



- **Si les Français ont une connaissance imparfaite des avantages fiscaux liés aux services à la personne (68% connaissant l'existence d'aides financières, mais seulement 34% en ayant une idée précise), ils souhaitent néanmoins leur maintien (48%) voire leur augmentation (35%).**
- **Les Français se déclarent satisfaits des prestations proposées par le secteur des services à la personne (90% de satisfaits parmi les utilisateurs), et notamment par le soutien scolaire.** 56% des parents de collégiens et lycéens considèrent d'ailleurs que le soutien scolaire est un bon complément à l'enseignement obligatoire. Dans un contexte de fortes inquiétudes budgétaires et de dépenses des ménages atones, notons que c'est en matière de santé et d'éducation que les parents se disent le plus prêts à consentir des dépenses supplémentaires (respectivement 61% et 60%).

*Dans le détail :*

## **Les Français ont une image plutôt positive des services à la personne, qu'ils jugent importants dans la vie des familles, créateurs d'emplois et offrant une bonne qualité de service**

**Plus de trois Français sur quatre (77%) déclarent avoir une image assez bonne (64%) voire très bonne (13%) des services à la personne**, contre 21% déclarant au contraire en avoir une image assez mauvaise (19%) ou très mauvaise (2%).

Notons **que les services à la personne jouissent d'une image particulièrement positive auprès des individus les plus jeunes** (82% de « bonne image » parmi les 18-24 ans, pour 77% en moyenne), ainsi qu'auprès des plus diplômés (79% parmi les titulaires d'un diplôme supérieur à Bac+2) **et des mieux rémunérés** (85% dans les foyers dont les revenus nets mensuels dépassent 5 000€).

Plus précisément, **le secteur des services à la personne se voit attribuer de nombreuses qualités par au moins trois Français sur quatre** : 88% sont d'accord pour dire que ce secteur joue un **rôle important dans la vie des familles (dont 31% qui estiment que ce qualificatif correspond très bien aux services à la personne)**, 82% qu'il est **créateur de nombreux emplois (dont 28% très bien)**, 75% qu'il offre une **bonne qualité de service** aux particuliers (dont 13% très bien) et 74% qu'il est même « **un moteur essentiel du développement économique de demain** » (dont 22% très bien). Autour des deux tiers des Français estiment également que le secteur des services à la personne est dynamique (68%), et qu'il permet de lutter contre le travail au noir (65%). En revanche, **les Français se montrent plus sceptiques sur la capacité de ce secteur à pérenniser les emplois concernés** : seuls 47% estiment qu'il offre des emplois durables, contre 50% exprimant l'avis inverse ; quand 45% sont d'accord pour dire qu'il emploie des personnels bien formés (contre 52%).

Dans le détail, **les femmes se montrent plus promptes que les hommes à attribuer chacune de ces qualités au secteur des services à la personne. A l'inverse, les personnes aux revenus les plus modestes** (moins de 1 200€ nets mensuels pour le foyer) **se montrent plus critiques**, puisqu'elles sont toujours moins nombreuses que la moyenne à juger que ces qualités correspondent bien au secteur. On note également une fracture générationnelle : les personnes âgées de 65 ans et plus estiment plus nettement que le secteur offre des emplois durables et permet de lutter contre le travail au noir (respectivement 59% et 78% des 65 ans et plus, contre 39% et 53% des 18-24 ans), quand les plus jeunes insistent davantage sur le dynamisme du secteur (76% des 18-24 ans, contre 60% des 65 ans et plus)

**En matière de services à la personne, les Français déclarent avoir très peu recours au travail au noir, même si les modes de paiement qu'ils utilisent laissent suggérer une pratique plus courante**

Au cours des douze derniers mois, 17% des Français déclarent avoir eu recours à un service à la personne dans le cadre d'une prestation de ménage ou de repassage ; quand 11% des parents d'enfants scolarisés au collège ou au lycée indiquent avoir eu recours à du soutien scolaire.

