable pour lever un des freins au développement de ce secteur.



## **Quels systèmes de tarification, et quel rôle pour l'Etat ?**

Le premier scénario d'évolution, intitulé « statu quo » ou « modèle de spécialisation », s'appuie beaucoup sur le maintien d'un système très réglementé, très « normé » dans la nature des prestations offertes et les tarifs appliqués, du moins pour tous les services jugés « d'intérêt général » et à ce titre soutenus par les pouvoirs publics. Ce scénario donnera sans doute lieu à une croissance plus lente du marché que le scénario 2, du « développement d'une offre multi-services » d'opérateurs privés.

Le deuxième modèle n'interdit pas d'intervention de l'Etat ou d'aides financières à la prestation de certains services, pour certains publics. Le mode de versement de l'aide sera cependant amené à évoluer. Ainsi, l'organisme prestataire utilisera le modèle du « tiers payant » pour faire payer au bénéficiaire final (le particulier, ou la famille), le coût de la prestation non-couvert par l'Etat ou n'entrant pas dans le cadre de son « assurance », et se fera rémunérer à la source pour le différentiel.

Le deuxième modèle de développement, en apparence plus souple en termes de définition des cibles prioritaires ou susceptibles de bénéficier de l'aide publique, présente néanmoins l'inconvénient de ne pas responsabiliser autant les utilisateurs finaux, et de « brouiller » l'image du prix. Or, on a vu que la vitesse de diffusion des « nouveaux services émergents » dépendra directement de l'acceptation, par les usagers, du « vrai » prix, c'est-à-dire du coût de production total du service. Ce n'est que dans un système de prix révélés que les ménages pourront faire les « bons » arbitrages et privilégier les dépenses répondant effectivement à leur besoin, en tenant compte du coût qui aura été engagé dans leur production.

## Prospective de la demande à l'horizon 2015

L'analyse prospective de la demande de services à l'horizon 2015 s'appuie sur une projection du nombre de demandeurs potentiels des différents services, d'une part, et une projection des taux de recours aux services par ces demandeurs potentiels, d'autre part.

Pour définir le nombre de demandeurs potentiels des différents services, le BIPE a, dans un premier temps, analysé les taux de recours aux services à la personne de différentes catégories de ménages, en 2005, en segmentant les ménages selon l'âge du chef de famille, la composition du foyer et le statut sur le marché du travail (actif versus inactif, au sens usuel c'est-à-dire en comptabilisant les chômeurs parmi les actifs). Cette analyse des taux de recours a été faite sur la base de l'enquête budget des familles 2005 de l'INSEE<sup>4</sup>. Elle permet de déterminer deux niveaux de segmentation « discriminants » pour ce qui est du recours aux services à la personne par les ménages : l'âge du chef de famille et la composition du foyer. Ces deux niveaux ont été retenus dans l'analyse prospective, pour chiffrer le marché potentiel.

Ci-dessous, nous commençons par décrire les comportements actuels en matière d'utilisation de services à la personne par différentes catégories de foyers. Le chapitre suivant s'intéressera aux évolutions socio-démographiques à horizon 2015, et à ses conséquences sur la taille des cohortes. Enfin, le dernier chapitre de cette partie donnera une estimation de l'évolution potentielle du marché des services à la personne dans différents scénarios :

- Un premier scénario analysera l'évolution attendue à comportement inchangé des ménages : dans ce scénario, seul l'effet de la croissance démographique est donc pris en compte ;
- Une deuxième famille de scénarios chiffre l'évolution possible du marché total selon différentes hypothèses d'évolution du nombre d'heures moyennes prestées auprès des ménages qui utilisent aujourd'hui des services à la personne (c'est-à-dire, sans modification de la probabilité qu'un ménage d'une catégorie donnée aie recours à un service à la personne) ;
- Enfin, une troisième famille de scénarios chiffre l'évolution possible du marché total dans l'hypothèse où le taux de recours aux services augmente (c'est-à-dire, que la part des ménages d'une catégorie donnée qui a effectivement recours aux services à la personne augmente).

---

<sup>4</sup> L'enquête budget des familles porte sur un échantillon représentatif de ménages. Elle permet donc de reconstituer la structure des dépenses de différents types de biens et services, selon les caractéristiques des ménages utilisateurs. La catégorie « dépense de services à la personne » représentent toutefois un champ légèrement différent du concept usuel de services à la personne au sens de la Loi Borloo, et en particulier exclut les dépenses liées aux assistantes maternelles. Par ailleurs, le nombre de ménages de chaque catégorie retenue par le BIPE recensé dans l'enquête ne correspond pas strictement à la structure démographique de la population : le BIPE a donc réalisé un ajustement des données brutes de l'enquête, en les redressant de manière à garder la structure des dépenses telle que donnée par les résultats de l'enquête, mais en reconstituant la valeur totale des dépenses en services à la personne connu par ailleurs (voir l'Observatoire de l'activité et l'emploi dans les services à la personne de l'ANSP). Le redressement a été effectué comme suit :

- Pour chaque catégorie de ménage retenue, le BIPE a calculé la dépense moyenne en SAP dans l'enquête BdF 2005 ;
- Le BIPE a ensuite appliqué cette dépense moyenne par ménage d'une catégorie donnée, au total des ménages de la catégorie à partir de la structure démographique française de 2005 ; le chiffre d'affaires total obtenu reste inférieur à la valeur du marché des SAP tel que recensé par ailleurs (y compris hors assistantes maternelles), certains foyers ne déclarant sans doute pas toutes leurs dépenses.
- Un deuxième redressement a donc été fait, de manière homogène sur toutes les catégories de ménages, pour reconstituer la valeur totale actuelle du marché tout en respectant la structure des dépenses donnée par l'enquête BdF 2005.

## Les profils des utilisateurs de services à la personne en 2005

Avant de présenter la structure des dépenses de services à la personne par catégorie de foyer, nous rappelons dans un premier temps les principes de la segmentation retenue par le BIPE.

### La ménagerie : un outil d'analyse des évolutions sociétales

Comme illustré sur le tableau ci-dessous, les ménages français peuvent être segmentés d'après les critères discriminants suivants :

- la mise en couple ou non,
- l'activité (ou la double activité),
- la présence ou non d'enfants au foyer.

L'approche de la ménagerie croise l'activité et la composition du ménage : en couple ou non, avec enfants ou non. On obtient alors 11 catégories de ménages.

Il faut également tenir compte des ménages « sans famille » : ceux-ci représentent un peu plus de 2% du nombre total de ménages. Cette catégorie rassemble des individus qui, pour l'essentiel, cohabitent sans lien de parenté.

### La segmentation « ménagerie » du BIPE - données 2005

		Vie professionnelle			
		Inactif	Monoactif	Biactif	
<b>Vie privée</b>	<b>Solo</b>	Solexa <b>3 627</b>	Sola <b>3 933</b>	X	
		Soli <b>934</b>			
	<b>Mono</b>	Moni <b>618</b>	Mona <b>1 480</b>		
	<b>Couple sans enfant</b>	Nownok <b>3 283</b>	Minki <b>1 157</b>		Dinki <b>2 213</b>
	<b>Couple avec enfant</b>	Kinow <b>490</b>	Coumak <b>1 938</b>		Coubik <b>5 397</b>

**Effectifs 2005  
en milliers de ménages**

- **SOLEXA** pour SOLitaire Ex-Actif
- **NOWNOK** pour No Work NO Kid
- **KINOW** pour Kids NO Work
- **SOLI** pour SOLO Inactif
- **SOLA** pour SOLO Actif
- **MONO** pour MONOparental
- **MINKI** pour Mono Income No Kid
- **DINKI** pour Double Income No Kid
- **COUMAK** pour COUple Mono-Actif avec Kid
- **COUBIK** pour COUple Bi-Actif avec Kid

Source : BIPE d'après INSEE

Dans le tableau ci-dessus, les chiffres en rouge indiquent le nombre total de ménages dans chaque catégorie, en millier, en 2005. Ces catégories vont bien évidemment évoluer à horizon 2015, comme on le verra plus loin.

### **Les taux de recours aux services à la personne par catégorie de ménage en 2005**

Les taux de recours aux SAP expriment le pourcentage de ménages dans une catégorie donnée qui ont effectivement eu recours, au moins une fois dans l'année, à un prestataire de service à la personne.

En moyenne, le taux de recours reste très faible, malgré la hausse continue du nombre de particuliers employeurs : en 2005, on dénombrait environ 3,250 millions de ménages ayant eu recours au moins une fois dans l'année à un service à la personne (au sens large, pas au sens strict du champ Borloo), soit à peine plus d'un ménage sur 10 : seuls 13% des ménages ont en effet acheté au moins une heure de service. Par exemple, les services suivants sont pris en compte dans les données qui suivent :

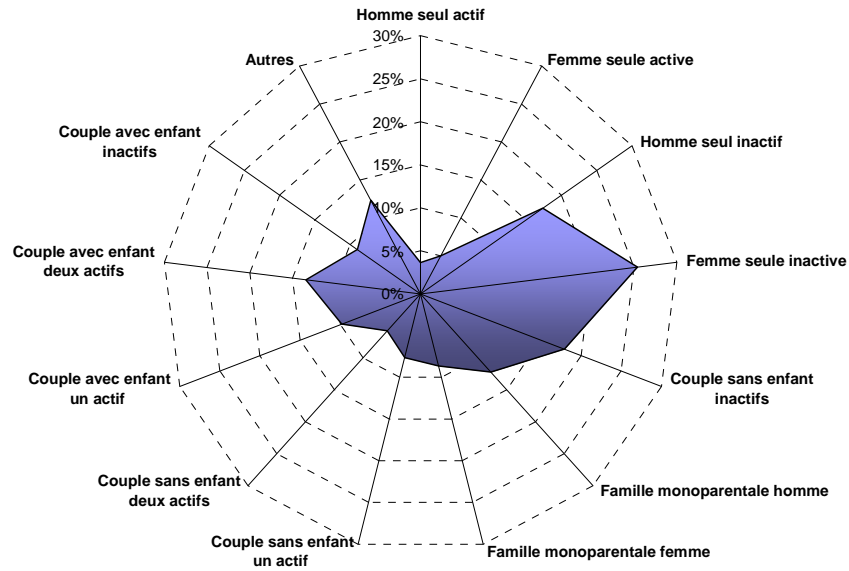
- nettoyage, teinture, blanchissage du linge de maison et d'ameublement hors domicile, uniquement le linge de maison ;
- location de meubles, d'articles d'ameublement, d'équipements pour la maison et de linge de maison ;
- location d'appareils de bricolage ou de ménage : shampouineuse moquette décolleuse ;
- location des appareils électroménagers.

Ces catégories de services ne pèsent pas lourd en termes de dépenses dans l'enquête budget des familles, mais sont très complémentaires aux services existants et à certaines catégories de services émergents envisagés ici : par exemple, à la location d'une shampouineuse pour la moquette pourrait être associé le « service », sous forme d'une personne venant utiliser l'appareil chez le particulier.

Les taux de recours varient toutefois beaucoup selon l'âge et la composition du ménage. Comme illustré sur le graphe qui suit, ce sont les hommes seuls inactifs et les femmes seules inactives qui utilisent le plus fréquemment les services à la personne : il s'agit en effet pour la plupart de seniors. Il en est de même pour les couples sans enfants inactifs – même si le taux de recours pour ces derniers est inférieur à celui des ménages dits « solos », les partenaires pouvant en effet « s'entraider » sans devoir faire appel à une aide extérieure. Ainsi, près d'une femme seule inactive sur quatre a recours à une aide extérieure pour certains services. Pour les hommes seuls inactifs ou les couples sans enfant inactifs, la proportion de ceux qui ont recours à un prestataire de service externe est proche de un sur cinq.

Viennent ensuite les couples bi-actifs avec enfant, dont 13% ont recours à un prestataire de service, et les familles mono-parentales dont le chef de famille est un homme : 12% d'entre eux ont recours à une aide extérieure, comparé à 9% seulement pour les familles monoparentales avec une femme comme chef de famille, et 10% pour les couples avec enfant avec un seul actif (l'autre restant au foyer).

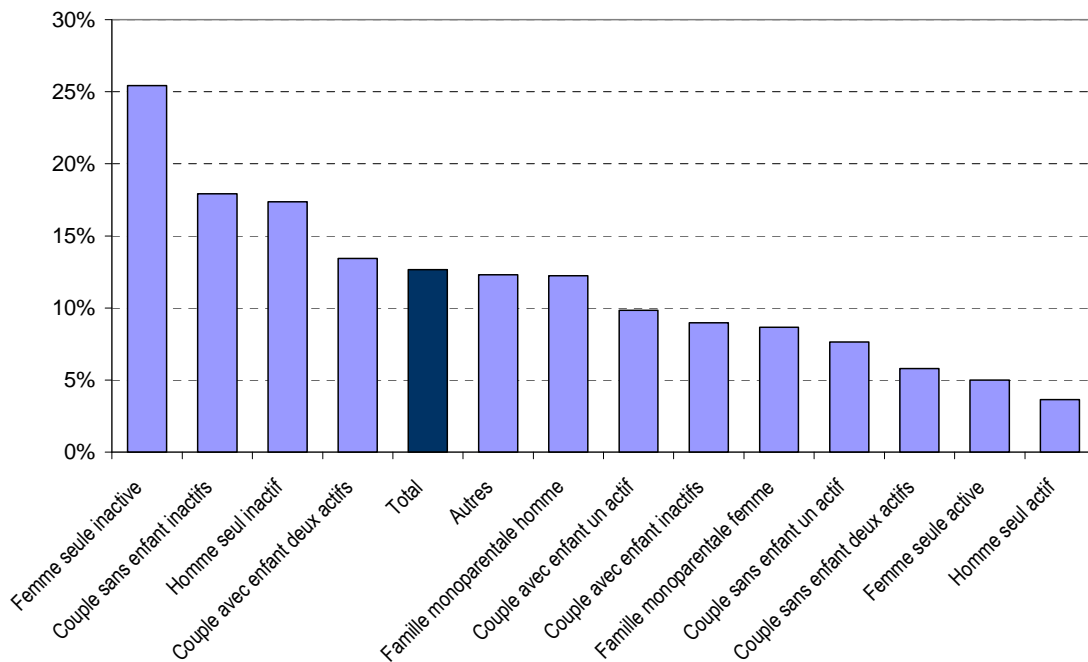
### Taux de recours aux SAP par catégorie de ménage, en 2005



Source : BIPE, d'après l'enquête BdF 2005 (INSEE)

Le graphe qui suit exprime cette même information, en ordonnant les catégories de ménages du taux de recours le plus élevé au plus bas.

### Classement des taux de recours à un prestataire de service, en 2005



Source : BIPE, d'après l'enquête BdF 2005 (INSEE)

Sans surprise, le taux de recours au sein d'une même catégorie varie selon l'âge des personnes. Ainsi, la proportion de ménages ayant recours aux SAP augmente avec l'âge tout au long de la vie, avec une seule exception : entre 55 et 64 ans. En effet, le taux de recours baisse lorsque vient la transition de la vie active à la retraite, les actifs retrouvant du temps pour « se rendre des services à soi-même » ou rendre des services à autrui...

Le tableau qui suit, qui présente la part des ménages de chaque catégorie qui utilisent les services à la personne aux différentes tranches d'âge, montre aussi l'importance du « premier pas » : la probabilité qu'un couple avec enfant bi-actif ait recours à une aide extérieure augmente avec l'âge du chef de famille, et est très supérieure pour la tranche des 45-54 ans (alors que les enfants des personnes de ces tranches d'âge sont pour la plupart adolescents) que pour les 25-34 ans (dont les enfants sont en bas âge).

Notons que les catégories « vides » dans le tableau sont des catégories constituées d'un nombre très faible de ménages (par exemple, des femmes seules actives de plus de 75 ans...) ou dont la dépense en services est très faible et non représentative.

### Taux de recours aux SAP selon l'âge et la composition du ménage, en 2005 (\*)

	< 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 -74 ans	75 ans et plus	Moyenne
Homme seul actif	3.1%	3.6%	1.7%	3.1%	9.6%	37.2%	-	<b>3.6%</b>
Femme seule active	1.2%	3.2%	0.9%	8.1%	10.5%	-	-	<b>5.0%</b>
Homme seul inactif	1.9%	11.6%	10.2%	12.0%	5.8%	16.4%	38.3%	<b>17.3%</b>
Femme seule inactif	1.3%	-	-	24.0%	10.3%	15.7%	39.6%	<b>25.4%</b>
Couple sans enfant / inactifs	-	-	-	4.7%	6.8%	13.3%	31.1%	<b>17.9%</b>
Famille monoparentale homme	-	5.5%	7.2%	9.8%	19.2%	-	50.0%	<b>12.2%</b>
Famille monoparentale femme	-	5.7%	8.4%	8.8%	8.8%	8.0%	19.6%	<b>8.7%</b>
Couple sans enfant / un actif	6.2%	12.1%	14.1%	4.3%	7.2%	8.5%	-	<b>7.6%</b>
Couple sans enfant / deux actifs	0.8%	2.0%	4.6%	9.3%	11.2%	-	-	<b>5.8%</b>
Couple avec enfant / un actif	-	6.8%	8.0%	11.5%	13.2%	21.0%	44.8%	<b>9.8%</b>
Couple avec enfant / deux actifs	-	6.7%	13.2%	18.1%	11.0%	-	-	<b>13.4%</b>
Couple avec enfant / inactifs	-	-	-	-	9.6%	11.8%	10.0%	<b>9.0%</b>
Autres	6.9%	6.5%	9.7%	11.2%	12.0%	19.3%	28.6%	<b>12.3%</b>
Moyenne	<b>2.1%</b>	<b>4.9%</b>	<b>9.0%</b>	<b>12.1%</b>	<b>9.4%</b>	<b>13.8%</b>	<b>34.9%</b>	<b>12.6%</b>

(\*) Les données en italique sont les observations calculées sur un nombre trop faible de ménages pour être statistiquement représentatives.

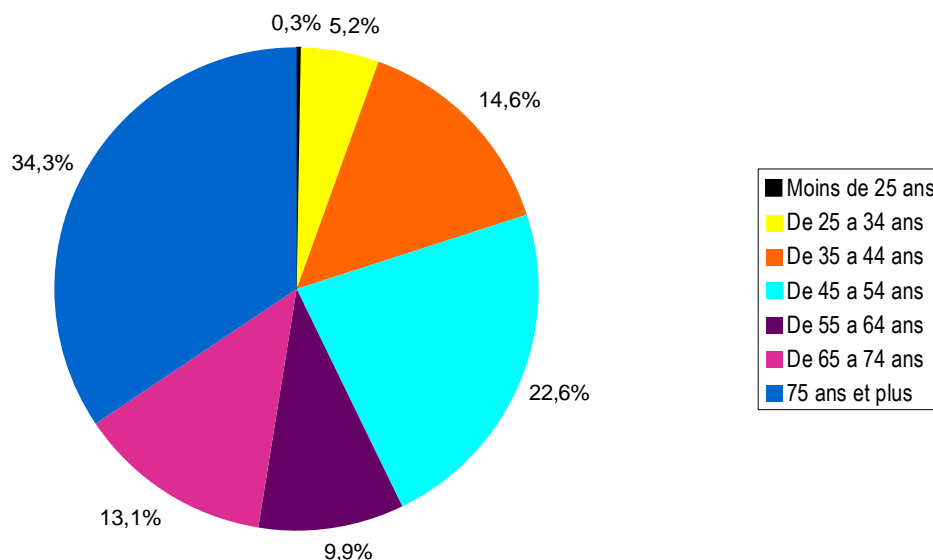
Source : BIPE, d'après l'enquête BdF 2005 (INSEE)

Globalement, les taux de recours sont donc plutôt faibles, notamment chez les actifs, alors même que ce sont ces derniers qui sont le plus victimes du syndrome du « manque de temps », du stress au travail, etc. Ces données confirment que le taux de croissance potentiel du marché lié à une hausse du nombre de ménages utilisateurs reste très important.

### **Part du budget consacré aux SAP par les ménages qui y ont recours**

En 2005, près de la moitié des dépenses totales des ménages en services à la personne ont été effectuées par des ménages de plus de 65 ans.

### **Répartition des dépenses totales de SAP des ménages par tranche d'âge en 2005**

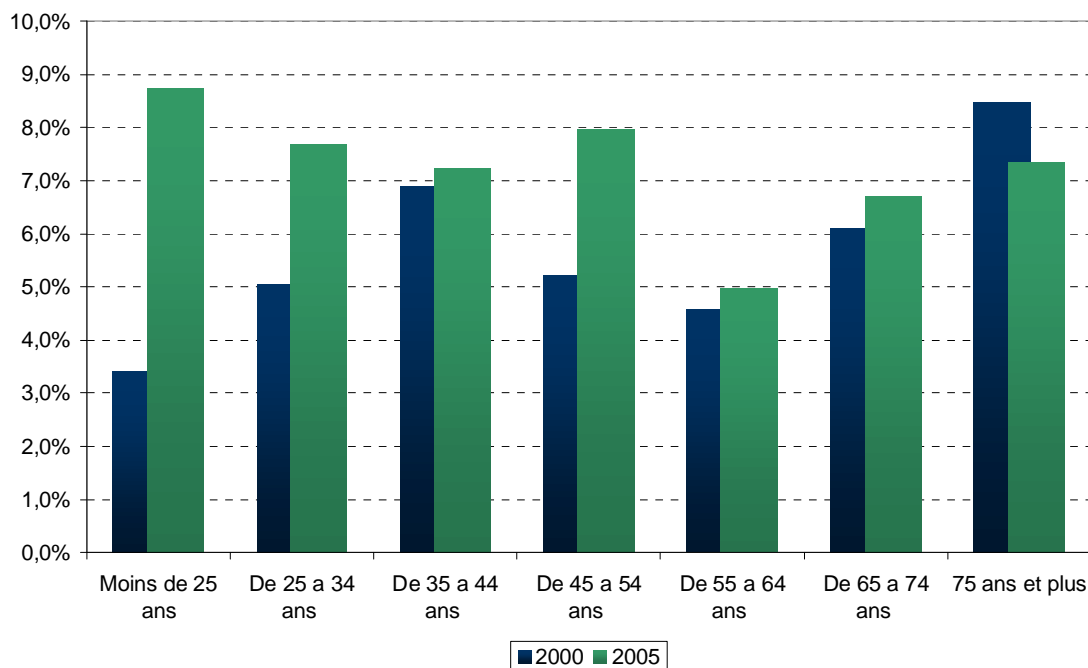


Source : BIPE, d'après l'enquête BdF 2005 (INSEE)

Toutefois, exprimée en pourcentage de leur revenu, ce sont les jeunes et les seniors qui consacrent aujourd'hui la part la plus importante de leur budget aux services à la personne : selon l'âge du chef de famille, les taux d'effort (part du budget consacré aux achats de services à la personne) varient en effet entre 5% (pour la tranche d'âge 54-65 ans) à près de 9% (pour les moins de 25 ans).

Notons que ces taux d'effort ont augmenté entre 2000 et 2005 pour la plupart des tranches d'âge (l'exception étant constituée des 75 ans et plus). La hausse significative de la part du budget des moins de 25 ans consacrée aux achats de services entre 2000 et 2005 ne reflète toutefois pas une forte hausse du nombre d'heures demandées, mais plutôt une relative stagnation des revenus.

### Part de la dépense totale consacrée aux SAP par tranche d'âge, en %



Source : BIPE, d'après l'enquête Bdf 2005 (INSEE)

Ce graphe illustre néanmoins le potentiel important de développement des services à la personne – et notamment de « nouveaux » services - auprès des tranches d'âge intermédiaires – et notamment des 55-64 ans, dont une grande partie représente des jeunes retraités dont les enfants ont quitté le foyer.

Ce graphe confirme donc l'existence d'un deuxième vecteur de hausse potentiel important du marché des services : la hausse du nombre d'heures de services auxquels ont recours les ménages qui utilisent déjà les services à la personne, notamment auprès des tranches d'âge intermédiaires telles les 55-64 ans dont les ressources financières sont comparativement importantes. Ces derniers auront deux raisons d'augmenter le nombre d'heures de services dans les décennies à venir :

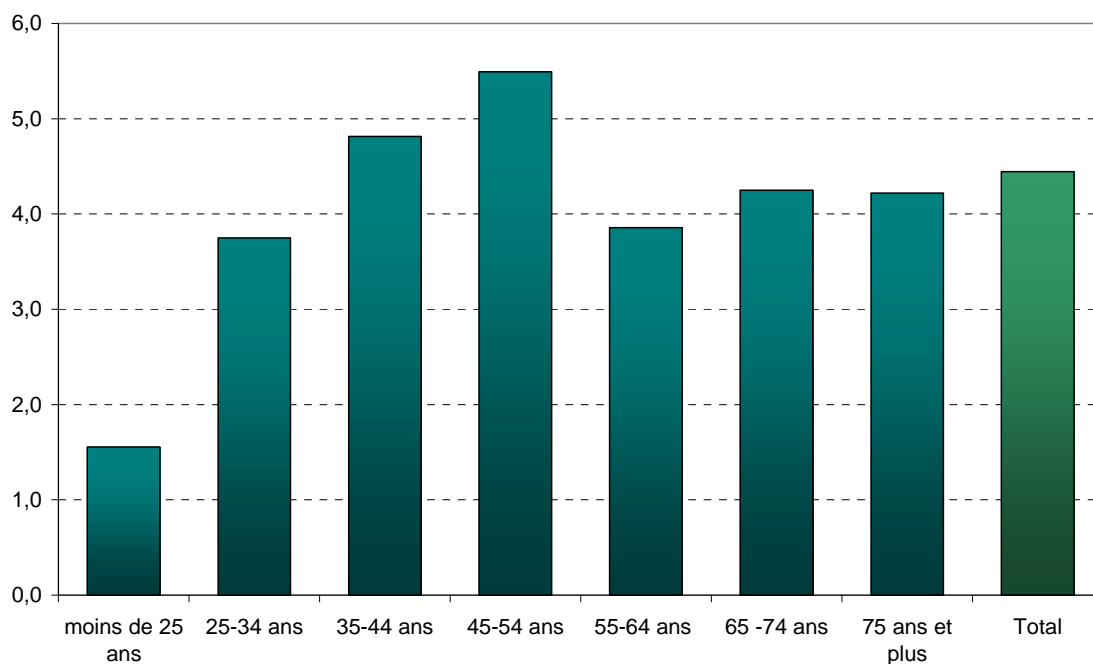
- d'une part, le report de l'âge moyen de départ à la retraite maintiendra un plus grand nombre d'entre eux en activité, reportant à plus tard le « creux » actuellement observé dans l'utilisation de services prestés par autrui ;
- d'autre part, ils pourraient être séduits par de nouvelles offres, notamment liées à l'amélioration du bien-être, et des services dit « de confort » (gestion de la mobilité, organisation des loisirs, etc.).

Si l'on traduit les dépenses moyennes des différentes catégories en heures de travail, en utilisant pour ce faire un salaire moyen homogène pour toutes les catégories et classes d'âge, on constate que les ménages qui utilisent les SAP « achètent » entre 4 et 5 heures de services par semaine en moyenne, pour toutes les tranches d'âge supérieures à 25 ans. Seules deux catégories se détachent : les ménages de 35 à 44 ans, et ceux de 45 à 54 ans qui utilisent respectivement 4,8 et 5,5 heures de services par semaine en moyenne.



Une hausse d'une demi-heure par semaine pour ces ménages utilisateurs représenterait donc, toutes choses égales par ailleurs, une hausse du marché des services de 11,3% par rapport à 2005 !