Parmi les Français déclarant avoir eu recours à au moins un service à la personne au cours des douze derniers mois, **86% déclarent n'avoir sollicité que des professionnels déclarés**, pour seulement 10% indiquant avoir également eu recours à des personnes travaillant au noir, et 3% uniquement à des personnes travaillant au noir. Pour autant, **ce chiffre est à prendre avec précaution** : d'une part, il a déjà été souligné que certains services à la personne ne sont sans doute pas pris en compte dans ce décompte « officiel » des interviewés ; d'autre part, il subsiste sans doute encore un effet déclaratif dissuadant les sondés de reconnaître publiquement une pratique illégale, fût-ce dans le cadre d'une enquête anonyme.

En effet, lorsque l'on interroge plus précisément le type de personnel employé par les Français selon la prestation concernée, on s'aperçoit que **49% des parents ayant eu recours à du soutien scolaire au cours des douze derniers mois déclarent s'être tournés vers un particulier, dont 27% vers un particulier n'étant pas rémunéré via un Chèque Emploi-Services** – qui constitue pourtant le mode de paiement le plus fréquent pour les particuliers déclarés. Toujours concernant le soutien scolaire, soulignons également qu'autant de personnes (49%) ont recours à des particuliers – qu'ils soient déclarés (22%) ou non déclarés (27%) – qu'à une entreprise (27%) ou une association (22%).

Lorsqu'il s'agit d'une prestation de ménage ou de repassage, une plus nette majorité des utilisateurs déclarent avoir eu recours à un particulier (56%), dont 46% un particulier réglé par Chèque Emploi Services. 12% se sont tournés vers une entreprise, et 30% vers une association.

**Si les Français ont une connaissance imparfaite des avantages fiscaux liés aux services à la personne, ils souhaitent néanmoins leur maintien voire leur augmentation.**

**Seul un Français sur trois (34%) déclare connaître précisément les aides financières existantes en cas de recours aux services à la personne**, pour 34% ne voyant pas précisément ce dont il s'agit, et 31% ne les connaissant pas du tout. Les personnes vivant seules se déclarent particulièrement peu informées (seulement 24% voyant précisément ce dont il s'agit, pour 34% en moyenne), de même que celles dont le revenu net mensuel est le plus modeste (18%). A l'inverse, les catégories de population se déclarant les plus précisément informées sont les hommes (37%), les personnes âgées de 65 ans et plus (43%), les Franciliens (41%) et les plus hauts revenus (56%).

**Les Français n'ayant pas payé l'impôt sur le revenu en 2010 se déclarent majoritairement bien informés du dispositif existant les concernant : 51% déclarent en effet connaître précisément la possibilité de se voir rembourser la moitié de leurs dépenses engagées** dans le cadre d'un service à la personne, pour 23% ayant entendu parler de ce dispositif sans voir précisément ce dont il s'agit, et 26% ne le connaissant pas du tout.

**Concernant ces avantages fiscaux, les Français souhaitent majoritairement que ceux-ci soient a minima conservés tels quels (48%), voire augmentés (35%) et ce alors même qu'ils ont intégré le contexte de crise et les déficits budgétaires.** Seuls 14% souhaitent leur diminution (10%) ou leur suppression (4%). Soulignons que les 18-24 ans (56%), les inactifs (54%) ou encore les plus diplômés (56%) et les plus hauts revenus (60%) souhaitent plus que la moyenne les conserver tels quels. Une majorité absolue des utilisateurs du soutien scolaire (51%) souhaite même voir augmenter ces avantages fiscaux.

**Les Français se déclarent satisfaits des prestations proposées par le secteur des services à la personne, et notamment par le soutien scolaire, l'éducation étant en outre un des secteurs où les parents sont prêts à dépenser plus pour leur(s) enfant(s)**

**Les Français ayant eu récemment recours à un ou plusieurs services à la personne s'en déclarent globalement très satisfaits** : quatre Français sur dix (41%) se disent même « très satisfaits », quand 49% indiquent en être « plutôt satisfaits », contre seulement 10% pas satisfaits (dont 1% « pas du tout satisfaits »). Les catégories de



### **A propos de Harris Interactive**

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6<sup>ème</sup> rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter [www.harrisinteractive.fr](http://www.harrisinteractive.fr)

### **Contact Harris Interactive en France:**

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - [llavernhe@harrisinteractive.fr](mailto:llavernhe@harrisinteractive.fr)  
Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Opinion & Corporate - 01 44 87 60 30 – [jdlevy@harrisinteractive.fr](mailto:jdlevy@harrisinteractive.fr)