### Nombre d'heures hebdomadaires par ménage utilisateur et par tranche d'âge, en 2005



Source : BIPE, d'après l'enquête BdF 2005 (INSEE)

### Les évolutions socio-démographiques à l'horizon 2015

Le chapitre précédent a mis en évidence deux sources de croissance potentielle du marché des services à la personne à horizon 2015 : une hausse du taux de recours des ménages, d'une part, et une hausse du nombre d'heures de services demandés par chaque famille de ménage, d'autre part. Ici, nous allons analyser une troisième source d'évolution du marché futur des services à la personne : les évolutions démographiques et leurs conséquences sur le marché, compte tenu du passage des individus d'une catégorie de ménage à une autre, compte tenu de leur âge et de l'évolution de leur situation de famille. On verra qu'au-delà du vieillissement démographique, qui est lui-même un facteur de dynamisme structurel, on observe des effets de structure liés à l'augmentation des cohortes de « jeunes retraités », notamment. Ces effets jouent un rôle d'amortisseur...

#### La démarche de projection des segments de la ménagerie

Comme illustré sur le tableau ci-dessous, la démarche de projection des segments de la ménagerie se base sur trois grandes hypothèses :

- **De nature démographique** concernant la fécondité, l'espérance de vie et le solde migratoire ;
- **De nature sociologique** concernant l'évolution des modes de cohabitation (propension à vivre en couple, impact des divorces et séparations) : ces hypothèses permettent de

répartir les ménages selon leur type. Dans les années à venir, on s'attend par exemple à une poursuite de la tendance à la décohabitation et à la fragmentation des ménages ;

- **De nature économique** portant sur l'évolution des taux d'activité par type de ménage : pour mémoire, le taux de participation à l'emploi de la population en âge de travailler varie selon la situation économique. Lors de phases de tension sur les ressources, le taux de participation tend à croître, alors qu'à l'inverse, en période de chômage élevé et prolongé, les taux de participation des jeunes et des seniors tendent à diminuer. Les hypothèses faites sur la croissance économique à moyen et long terme vont donc influencer à la fois l'évolution et la structure de la population active, et la composition des ménages (une distinction étant faite entre ménages mono-actifs, bi-actifs et inactifs...).

### Les hypothèses à calibrer lors de prévisions d'évolution des différentes catégories de ménages

		Niveau national
Population	Hypothèses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fécondité</li> <li>• Mortalité (espérance de vie)</li> <li>• Solde migratoire externe</li> </ul>
	Résultats	Population par sexe et par âge
Mode de cohabitation	Hypothèses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probabilité par sexe et âge d'être : seul, en couple en FMP, HF ou HM</li> <li>• Probabilité d'être chef de ménage</li> </ul>
	Résultats	Nombre de ménage par mode de cohabitation
Activité	Hypothèses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux d'activité par âge quinquennal et sexe indépendamment de la forme de cohabitation</li> </ul>
	Résultats	Ménagerie

Source : BIPE

Ci-dessous, nous précisons les hypothèses faites pour chaque catégorie.

#### La projection de la population à l'horizon 2015

La projection de la population totale et par âge à l'horizon 2015 s'appuie sur les hypothèses suivantes, conformes aux prévisions démographiques de l'INSEE :

- indice conjoncturel de fécondité (ICF) : autour de 2 enfants par femme ;
- mortalité : poursuite de la tendance à la baisse 1988-2002 ;
- solde migratoire : 100 000 par an.

Dans ce cadre d'hypothèses, la population progresserait de 0,5 % par an entre 2005 et 2015.

La réduction de la fécondité à partir de 1965 n'a jusqu'à présent déséquilibré la pyramide des âges que par le bas, en mordant sur sa base. Ainsi, alors que la part des jeunes de 0-14 ans était de près de 24% en 1975, elle est tombée à 18,5% en 2005. A partir de 2005, la déformation de la pyramide va prendre une nouvelle ampleur avec la montée graduelle du poids relatif des plus de 60 ans. Pendant au moins trente ans, le point d'équilibre de la pyramide va se déplacer, avec l'alourdissement du sommet, alimenté par les générations successives du baby boom et la poursuite de l'affaiblissement de son socle, même en cas de reprise modérée de la natalité.

## Evolution de la population de la France métropolitaine de 1975 à 2015

	Population au premier janvier (en milliers)	Part en % dans la population totale					
		0-14 ans	15-29 ans	30-44 ans	45-59 ans	60-74 ans	75 ans et plus
1975	52 600	24.2	24.0	17.9	15.6	13.3	5.0
1985	55 157	21.4	23.2	20.6	16.7	11.8	6.3
1995	57 753	19.6	21.2	22.3	16.8	14.0	6.1
2005	60 825	18.5	19.2	21.3	20.1	12.8	8.1
2015	64 270	18.2	18.0	19.2	19.8	15.5	9.3

Source : BIPE - INSEE

Au plan macro-économique, le choc le plus immédiat sera de modifier fortement les rapports entre classes d'âge actives et inactives.

Ainsi, à l'horizon 2015 :

- La population métropolitaine vieillira. Les premières générations du baby-boom, nées entre 1945 et 1955, vont progressivement accéder aux âges élevés à partir de 2005. Ainsi :
  - la part des 60 ans et plus va passer de 20,9% en 2005 à 24,8% en 2015,
  - celle 75 ans et plus progressant de 8,1% à 9,3% sur la même période.
- La baisse des jeunes se poursuivra. La part des moins de 30 ans passerait de 37,7% en 2005 à 36,2% en 2015.
- Le nombre de personnes en âge de travailler (soit la population âgée de 15 à 64 ans) devrait augmenter jusqu'en 2012 et baisser par la suite. En 2005, les personnes âgées de 15 à 64 ans représentaient 64,9% de la population totale. Cette part serait de 63,2% en 2015.

### **La projection des modes de cohabitation à l'horizon 2015**

#### **Les déterminants de la cohabitation**

Vivre en couple permet des économies d'échelle (meilleur niveau de vie / facilités plus grandes pour élever des enfants). Malgré cela, on assiste à une baisse régulière de la propension à vivre en couple. Trois raisons au moins expliquent ce phénomène sociétal majeur :

- L'augmentation du taux d'activité des femmes et les politiques d'aides aux familles expliquent la montée de la divortialité et le moindre gain à attendre de la vie en couple pour les femmes ;
- La préférence pour l'intimité (voire la solitude) l'emporte peut-être sur les considérations de niveau de vie ;
- Le temps de latence entre une séparation et une remise en couple tend à s'accroître.

Ces trois facteurs vont continuer à jouer: la tertiarisation croissante de l'économie entraîne une nouvelle augmentation du taux d'activité des femmes et la poursuite à un rythme soutenu de la baisse du nombre de personnes vivant en couple, avec pour corollaire **un accroissement de la part des personnes seules et des familles monoparentales.**

### **L'effet d'âge et de génération sur la propension à vivre en couple**

La baisse de la propension à vivre en couple pourrait être plus prononcée dans les années à venir pour les plus de 55 ans : les cohortes actuelles de cette tranche d'âge (nées avant 1950) ont été moins enclines à vivre seules ; les générations qui vont leur succéder ont en revanche fait l'expérience du divorce de masse.

Pour les personnes plus âgées (parmi lesquelles on observe une forte augmentation des divorces), cet effet sera contrebalancé par l'augmentation de l'espérance de vie et par la réduction probable de l'écart d'espérance de vie entre hommes et femmes.

### **Le rôle primordial du logement**

S'agissant des moins de 30 ans, la proportion de ménages solos dépendra pour une grande part des conditions de logement. Si l'accès au logement est plus facile dans les années à venir qu'aujourd'hui, les jeunes quitteront plus rapidement le domicile parental pour s'installer (seuls ou en couple) ; dans le cas contraire, ils seront plus nombreux à pratiquer la colocation (personnes hors familles).

Au-delà des considérations purement sociologiques, l'offre de logement favorise ou restreint la décohabitation des jeunes.

### ***Quelles évolutions des modes de cohabitation à l'horizon 2015 ?***

#### **En premier lieu, il y aura de moins en moins de couples en 2015**

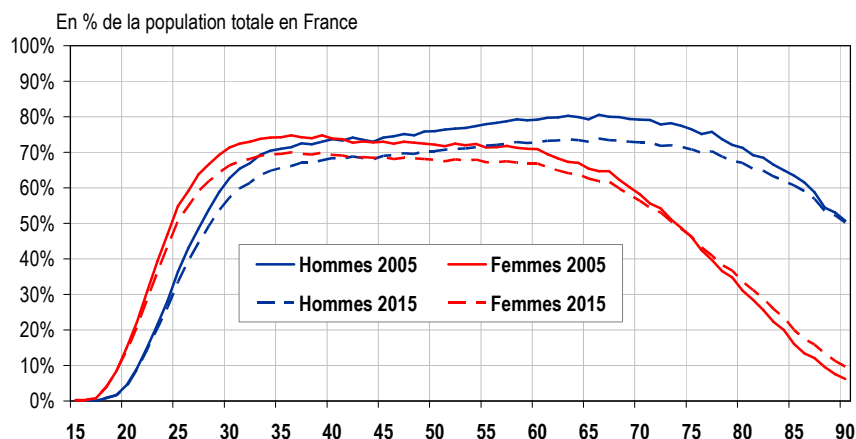
Néanmoins, comme le note l'INSEE, « les hypothèses de cette projection ne sauraient se résumer à une baisse uniforme à tous les âges de la propension à vivre en couple ; cette baisse sera modérée chez les jeunes adultes (moins de 30 ans), relativement soutenue et tendancielle pour les 30 -50 ans, plus marquée encore pour les 50-70 ans en raison d'un effet de génération ; à l'inverse on observerait une légère hausse de la proportion de couples au-delà de 70 ans en raison de veuvages plus tardifs ».

Ainsi, à 30 ans :

- 60% des hommes vivaient en couple en 2005 ; cette proportion risque de diminuer d'ici à 10 ans pour se situer à 56% environ ;
- les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à être en couple en 2005 ; même si cette part diminue à l'horizon 2015, elle restera supérieure à celle des hommes.

L'écart hommes/femmes qui s'accroît à partir de 65 ans traduit les différences d'espérance de vie entre les sexes : à 90 ans les femmes ne sont plus en couples car elles sont veuves dans la majorité des cas.

### Probabilité d'être en couple par âge et par sexe, en 2005 et 2015

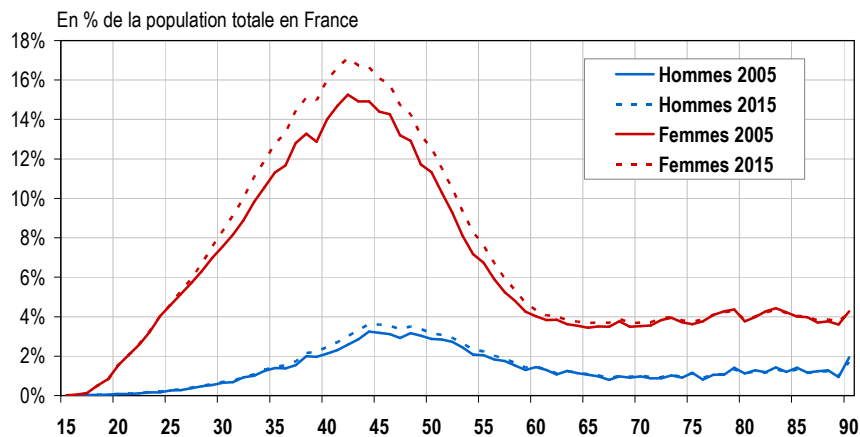


Source : INSEE, prévisions BIPE

### Ensuite, 85% des familles monoparentales auront une femme pour chef de ménage

La « monoparentalité » est beaucoup plus importante chez les femmes : à 45 ans, une femme a 14,4% de chances d'être dans ce cas en 2005, contre 3,2% pour un homme. Ceci s'explique par un effet de structure : les hommes avec des enfants à charge se remettent en couple plus facilement que les femmes, ils repassent donc dans la catégorie « couple ».

### Proportion de monoparentaux par âge et par sexe, en 2005 et 2015



Source : INSEE, prévisions BIPE

Tout porte à croire que la monoparentalité restera un phénomène « féminin » en 2015. Les familles monoparentales ont très majoritairement une femme comme chef de ménage. La proportion est maximale dans la tranche 35-50 ans et correspond à des femmes divorcées ayant des enfants de 5 à 15 ans.

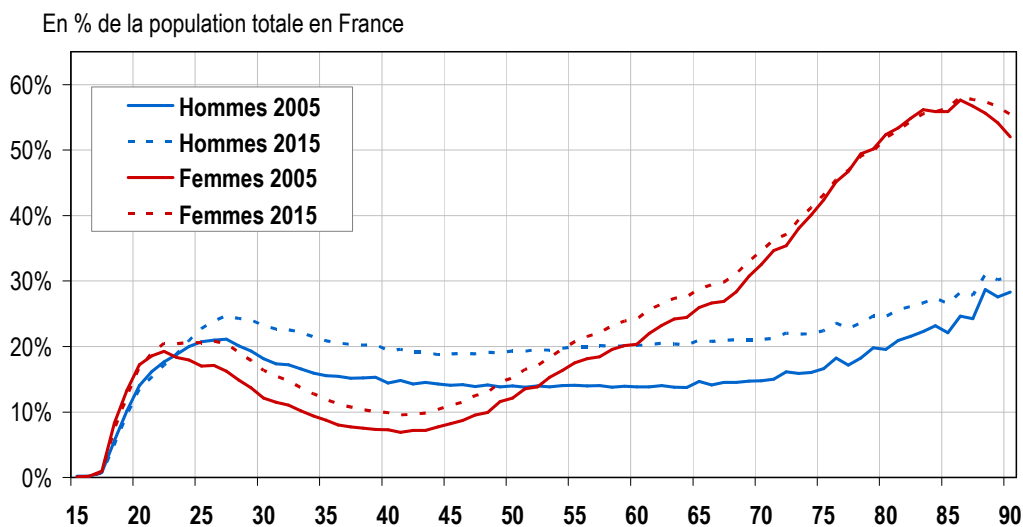
### En troisième lieu, de 23 et 53 ans, les hommes seront plus souvent célibataires que les femmes

Les personnes seules sont globalement en majorité des femmes. On constate une tendance à la baisse de la vie en couple, chez les hommes et les femmes, et à tous les âges. Les femmes se mettent en couple plus jeunes que les hommes mais le restent moins longtemps. A 70 ans, elles sont 58,2% à être en couple contre 79,1% des hommes (en 2005), pour les raisons suivantes :

- espérance de vie plus élevée,
- divortialité : délai de remise en couple plus long que chez les hommes,
- phénomènes structurels : avec des enfants, elles passent dans la catégorie « Monoparentaux » (garde des enfants après le divorce).

En 2015, la **proportion d'hommes vivant seuls sera supérieure ou égale à 20%** quel que soit l'âge. On assiste à **un phénomène nouveau parmi les hommes en activité** : de 23 à 53 ans, ces derniers vivront plus souvent seuls que les femmes.

### Proportion de solos par âge et par sexe, en 2005 et 2015

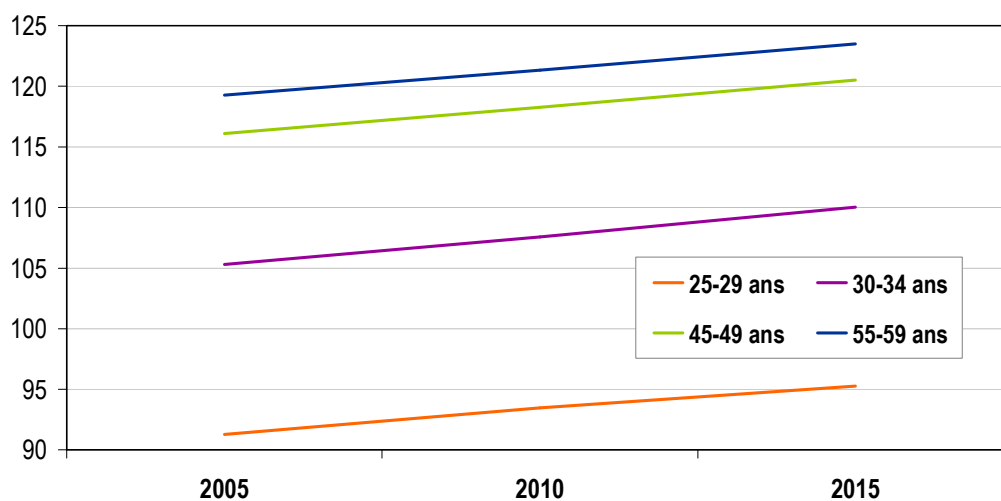


Source : INSEE, prévisions BIPE

### En quatrième lieu, indépendamment du vieillissement, on observera une augmentation du nombre de ménages dans chaque classe d'âge

Indépendamment des effets de structures liés à la pyramide des âges, les changements de mode de cohabitation expliquent **une augmentation continue du nombre de ménages à population donnée**, et ce, quelle que soit la tranche d'âge concernée. Comme le montre le graphique ci-après, pour les 30-34 ans par exemple, 100 hommes et 100 femmes formaient 105 ménages en 2005. Toutes choses égales par ailleurs, on comptera 110 ménages en 2015.

### Évolution du nombre de ménages par âge pour 100 hommes et 100 femmes

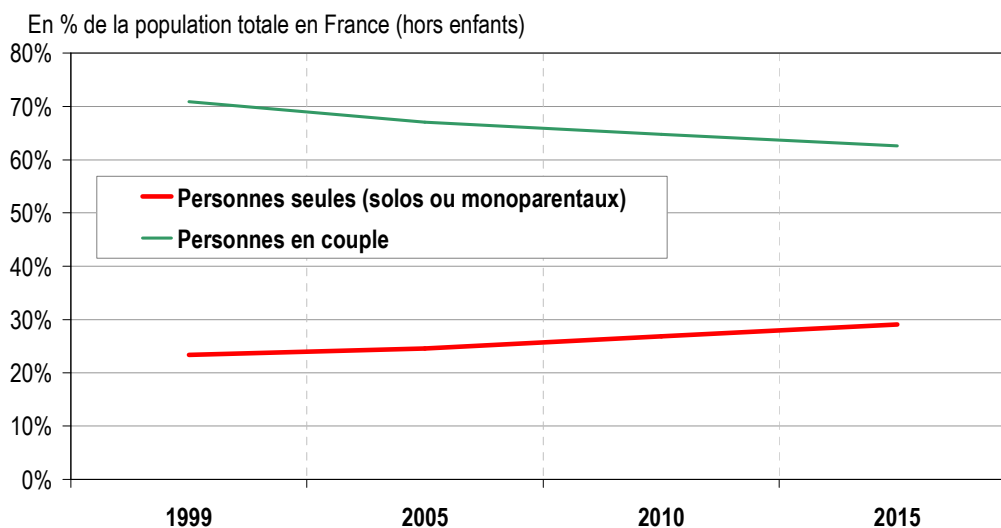


Source : INSEE, prévisions BIPE

### Enfin, la montée des personnes seules (ménages solos et monoparentaux) sera un phénomène massif

En termes de ménages, la part des ménages « solos » et monoparentaux passerait ainsi de 39% en 1999 à 47% en 2015. Si l'on raisonne en termes d'individus, la proportion de « solos » et monoparentaux passerait de 23% à près de 30% en 2015. Symétriquement, la part des personnes (hors enfants) vivant en couple baisserait de 70% en 1999 à 63% en 2015.

### Évolution du nombre de personnes seules et en couple (hors enfants) et projections 2010 et 2015



Source : INSEE, prévisions BIPE

### La projection de la population active à l'horizon 2015

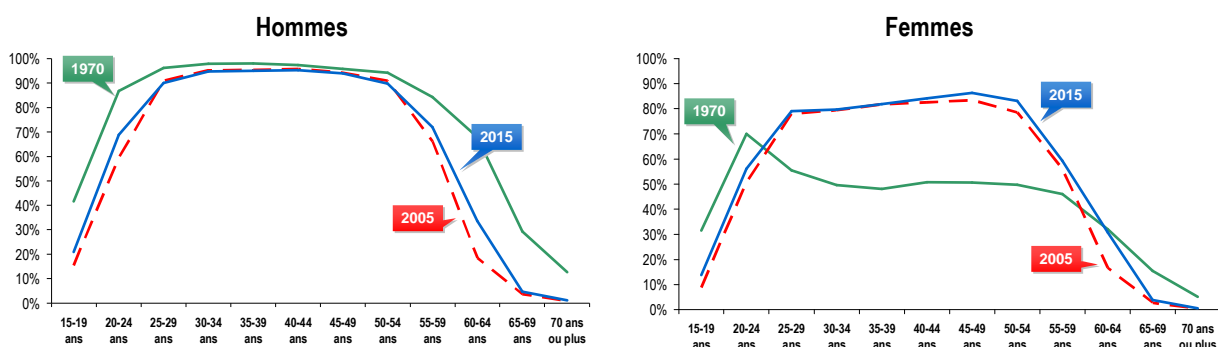
Durant les quarante dernières années, la durée de la vie active s'est réduite par les deux bouts. Ce raccourcissement est manifeste lorsqu'on compare les âges moyens d'entrée et de sortie de la vie active par génération : entrées en moyenne avant 15 ans dans la vie active, les générations nées avant la grande guerre n'ont quitté leur emploi que vers 63 ans. Les premières générations de l'après-guerre se sont présentées sur le marché du travail vers 17 ans, et voudront en sortir vers 58 ans qui est aujourd'hui l'âge moyen de la prise de la retraite.

Ce mouvement de longue période est difficilement compatible avec l'allongement des l'espérance de vie et le "rajeunissement" des seniors qui l'accompagne. C'est pourquoi nous n'avons pas prolongé cette tendance à moyen terme.

Le scénario de croissance économique sous-jacent aux évolutions d'emploi et de population active considérés ici prévoit une hausse du PIB de 1,8% par an en moyenne entre 2005 et 2015, soit une hausse proche du rythme de croissance potentiel. Associé à une hausse de la productivité annuelle du travail horaire de l'ordre de 1,3%, et à une stabilisation de la durée moyenne du travail, on suppose donc une hausse de l'emploi total de l'ordre de 0,5% en moyenne sur la période 2005-2015.

Compte tenu des évolutions démographiques, de la croissance attendue de l'emploi et des hypothèses faites en termes de mise en œuvre de la réforme des retraites, on prévoit un allongement des carrières dans les années à venir qui contraste avec la situation des dernières décennies. La rupture de tendance s'ajuste aux besoins d'emploi de l'économie. Elle a pour conséquence une diminution, au sein de la catégorie des 55-64 ans, du nombre de ménages à un ou deux inactifs, et une hausse de la part des ménages actifs dans cette tranche d'âge. Cette évolution aura un impact significatif à terme sur la demande de services à la personne de cette tranche d'âge.

### Evolution des taux d'activité



Source : BIPE - INSEE

Par ailleurs, si les évolutions anticipées entre 2005 et 2015 paraissent mineures, on mesure néanmoins les bouleversements sociologiques qui ont eu lieu depuis 1970, où moins d'une femme sur deux travaillait entre 25 et 50 ans.

A l'heure actuelle, l'économie est loin du plein emploi et le taux de chômage reste élevé. Malgré les dispositifs mis en place par la réforme des retraites de 2003, les entreprises tardent à définir des modes d'ajustements et des méthodes innovantes pour mobiliser les ressources humaines et notamment les seniors.



Au final, les projections de la population active retenues ici sont basées sur :

- le scénario démographique décrit ci-dessus ;
- un scénario macro-économique de croissance du PIB de 1,8% par an, avec une productivité augmentant de 1,3% par an en moyenne ;
- l'hypothèse d'une mise en œuvre de la réforme des retraites de 2003 sans difficultés majeures ;
- la prise en compte de l'inflexion des taux d'activité liée au scénario de croissance économique retenu. En effet, lorsque la croissance économique est faible, la population active progresse moins vite par un phénomène de « découragement » consistant à maintenir une partie de la population en âge de travailler hors du marché du travail.

Il résulte de ces hypothèses que **la population active**, qui avait augmenté de manière continue au cours des dernières décennies, **devrait commencer à baisser entre 2010 et 2015**.

Néanmoins, sur l'ensemble de la période 2005-2015, on projette une augmentation de la population active (nombre de personnes ayant un emploi ou au chômage) de 730 000 personnes sur le total de la période, dont 360 000 du fait de l'évolution démographique et 370 000 en raison de l'augmentation des taux d'activité.

### Evolution de la population active

	2005			2015		
	Population	Population	Taux de	Population	Population	Taux de
	en millions	active	participation	En millions	Active	participation
		en millions	en %		en millions	en %
15-24 ans	7.9	2.7	33.8%	7.5	2.6	34.2%
25-54 ans	25.1	22.0	87.6%	24.9	21.9	88.0%
55-64 ans	6.5	2.9	43.6%	8.0	3.7	46.4%
65 ans et +	10.0	0.1	1.3%	11.7	0.2	1.5%
Total	49.5	27.6	55.8%	52.2	28.4	54.4%
15-64 ans	39.5	27.5	69.6%	40.5	28.2	69.7%

Source : Projections BIPE d'après les projections de population active de l'INSEE

Comme le montre le tableau ci-dessus, nous supposons en effet que :

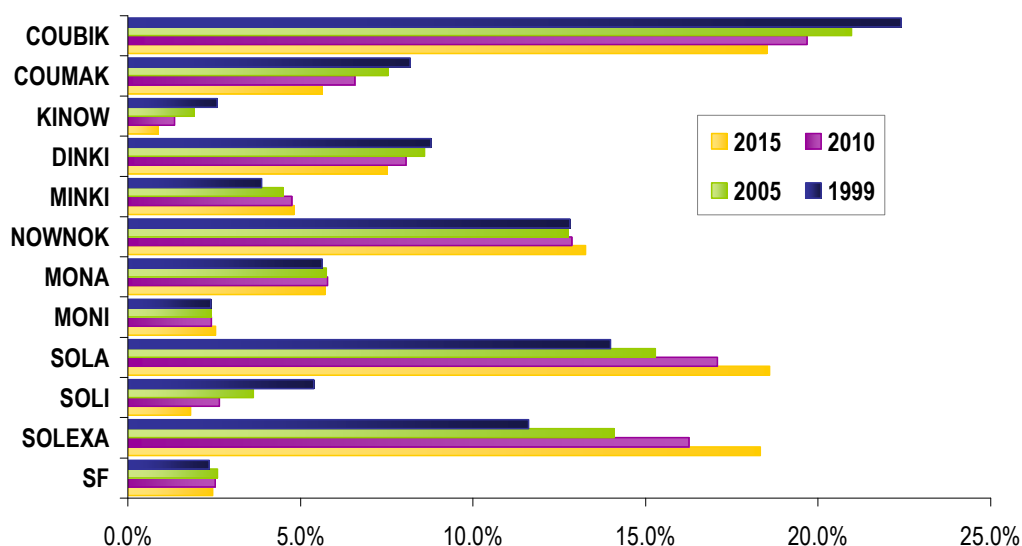
- Le taux d'activité des moins de 25 ans va augmenter légèrement de 33,8% à 34,2% ;
- Le taux d'activité des 25-54 progressera l'ordre de 0,4 point entre 2005 et 2015,
- Le taux d'activité des 55-64 ans, va augmenter de près de 3 points entre 2005 et 2015.

## L'évolution des segments de la ménagerie à l'horizon 2015

Le graphique ci-dessous illustre, pour chaque segment de la ménagerie, la part qu'il représente dans le total des ménages en 1999, 2005, 2010 et 2015 respectivement. Cette dernière année se caractérise par une forte baisse de la part des COUBIK et des COUMAK, et une forte progression de la part des SOLA et surtout des SOLEXA.

## Évolution du poids des typologies de ménages

Soli : solo inactif sans enfant	Coubik : couple biactif avec « kid »
Solexa : solo ex actif sans enfant	Moni : monoparental inactive
Nownok : « no work no kid »	Dinki : « double income no kid »
Coumak : couple monoactif avec « kid »	Mona : monoparental actif
Sola : solo actif sans enfant	Kinow : « kid no work »
Minki : « mono income no kid »	SF : autres ménages



Sources : INSEE, projections BIPE

### Trois grandes tendances d'évolution vont caractériser la période 2005-2015 :

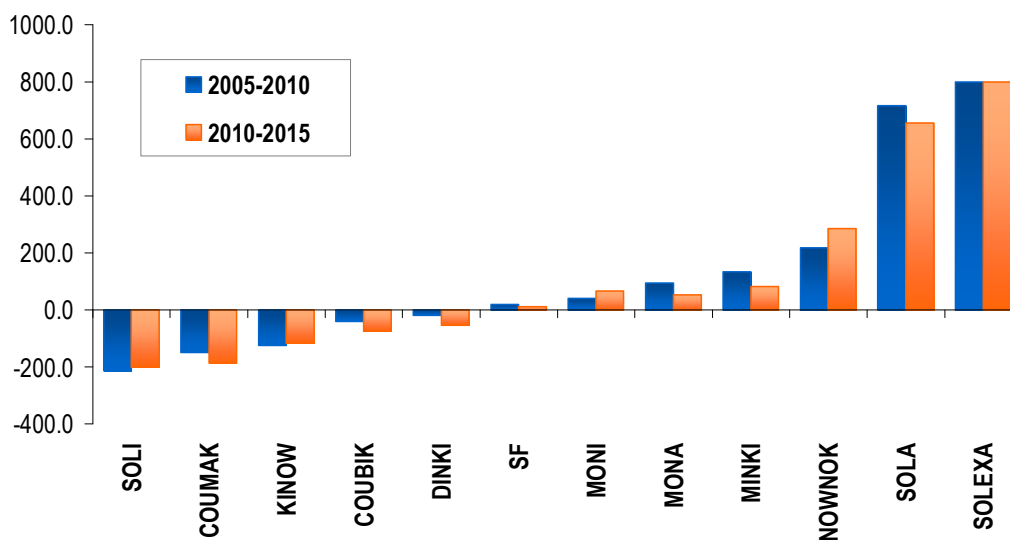
1) Environ 90% de l'augmentation totale du nombre de ménage (+2.8 millions entre 2005 et 2015) est due aux SOLOS, notamment des solos âgés (SOLEXA, ou solos ex actifs) mais aussi des hommes seuls de moins de 65 ans (SOLA, ou solos actifs). **Cette évolution se caractérisera par une forte demande de « nouveaux » services.**

2) Le nombre de solitaires actifs « SOLA » et de solitaires ex-actifs « SOLEXA » devrait augmenter de 1,4 million entre 2005 et 2015 alors que le nombre de couples monoactifs avec enfants « COUMAK » devrait baisser de 300 000 sur la même période.

Le graphique qui suit présente la variation du nombre de ménages entre 2005 et 2010, et entre 2010 et 2015 respectivement. Il permet de visualiser directement les catégories de ménages qui verront leur nombre augmenter – et donc consolider la demande de services à la personne, et celles qui se contracteront. Pour ces dernières, des hausses de demandes de services ne pourront

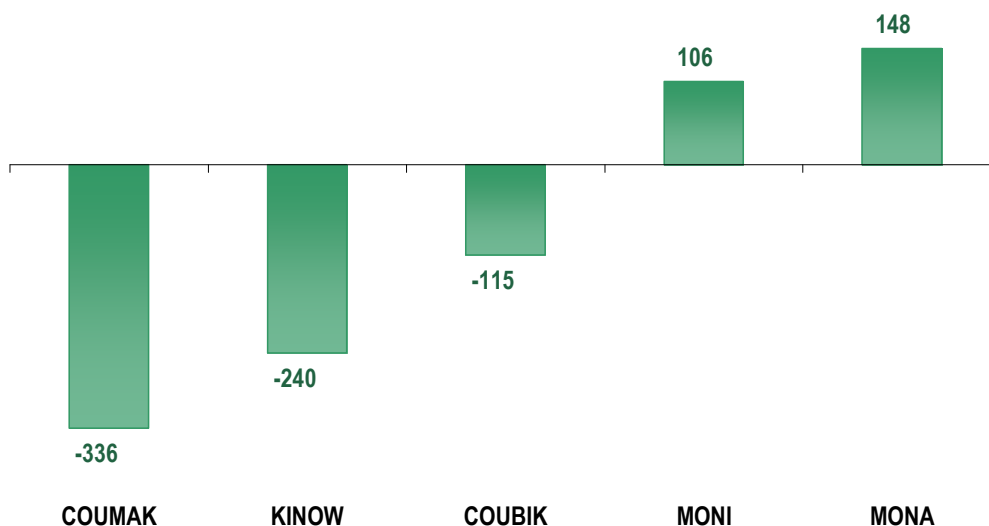
résulter que d'une augmentation soit des taux de recours (part des ménages de cette catégorie qui a recours à un service marchand), ou d'une hausse du nombre d'heures moyen presté par les salariés des SAP pour ces employeurs.

### Variations absolues du nombre de ménages selon le type (en milliers)



Sources : INSEE, projections BIPE

### Variations absolues du nombre de ménages entre 2005 et 2015 (en milliers)



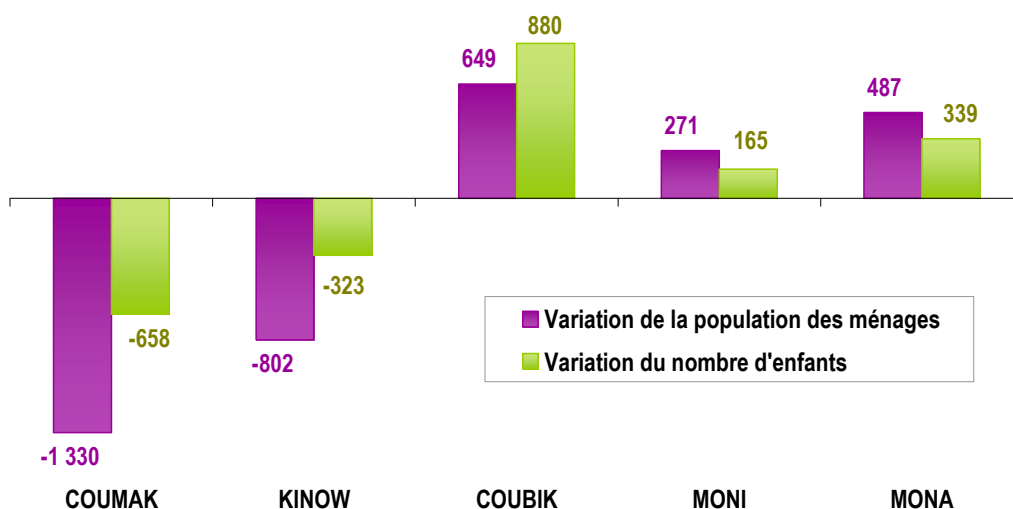
Sources : INSEE, projections BIPE

3) De manière générale, l'augmentation du nombre de familles monoparentales (MONA ou mono-actifs avec enfant) ne compensera pas la forte chute des COUMAK (couples mono-actifs avec enfant) et des KINOW (ménages inactifs avec enfant à charge).

Ces diminutions du nombre de familles avec enfants auront une influence négative sur l'évolution des besoins de gardes d'enfants, notamment d'enfants en bas âge. En revanche, il est difficile d'en tirer des conclusions sur la demande de services destinés aux « grands » enfants (adolescents, par exemple : activités culturelles et sportives, encadrement après l'école avant le retour des parents, soutien scolaire), d'autant plus que la légère baisse du nombre de COUBIK, comme le montre le graphique ci-après, s'accompagne en réalité d'une hausse du nombre moyen d'enfants pour ce type de ménages.

En effet, d'après les projections démographiques, **le nombre de foyers avec enfants tendra à diminuer, mais le nombre moyen d'enfant par foyer devrait croître**. Ainsi, le graphique qui suit montre non pas le nombre de ménages dans chaque catégorie, mais le nombre total de personnes au sein des ménages. Il compare l'évolution du nombre total de personnes au sein des ménages des différentes catégories entre 2005 et 2015 avec l'évolution du nombre total d'enfants dans ces ménages : le nombre d'adultes diminuant, les barres magenta sont inférieures aux barres vertes pour les catégories COUMAK, KINOW et COUBIK. Pour les couples monoactifs avec enfants « COUMAK », le nombre moyen d'enfants par ménage passe de 2,13 en 2005 à 2,17 en 2015, et pour les couples biactifs avec enfants « COUBIK », le nombre moyen d'enfants par ménage passe de 1,81 en 2005 à 2,02 en 2015.

### Variations absolues du nombre total de personnes au sein des ménages, et du nombre total d'enfants dans les ménages de chaque catégorie entre 2005 et 2015 (en milliers)



Sources : INSEE, projections BIPE

Cette recomposition familiale très marquée (baisse du nombre de couples bi-actifs avec enfants, mais hausse du nombre moyen d'enfants par ménage) s'accompagnera entre 2005 et 2015, **d'une augmentation de 400 000 du nombre d'enfants (quel que soit leur âge dès lors qu'ils résident chez leurs parents)**, pour atteindre 18 millions. Mais, cette augmentation se fera exclusivement sur les familles mono parentales et les COUBIK.

## Conséquences sur le marché potentiel des services à la personne

Dans ce chapitre, nous analysons l'impact sur le marché potentiel des services à la personne à l'horizon 2015, de différentes hypothèses pouvant se combiner :

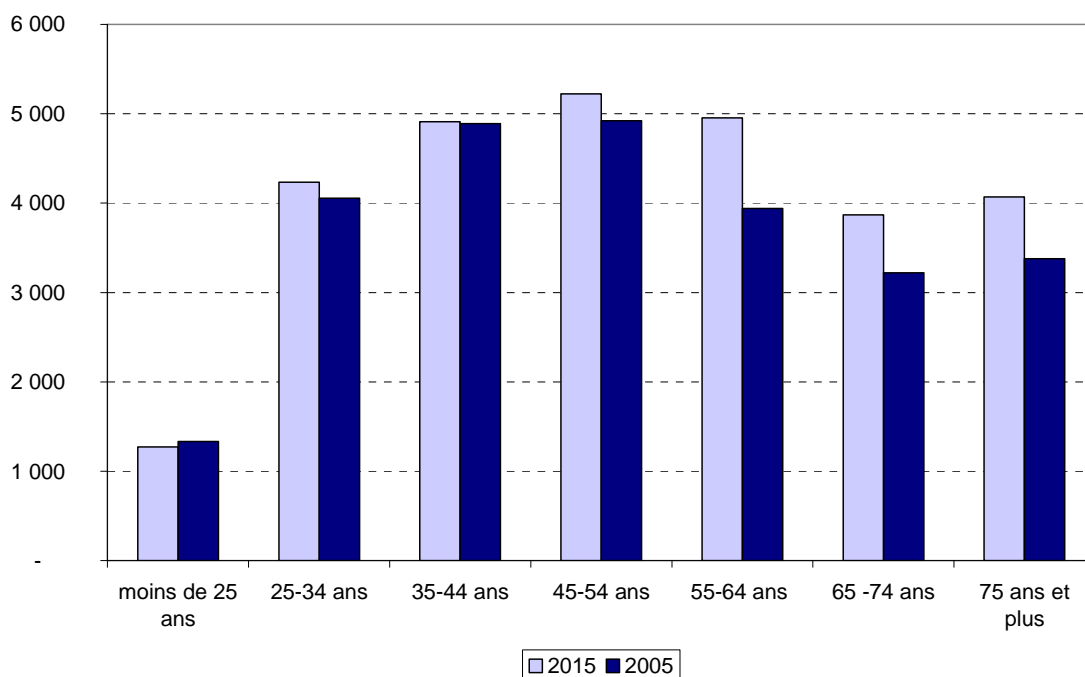
- Les évolutions démographiques, et les changements attendus dans la taille des cohortes des différentes catégories de ménages ;
- Une hausse des taux de recours aux services à la personne au sein de certaines catégories de ménages, liée au développement de nouveaux services ;
- Une modification du nombre d'heures prestées auprès des différentes catégories de ménages, liée aux nouvelles offres.

### **Impact des évolutions démographiques et des changements de structure sur la demande de SAP**

Compte tenu des hypothèses présentées dans les chapitres précédents, le nombre total de ménages devrait passer de 25 740 en 2005 à 28 735 en 2015, soit une hausse de 10,9% sur la période.

Le graphe qui suit présente l'augmentation du nombre de ménages dans chaque tranche d'âge. Les catégories qui voient les plus fortes hausses sont les 55-64 ans, et dans une moindre mesure les 65-74 ans et les 75 ans et plus, tandis que le nombre de ménages de moins de 25 ans diminue légèrement.

### **Comparaison du nombre de ménages par tranche d'âge en 2005 et 2015**

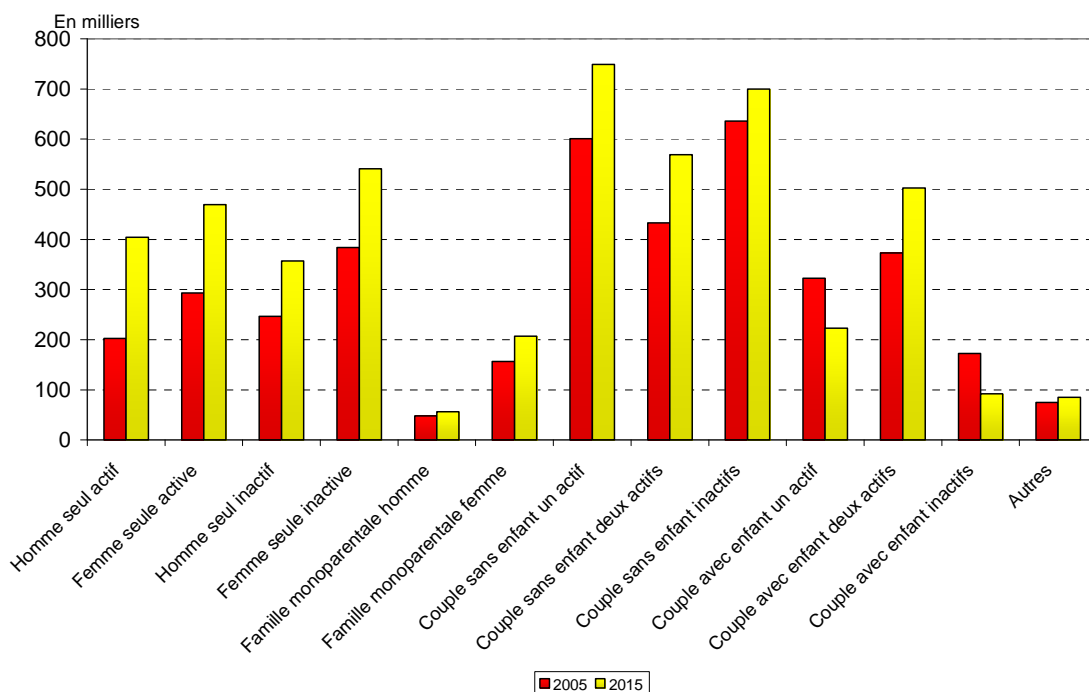


Sources : INSEE, projections BIPE

Rappelons qu'au sein de chaque tranche d'âge du chef de ménage, la répartition entre familles avec enfant et sans enfant, et entre actifs et inactifs, change aussi. A titre d'exemple, le graphe

qui suit montre les changements de composition des ménages au sein de la catégorie des 55-64 ans entre 2005 et 2015, avec notamment l'impact de la réforme des retraites sur les actifs.

### Comparaison du nombre de ménages de 55-64 ans par catégorie en 2005 et 2015



Sources : INSEE, projections BIPE

Si on suppose que le pourcentage de ménages d'une catégorie donnée ayant recours à un service à la personne ne change pas entre 2005 et 2015, on peut mesurer l'impact des évolutions démographiques sur le marché des SAP. **On anticipe ainsi une hausse, sur 10 ans, de 10,7% du marché des SAP.** Cette hausse est légèrement inférieure à celle du nombre de ménages (+10,9%) en raison d'effets de structure : la dépense totale des ménages dont le chef de famille a entre 25 et 34 ans, et entre 35 et 44 ans, diminue en effet légèrement, compte tenu de la baisse relative du nombre des familles de cette tranche d'âge qui dépensait comparativement plus :

- Ainsi, dans la catégorie des 25-34 ans, on dénombre nettement moins de couples bi-actifs avec enfants en 2015 qu'en 2005 – or cette catégorie est très utilisatrice de SAP. L'augmentation du nombre d'hommes et de femmes actives « solos », également demandeurs de services, ne compense pas la baisse du marché liée à la diminution du nombre de familles avec enfant.
- Concernant les 35-44 ans, on observe une tendance similaire (lié à la baisse du nombre de couples bi-actifs avec enfant) aggravée par une diminution du nombre de couples mono-actifs avec enfant : si ces derniers utilisent moins les SAP que les couples bi-actifs, la baisse de leur nombre joue néanmoins sur la demande totale de cette tranche d'âge.

Une première variante a été quantifiée ici, visant à déterminer l'impact spécifique, sur le marché des services à la personne, de l'augmentation du nombre de personnes dans les cohortes de plus de 65 ans suite à l'effet du vieillissement démographique.

Le tableau ci-dessous présente l'effet spécifique de l'augmentation du nombre de personnes dans ces deux tranches d'âge sur la demande de ces tranches d'âge, et sur le marché total.

### Impact pour les 65 ans et plus

	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, à prix 2007	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, en € courants (*)	Hausse du marché en millions € courants, entre 2007 et 2015 (*)
65-75 ans	12%	31%	400
75 ans et plus	15%	35%	1 000
(*) Hypothèse d'une hausse moyenne des prix de 2% par an			

Source : BIPE

Par hypothèse, l'estimation ci-dessus suppose un taux de recours aux services à la personne identique à celui observé en 2005, soit 14% pour les 65 à 75 ans en 2015, et 35% pour les plus de 75 ans.

**Les changements de structure au sein des différentes tranches d'âge ont un autre effet plus inattendu – une baisse du nombre moyen d'heures prestées auprès de chaque famille.** A nouveau, c'est la diminution de la taille des cohortes des ménages les plus utilisateurs de SAP qui explique cette évolution : avec la diminution du nombre de ménages avec enfant, et l'augmentation du nombre de ménages solos, le nombre d'heures moyen presté auprès de chaque ménage dans l'économie baisse de 6 heures par an. **Pour les salariés, cette évolution se traduit par une nouvelle fragmentation de l'emploi, et la nécessité de continuer à augmenter le nombre d'employeurs par salarié pour compenser le manque à gagner** – toutes autres choses égales par ailleurs, notamment le taux d'utilisation des SAP par les ménages de chaque catégorie.

### Perspectives de développement de nouveaux services

Dans la première partie de ce rapport, nous avons présenté une série d'innovations susceptibles d'accroître le marché global des services à la personne. Ces services s'adressent diversement aux différentes catégories de ménages. Le tableau qui suit présente une synthèse des services selon la catégorie de ménage à laquelle ils s'adresseront en priorité et donne une idée du potentiel de croissance du marché auprès des différentes cibles identifiées.

Ainsi, en matière de garde d'enfants, y compris de jeunes adolescents, et en termes d'offre « globale » pour des services prestés à domicile, les améliorations en vue, et les innovations concernent principalement les familles, et dans une moindre mesure (pour ce qui est des services « globaux » à domicile, tels la gestion de la domotique ou l'aide informatique à domicile) les retraités, qu'ils soient isolés ou en couple.

Les « paquets » de services (offre globale « déménagement », « évènement », « anniversaire », etc.) s'adressent en revanche plus spécifiquement aux ménages solos, moins susceptibles que les couples de se partager les tâches pour assurer ce type d'organisation.

Les prestations techniques supposant du matériel ad hoc – jardinage, bricolage, petits travaux de rénovation, etc. - s'adressent à tous les ménages, mais sont susceptibles d'être particulièrement choisis par les ménages isolés et les seniors.

### Potentiel de développement des nouveaux SAP par catégorie de ménage

	Hommes actifs seuls	Autres actifs sans enfants (*)	Familles avec jeunes enfants	Familles avec adolescents	TSARS retraités	Plus de 75 ans, isolés ou en couple
<b>Consolidation de services existants :</b>						
• Gardes enfants			+++			
• Offres globales à domicile	+++	+	++	+	+++	++
<b>Offres de services « packagés »</b>	+++	+	+	+	++	
Prestations techniques avec matériel ad hoc	++	++	+	+	+	+++
<b>Services liés à la mobilité :</b>						
• De base	+	+	+++	+	+	+++
• Nouveaux services	+++	+++	+	++	++	
Activités culturelles et sportives	++	++	+	++	+	
<b>Réponse à l'isolement ou au besoin de lien social :</b>						
• Rencontres/Vie sociale	++	+			++	+
• Aide aux aidants						+++
• Nouveaux services (liés aux NTIC)	++	++	+	++	++	++

(\*) Couples mono et bi-actifs et femmes seules sans enfant

Source : BIPE

En comparaison, les services de base liés à la mobilité, également utiles pour tous, sont, dans leur conception, aujourd'hui particulièrement ciblés vers les familles et les seniors. Les autres catégories y verront sans doute un intérêt, mais dans une moindre mesure que ces cibles privilégiées. Les nouveaux services de mobilité devraient en revanche intéresser en priorité les actifs (hommes et femmes) et les « TSARS » (types de seniors « actifs » retraités).

Enfin, tous les services destinés à re-créeer du lien social trouveront leur cible légitime chez les ménages solos de tous âges – ménages qui, on l'a vu, seront de plus en plus nombreux. Une mention particulière concerne les aides aux aidants et les services d'aide à domicile liés aux NTIC qui devraient connaître une forte progression sur la période.

La section qui suit présente l'impact sur le marché global de hausses de différents niveaux de la demande de services par les différentes catégories de ménages.

### Impact de hausses du nombre d'heures demandées par les utilisateurs actuels des SAP

Deux scénarios sont chiffrés ici :

- D'une part, hausse du nombre d'heures de services auxquels ont recours les ménages solos constitués d'hommes actifs et d'hommes inactifs : ces deux catégories ont aujourd'hui encore moins recours aux services à la personne que les ménages solos de femmes, actives et inactives. Compte tenu de la nature des nouvelles offres susceptibles d'émerger, qui devraient particulièrement les intéresser, et des moyens financiers dont ils disposent, une hausse de 20% du nombre moyen d'heures des hommes actifs, et de



10% des hommes inactifs, paraît envisageable à horizon de plus ou moins court terme. Une telle hausse reviendrait à combler à peu près la moitié de l'écart existant actuellement entre les hommes et les femmes « seules ». L'on suppose aussi dans ce scénario un rattrapage de la demande de la part des femmes inactives, qui consomment aussi moins que les femmes actives, de l'ordre de 10%.

- Dans le deuxième scénario, on suppose une hausse du nombre d'heures de services « achetés » par toutes les tranches d'âge inférieures à 65 ans. Le graphe qui suit compare le nombre d'heures moyen presté auprès de chaque catégorie de ménage en 2015 dans le scénario « de référence » et dans ce nouveau scénario.

### ***Scénario 1 : hausse du nombre d'heures demandées par les hommes***

Ce scénario suppose un rattrapage partiel, par les hommes seuls actifs et inactifs respectivement, de l'écart actuel existant en termes d'heures de services demandées par les femmes des mêmes catégories :

- Une femme seule inactive utilise, en 2005, 129 heures de SAP en moyenne, comparé à 112 pour les hommes inactifs, et à 155 heures par an pour les femmes seules actives ;
- En 2015, on suppose une hausse de 10% du nombre d'heures utilisées par les femmes seules inactives ; combiné aux changements de structure d'âge chez les femmes seules inactives (et notamment à l'effet du vieillissement dans la catégorie), cela amènerait, toutes choses égales par ailleurs, le nombre d'heures de services utilisées par les femmes seules inactives à 142 ;
- Le nombre d'heures demandées par les femmes seules actives est supposé inchangé au sein de chaque tranche d'âge ; les effets de structure démographique font néanmoins passer ce chiffre de 155 heures à 162 heures en moyenne pour la catégorie ;
- Dans ce scénario, on suppose qu'en 2015 les hommes seuls inactifs augmenteraient le nombre d'heures utilisées à chaque tranche d'âge de 20%, rattrapant ainsi une partie de l'écart avec les femmes seules inactives. Combiné aux effets de structure démographique, cela implique qu'ils utiliseraient 136 heures annuelles de SAP, qu'il s'agisse de services « classiques » ou de nouveaux services, soit 21,6% de plus qu'en 2005 (l'effet de structure s'ajoutant à la hausse au sein de chaque tranche d'âge) ;
- Enfin, on suppose que les hommes seuls actifs, qui utilisent en 2005 103 heures de SAP par an, soit 33% de moins que les femmes seules actives, augmentent le nombre d'heures de 20%. Combiné à l'effet de structure démographique, cela augmente le nombre d'heures moyen par ménage de la catégorie de 21,5%.

Au final, le nombre total d'heures prestées augmente de 14% entre 2005 et 2015, soit près de 3% de plus que le seul effet démographique.

Alors qu'en 2005 la part de la dépense totale de SAP des ménages solos, hommes et femmes, actifs ou inactifs (hors assistantes maternelles) était de 22,5%, elle est portée à 29% en 2015. Par rapport à l'année 2007, la hausse de la dépense serait de 1,1 milliard d'€ à prix constant, soit une hausse de 11% en 8 ans. En supposant une inflation de 2% par an, la hausse serait de 30%.

### ***Scénario 2 : hausse du nombre d'heures demandées par les moins de 65 ans***

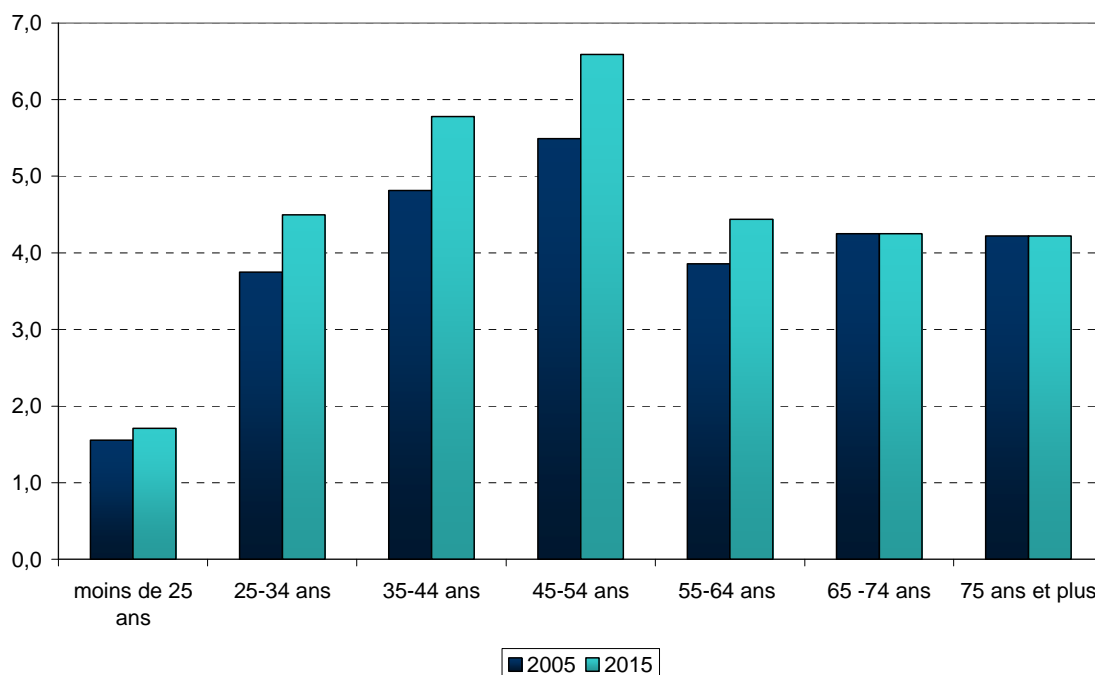
Le deuxième scénario chiffre l'impact sur le marché total des SAP d'une hausse du nombre d'heures demandées par les moins de 65 ans. Même si ces derniers sont aujourd'hui plus demandeurs de services que les seniors, deux facteurs justifient cette hausse :

- D'une part, le report des départs à la retraite, qui augmente le nombre d'heures demandées par les 55-64 ans, aujourd'hui pour la plupart retraités mais qui travailleront plus tard en 2015 : leur utilisation des SAP se rapprochera donc de celle de la tranche des 45-54 ans en 2005 ;
- D'autre part, l'émergence de *nouveaux services*, à destination de toutes les tranches d'âge, et notamment de services de simplification de la vie quotidienne, est susceptible de séduire particulièrement les ménages actifs et les plus jeunes. Le scénario suppose une hausse de 10% du nombre d'heures prestés pour les moins de 25 ans, de 15% pour les 25-54 ans et de 25% pour les 55-64 ans.

Compte tenu des effets de structure démographique, on observe une hausse du nombre moyen d'heures par ménage de 5% par rapport à 2005 (hors assistantes maternelles). Combiné à la hausse du nombre de ménages de chaque catégorie, l'effet total de ce scénario est **une hausse du nombre d'heures total de SAP prestées dans l'économie de 20%**.

La part de la dépense en SAP des moins de 65 ans passe de 52,5% à 53,5% entre 2005 et 2015. Par rapport à l'année 2007, la dépense totale en SAP (hors assistantes maternelles) augmenterait ainsi de 1,5 milliard d'€, soit une hausse de +16% en 8 ans, en € de 2007.

### Comparaison du nombre moyen d'heures demandées par famille dans le scénario tendanciel et le scénario 2



Source : BIPE

### **Impact de hausses du taux de recours sur la demande de SAP**

#### **Scénario 3 : hausse des taux de recours des moins de 65 ans**

Dans ce scénario, on suppose une hausse du nombre de ménages qui, au sein de chaque catégorie, a recours aux services à la personne.

En effet, pour de nombreuses catégories de ménages utilisateurs de moins de 75 ans, le taux de recours aux services à la personne est aujourd'hui relativement faible. L'émergence de nouveaux services destinés aux jeunes et aux familles devrait attirer une nouvelle clientèle. Cela se traduit dans le scénario par une hausse de la part des ménages de chaque catégorie ayant recours à des services extérieurs.

Ici, on a fait l'hypothèse d'une hausse des taux de recours des moins de 25 ans de 2% environ en 2005 à 10% en 2015, les services demandés étant les nouveaux services de mobilité, les « package » loisirs, etc. Le taux de recours (c'est-à-dire le pourcentage de ménages de cette catégorie ayant recours au moins une fois dans l'année à un service) des 25-54 ans est supposé passer à 20% à l'horizon 2015, ce taux restant très inférieur à celui des 75 ans et plus. Néanmoins, un ménage sur 5 aurait recours aux services à la personne en 2015 dans ce scénario. La part des 55-64 ans passerait à près de 15%, soit une hausse de 5 points par rapport à 2005.

Ces hypothèses ne sont pas irréalistes, dans la mesure où, dans chaque tranche d'âge, il existe au moins une famille de ménage pour laquelle le taux de recours est égal à, ou proche, de l'hypothèse faite pour 2015. Par exemple :

- 6% des couples de jeunes mono-actifs sans enfants (< 25 ans) ont recours aux SAP en 2005 ;
- 12% des hommes seuls inactifs et des couples de jeunes monoactifs sans enfants de 25-34 ans<sup>5</sup>, et 7% des couples avec enfants de 25-34 ans ont recours aux SAP en 2005 ;
- 13% des couples bi-actifs avec enfants âgés de 35-44 ans, et 10% des hommes seuls inactifs, ont recours aux SAP en 2005 ;
- 18% des couples biactifs avec enfants âgés de 45-54 ans, et 24% des femmes seules inactives de 45-54 ans, sont employeurs de salariés de SAP ;
- 19% des familles monoparentales dont le chef de famille est un homme de 55 à 64 ans ont recours aux SAP en 2005, ainsi que 13% des couples monoactifs avec enfants de cette tranche d'âge.

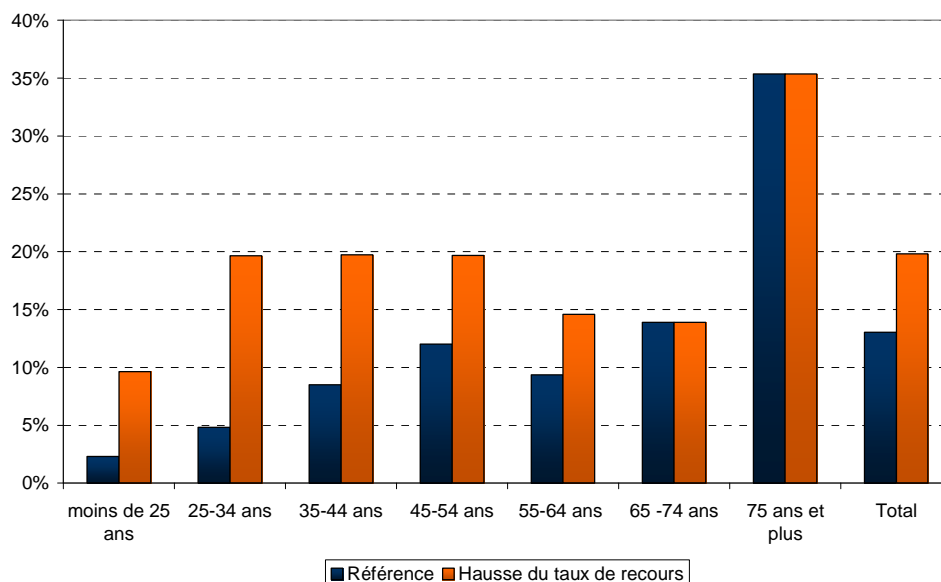
Le tableau de la page suivante présente l'impact de ces hypothèses sur la demande de services de ces catégories de ménages, et sur le marché total.

Au final, le taux de recours moyen passe de 13% à 20% en moyenne, tous ménages confondus.

---

<sup>5</sup> Le chiffre de 12% s'appuie sur un nombre relativement faible d'individus interrogés.

### Comparaison des taux de recours par tranche d'âge dans le scénario tendanciel et le scénario 3



Source : BIPE

Ces hausses des taux de recours augmentent le nombre d'heures totales prestées (hors assistantes maternelles) de 53% entre 2005 et 2015. La dépense totale en SAP augmenterait ainsi de 3,9 milliards d'€ à prix 2007 entre 2007 et 2015, soit une hausse de 41% par rapport à l'année 2007.

#### *Variante 1 : Convergence en 2015 des taux de recours des ménages monoparentaux et des ménages bi-actifs avec enfants*

Dans une variante de ce scénario, nous avons chiffré l'impact sur le marché total des SAP d'une convergence des taux de recours des ménages monoparentaux et des ménages bi-actifs ; ainsi, les taux de recours des ménages monoparentaux augmenteraient de 10% en 2005 à 20% en 2015, tandis que les taux de recours des ménages bi-actifs avec enfants passeraient de 13% en 2005 à 20% en 2015.

#### Impact d'une convergence des taux de recours des ménages monoparentaux

	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, à prix 2007	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, en € courants (*)	Hausse du marché en millions € courants, entre 2007 et 2015 (*)
Ménages monoparentaux	127%	166%	600
(*) Hypothèse d'une hausse moyenne des prix de 2% par an			

Source : BIPE

**Variante 2 : Les ménages monoparentaux de moins de 65 ans disposent de 100 heures de SAP d'ici 2015**

Le tableau qui suit présente l'effet sur l'activité de services d'une hausse du taux de recours aux services à la personne des ménages monoparentaux dont le chef de famille a moins de 65 ans. Ce scénario permet de quantifier le coût que représenterait, pour les pouvoirs publics, l'octroi de la gratuité des systèmes de garde d'enfant à concurrence de 100 heures par an.

**Impact «ménages monoparentaux de moins de 65 ans disposent de 100 heures de SAP d'ici 2015 »**

	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, à prix 2007	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, en € courants (*)	Hausse du marché en Mrd € courants, entre 2007 et 2015 (*)
Ménages monoparentaux de moins de 65 ans	627%	752%	2,7

(\*) Hypothèse d'une hausse moyenne des prix de 2% par an

Source : BIPE

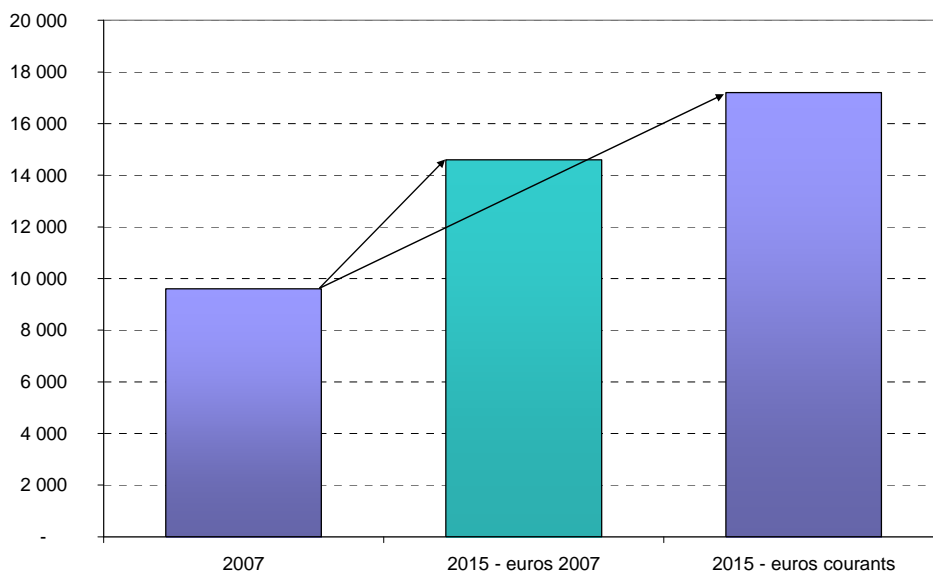
**Impact combiné d'une hausse des heures par ménage et des taux de recours**

Dans ce dernier scénario, on combine la hausse des taux de recours supposée dans le scénario 3, avec l'augmentation du nombre d'heures moyen par ménage du scénario 2. Ce scénario, qui définit en quelque sorte une borne supérieure de hausse possible du marché des SAP lié à des innovations, indique une augmentation du nombre total d'heures prestées entre 2005 et 2015 de 70%.

Le nombre d'heures moyen par ménage diminue légèrement (-2% sur 10 ans), suite à un effet de composition (hausse plus importante du nombre de ménages utilisant peu d'heures, suite à la variation des taux de recours), confirmant la tendance évoquée plus haut d'une évolution tendancielle à la baisse du nombre d'heures par ménage dans un scénario de vieillissement démographique.

Entre 2007 et 2015, la dépense totale en SAP (hors assistantes maternelles) augmenterait ainsi de 5,1 milliards d'€ à prix 2007, soit une hausse de 53% par rapport à 2007. Le marché atteindrait 15 milliards d'euros à prix 2007. **En intégrant l'effet de hausses de prix annuelles de l'ordre de 2% par an en moyenne, cela conduirait à une hausse de 79% du marché des SAP (hors assistantes maternelles) en 8 ans**, le marché atteignant 17,2 milliards d'€, comparé aux 9,6 milliards d'€ en 2007.

### Evaluation du marché potentiel sous l'hypothèse d'une croissance démographique, des taux de recours et de la durée moyenne par ménage



Source : BIPE

### Tableau comparatif des 5 scénarios (1)

	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, à prix 2007	Hausse du marché entre 2007 et 2015 en %, en € courants (2)	Hausse du marché en Mrd € courants, entre 2007 et 2015 (2)
Impact démographique	9%	27%	2,6
Scénario 1: rattrapage des heures des hommes seuls actifs et inactifs, et des femmes seules inactives	11%	30%	2,9
Scénario 2: hausse du nombre d'heures demandées par les moins de 75 ans	16%	36%	3,4
Scénario 3: Hausse des taux de recours des moins de 65 ans	41%	65%	6,2
Scénario 4: Impact combiné d'une hausse des heures par ménage et des taux de recours	53%	79%	7,6
(1) Hors assistantes maternelles			
(2) Hypothèse d'une hausse moyenne des prix de 2% par an			

Source : BIPE

## **Conclusion : le rôle des politiques publiques dans le soutien au développement de l'offre de services innovants à destination des particuliers**

Comme rappelé dans un rapport de l'OCDE sur l'emploi et la vie privée (« *Bébés et employeurs – comment réconcilier travail et vie de famille* », OCDE, Paris, 2007), la mise en place de politiques destinées à répondre efficacement aux besoins des familles contribue à renforcer l'égalité entre hommes et femmes, à endiguer la chute de la natalité, à lutter contre la pauvreté et les inégalités, et à promouvoir l'épanouissement des enfants.

Les politiques publiques peuvent consister en des incitants « directs » (subventionnement d'activités, taux réduits de cotisations ou d'impôts, autres mesures) ou passer par des incitants plus indirects (exemple : changements réglementaires facilitant l'organisation de systèmes de garde en horaire décalé (accueil en relais), amélioration de la flexibilité du travail et conditions d'accès au temps partiel et horaires variables). Le fait de lever certaines barrières, certains freins à l'emploi de service aujourd'hui, est aussi une mesure de type indirect pouvant être envisagée. Ainsi, les règles concernant le licenciement (entretien préalable, énoncé des griefs, etc....) sont jugées trop lourdes pour les familles alors même que le processus d'embauche est délicat et que celles-ci ne sont pas nécessairement « armées » pour sélectionner du premier coup la « bonne » personne. Certes, le recours à une OASP peut pallier cette difficulté. Néanmoins, dans des métiers où le relationnel est aussi important on peut concevoir que les particuliers employeurs soient réticents à se mettre en situation de dépendance vis-à-vis d'une personne choisie par un tiers – et ce quelles que soient ses qualités et compétences professionnelles.

Pour promouvoir le développement des marchés de « nouveaux » services identifiés dans ce rapport, on peut envisager :

- L'élargissement des conditions d'utilisation du CESU pré-financé à des services tels que les livraisons de repas à domicile, les coiffeurs et soins de beauté à domicile, les services de type « conciergeries d'entreprise » (réservation de voyages, « package » spectacles ou loisirs et services équivalents), les services de gestion de mobilité, les « gardes » d'animaux domestiques ou de plantes, en période de congés, le lavage des voitures à domicile, etc. – y compris pour les publics non fragiles ;
- L'octroi d'avantages fiscaux pour les entreprises qui abonderaient les CESU pré-financés au lieu d'augmenter les salaires d'un montant équivalent ;
- L'octroi d'incitants fiscaux à la contractualisation d'assurance ou d'abonnement, plutôt que des dépenses « occasionnelles » ou ad hoc ; une telle démarche se justifie par le fait que l'important est de créer l'habitude du recours au service, non pas de financer des heures occasionnelles en période de crise ou autre ;
- Des appuis (financiers ou non) à la mise en réseau ou au développement de partenariats pour assurer une offre sur tout le territoire. Plusieurs opérateurs nous ont en effet fait remarquer que « il vaut mieux offrir un ou deux services de qualité dans 80 villes, que 80 services dans une ou deux villes<sup>6</sup> ».

---

<sup>6</sup> A l'exemple de O2, une société spécialisée dans le ménage à domicile.

Dans le deuxième scénario d'évolution des modèles économiques, on voit la possibilité de cibler plus précisément les aides, donc de réduire les « effets d'aubaine » liés au financement de certaines activités ou aux avantages fiscaux aujourd'hui octroyés à une large base de population.

Par ailleurs, pour répondre à la contrainte d'offre (et non pas soutenir la demande, comme c'est l'objet des mesures précédentes), l'on peut envisager :

- Un assouplissement des conditions de travail pour les jeunes : défiscalisation des emplois étudiants effectués en dehors des heures d'étude, hausse des plafonds à partir desquels les parents paient des impôts sur les revenus gagnés par leurs enfants, ... ;
- Un assouplissement des conditions de travail pour les seniors, y compris dans le cadre de cumul emploi/retraite ; d'autres services, notamment la simple présence dans la maison, lors du retour de l'école, de seniors ou « grands parents d'adoption » peut répondre à un besoin mutuel des familles et de ces derniers ;
- Des aides à la formation : dans certaines structures, celle-ci représente jusqu'à 6% de la masse salariale ;
- Une modification du cadre réglementaire de certaines professions, telles les pharmaciens, les autorisant à prêter des services d'intermédiation, voire à coordonner des offres de services et/ou en assurer le contrôle qualité ; une première démarche de la profession en ce sens a malheureusement échoué : le dossier pourrait néanmoins être représenté par l'Ordre des pharmaciens... La révision du cadre réglementaire devra naturellement aussi se pencher sur le problème de la rémunération du service presté par le pharmacien.



## **Annexe 1 : comité de pilotage de l'étude**

Le comité de pilotage de l'étude était composé :

Pour la Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services (DGCIS) :

- Grégoire POSTEL-VINAY
- Caroline LEBOUCHER
- Patrick ROUX
- Frédéric SANS

Pour l'Agence Nationale des Services à la Personne (ANSP)

- Vincent DELPEY
- Marie-Pierre LEBRETON

## **Annexe 2 : liste des organismes et responsables rencontrés**

AXA assistance	Frédéric de la Martinière, Responsable des participations services à la personne.
FNAC	Jukien Vignal, Directeur Projet Services et solutions.
ORANGE	Pascale Vieljeuf, Directrice Marketing des services
MONOPRIX	Marie Pommarel, Manager Services Clients
VINCI Park	Jean Jacques Decaesteke, Directeur
VFE SNCF	Stéphanie Dommange, Directrice de la Stratégie
CRM SNCF	Cyril Garnier, Directeur général
ACCOR Services	Antoine Dumurgier, Directeur
LA POSTE	Pascal Portier, Directeur général La Poste Services à la personne
ACADOMIA	Maxime Aiach, Président directeur général
DOMPLUS	Serge Bizouerne, Président
DOMIDOM	Damien Cacaret, Gérant
BRICORAMA	Jean Luc Mathon, Directeur Pose à domicile
CHEQUE DOMICILE	Pascal Dorival, Directeur général
RESEAU Plus	Arnaud Maigre, Président
IRCEM	Jean Charles Grollemund, Directeur général
ADMR	Christian Fourreau, Directeur
UNA	Pierre Demortiere, Directeur du Développement
FESP	Jacques Manardo, Président
FEPEM	Marie Béatrice Levoux, Présidente
Expert	Jean Noël Lesellier, consultant

## **Annexe 3 : synthèse du séminaire prospectif du 29 novembre 2008**

### **Objectifs**

Rappel : l'objectif de l'étude est d'identifier les demandes émergentes et les services innovants dans le secteur des services à la personne, ainsi que les facteurs d'accélération et les freins éventuels au développement de chaque type de service étudié.

Les participants au séminaire, répartis entre deux groupes (salariés au domicile des particuliers employeurs - clients employeurs) travaillant en parallèle, ont été invités à valider, commenter et compléter les résultats de l'analyse documentaire et des entretiens avec les professionnels du secteur.

### **Caractéristiques des participants**

Au nombre de 18, les participants étaient composés de 14 salariés et de 4 particuliers employeurs choisis par tirage au sort dans les fichiers de l'IRCEM.

Les participants salariés présentaient les caractéristiques suivantes : population féminine à 95%, âgée pour les deux tiers de plus de quarante ans, disposant dans leur foyer de revenus modestes (revenus compris entre 800 et 1300 € pour 6 d'entre eux), exerçant des activités d'assistance aux personnes âgées ou dépendantes (6/14), de garde d'enfant (4/14), de soutien scolaire (2/14) et de ménage- repassage (2/14). Ils étaient domiciliés à hauteur de 60% en région Ile de France. Par ailleurs 60% des participants salariés étaient soit nés à l'étranger soit des immigrés de la deuxième génération.

### **Le point de vue des clients utilisateurs**

Les échanges ont porté sur les nouveaux services qui pourraient être développés dans le secteur de l'aide à la personne. Dans un premier temps, le groupe a validé une liste de nouveaux services, ensuite il a indiqué l'esprit dans lequel s'inscrivaient ces nouveaux services et mis l'accent sur certaines particularités qui conditionnent leur développement.

#### ***Liste des services retenus par les participants***

Les services sont classés par grand type de service :

##### **Services liés à la mobilité des publics fragiles :**

- service d'accompagnement d'enfants, notamment dans les cas de séparation/divorce (mobilité d'un domicile à l'autre) et pour aller chez les grands parents ;
- accompagnement des personnes âgées en voyage.

##### **Services de gestion et de facilitation de la vie quotidienne :**

- pour les personnes seules, en cas d'urgence médicale, présence d'une personne extérieure pouvant ensuite aller chercher des médicaments ;
- services administratifs simples: par exemple, aller chercher un recommandé ;

- de façon ponctuelle, un employé polyvalent faisant office de concierge (diverses tâches en complément de la garde d'enfants, par exemple, préparation des repas) ;
- prestation multiservice compactée : par exemple, prise en charge de la logistique d'un déménagement (réservation d'un déménageur, coupure et transfert des divers abonnements, eau, gaz, électricité...). Avec cependant une réserve : il faut avoir confiance pour confier ses biens et si l'on passe par un intermédiaire, il faudra le payer ;
- prestation multiservice technique à domicile, du type bricolage, jardinage. Il y a toutefois, un problème de professionnalisme, parce que ce sont des métiers que l'on peut parfaitement maîtriser si on a les compétences sans forcément de formation mais où il faut un bon niveau technique. Et puis il y a un problème de matériel : la personne qui vient doit avoir du matériel et c'est un investissement pour elle.

#### **Services liés au vieillissement, au handicap et à la dépendance :**

- il y a un besoin qui émerge dans notre société, c'est l'accompagnement des enfants handicapés (notamment autistes, etc.). Par exemple, un accompagnement par des psychologues, souvent au chômage, permet de faire le lien entre les activités au sein de la famille et les activités scolaires, à la demande des parents ;
- pour certains jeunes ayant des problèmes psychiques et qui s'enferment chez eux qui ne veulent pas se soigner, il pourrait y avoir des gens formés qui pourraient, ce qui n'est pas facile, établir le contact et les sortir de leur enfermement ;
- il y a aussi une forte demande d'accompagnement et d'assistance pour les aidants familiaux et, en général, pour les personnes qui s'occupent d'un proche qui ressentent de plus en plus le besoin d'une aide.

#### **Services liés à l'évolution des modes de vie :**

- accompagnement / activités à domicile des adolescents, qui ont leur autonomie et qui sont souvent seuls en fin d'après midi ;
- cours techniques et de formation personnelle à domicile pour des personnes âgées ;
- cours de soutien scolaire en visio conférence ;
- services offerts sur les lieux de travail : développement prévisible de la conciergerie d'entreprise et des crèches d'entreprise (initiatives prises par des grandes entreprises). En revanche, une réserve à l'égard des services qui se montent dans les pays anglo saxons, pour mettre en relation les salariés avec des avocats, des psychologues etc, car on touche un peu au domaine de la vie privée.

#### ***Esprit de service et freins au développement des nouveaux services***

Les particuliers employeurs font état de plusieurs paradoxes. Le premier concerne la non reconnaissance des métiers de service (peu valorisés socialement et professionnellement, payés au SMIC) alors que tout repose sur des relations de confiance : en particulier, quand on confie son domicile ou une personne fragile à un prestataire, on a vraiment besoin d'avoir confiance dans cette personne.

Le deuxième paradoxe porte sur l'importance des relations de proximité dans une société qui utilise de plus en plus dans la vie quotidienne les nouvelles technologies et internet. Internet est utile pour organiser des voyages, pour se faire livrer des courses, et en cela est un facteur de développement des services, mais ne remplace pas les relations directes et de voisinage : les

employeurs préfèrent recruter en local, pour des raisons de fiabilité, de ponctualité, et de temps de transport.

Le dernier paradoxe renvoie aux nouvelles habitudes de vie. Si l'on passe la journée à travailler, si l'on fait garder ses enfants, et si l'on fait faire ses courses par quelqu'un, etc, alors on peut être un peu déconnecté de la réalité, et avoir l'impression d'être assisté et de ne plus vivre sa vie qu'en virtuel. En déléguant toujours plus les tâches du quotidien, il devient difficile de transmettre certaines valeurs à ses enfants, qui eux mêmes seront confrontés à l'exercice de ces tâches plus tard.

Pour finir, les particuliers employeurs indiquent qu'au plan local les attentes en matière de service sont importantes et qu'il y a des difficultés à faire coïncider l'offre et la demande. Une solution consisterait à créer des services d'intermédiation municipaux pour remplir ce rôle.

## **Le point de vue des salariés à domicile**

Les salariés à domicile mettent en avant les conditions d'exercice de leur métier et les grandes tendances d'évolution apparues ces dernières années.

- une élévation du niveau d'exigence : de l'avis général, les personnes directement bénéficiaires des services et les familles sont de plus en plus exigeantes, demandent la réalisation de plus de tâches au domicile, et demandent aux employés de maison d'être polyvalents. En outre, ils recherchent une plus grande souplesse au niveau des horaires ;
- avec l'augmentation de l'âge et le vieillissement de la population, on observe une attente non marchande de la part des personnes âgées, qui ont besoin de quelqu'un qui leur est proche à domicile, un besoin de lien social et de confiance ;
- il y a un besoin de complétude de service, avant même d'envisager des innovations : en ce qui concerne les services donnés par certaines sociétés, notamment dans les transports, le service rendu n'est souvent pas suffisant et ne répond pas aux besoins. Plutôt que des innovations, la priorité est de répondre aux besoins actuels auxquels on ne répond pas ;
- l'usage des nouvelles technologies peut être intéressant lorsqu'elles permettent d'éviter les déplacements et offrent de la flexibilité : en matière de soutien scolaire, les cours de mathématiques peuvent par exemple être données en visio conférence ;
- une diversification des services au niveau des personnes âgées, dépendantes et handicapées est souhaitée : faire plus pour améliorer la qualité de vie, faire des massages, etc... la gamme des services à proposer est très large ;
- Il existe un fort besoin de reconnaissance et de recherche d'une meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie familiale chez les salariés des particuliers employeurs. Les conditions de travail et les horaires font que le secteur reste extrêmement précaire, que l'on peut travailler 5 heures par semaine, travailler « à droite à gauche » chez plusieurs employeurs, et avec des horaires décalés, et que l'on doit également s'occuper de sa propre famille et de ses enfants. Dans cette famille de métier (en particulier chez les femmes de ménage), le manque de reconnaissance constitue un frein important.

## Annexe 4 : ordre du jour du séminaire prospectif

9h30	<b>Accueil des participants</b> <i>Café d'accueil</i>	
10h00-10h15	<b>Introduction (E.Rocha)</b> Tour de table des participants	
10h15-10h30	<b>Répartition des groupes</b> <i>Pause café</i>	
10h30-11h40	<b>Ateliers de réflexion</b>	
	10h30-11h00	Quels sont les services innovants d'aujourd'hui et de demain pour les particuliers ? Où sont ils/seront-ils prestés ? Pour qui ?
	11h00-11h20	Comment favoriser le développement de ces services innovants ?
	11h20-11h40	Quels sont/seront les obstacles à surmonter ?
11h40-12h00	<b>Restitution</b>	
12h00	<b>Synthèse et conclusion</b>	
12h30	<i>Déjeuner</i>	