



TECHNOLOGIE
Développer son
business avec l'IA

ATTRACTIVITÉ
Les territoires au
service des réseaux

STRATÉGIE
Comment déployer
une démarche RSE

Franchise&Concept(s)

N°45

TRIMESTRIEL - 5 €

Franchise & Concept(s)

franchise-concepts.ecoreseau.fr

SUIS-JE FAIT POUR LA FRANCHISE ?

- Se poser les (bonnes) questions avant de se lancer
- Choisir le bon secteur... et la bonne enseigne
- Témoignages : ils ont franchi le cap



BEL/LUX: 5,20 € - Suisse: 9 FS - Canada: 8,99 \$ CAN - Maroc: 55 DH - Dom: 5,50 € - Tom: 750 XPF

L 15627 - 45 - F: 5,00 € - RD





Services à la personne : rendre le secteur plus attractif !

L'IA est d'avenir. Mais l'humain aussi. Le secteur des services à la personne a encore de beaux jours devant lui. Si les besoins sont là, il devra être capable de se rendre plus attractif pour attirer et fidéliser les employés.

« **E**ntre 2020 et 2030, le nombre de personnes âgées de plus de 60 ans passera de 18 à 21 millions en France et celui des personnes âgées dépendantes, de 2,6 millions à 3,1 millions dans les 10 ans qui viennent », pointait en 2023 l'ex-ministre chargée des Entreprises, du Tourisme et de la Consommation Olivia Grégoire. Le vieillissement de la population crée forcément de nouveaux besoins et emplois. Mais au-delà des seniors, tant d'activités liées aux services à la personne existent : garde d'enfants à domicile, préparation de repas à domicile, entretien de la maison (jardinage, bricolage, etc.), services de ménage et repassage, accompagnement d'une personne handicapée, etc. C'est très simple, selon la fédération du secteur, la Fedesap, pas moins de 800 000 postes seront à pourvoir d'ici à 2030. Les franchises des « SAP » se multiplient, à l'instar d'enseignes comme Apef, DOMetVIE ou Babychou

RECRECUTER ET FIDÉLISER

Services, mais encore faut-il attirer le personnel suffisant pour répondre aux besoins croissants. Oui, ouvrir une franchise dans le secteur est une bonne idée. Mais, une fois franchisé, comment réussir à recruter et fidéliser les employés ?

Un besoin de reconnaissance

« Nous travaillons dans un secteur où les métiers ne sont pas assez valorisés, et bien trop souvent déclassés. Notamment parce que l'on commet cette erreur de considérer les métiers de l'aide à la personne comme du savoir-être et non du savoir-faire. Comme si être parent faisait forcément de vous un professionnel », nous confiait en septembre Guillaume Richard, président-fondateur du groupe Oui Care. Alors reconnaissons ces métiers des services à la personne, sensibilisons le public à la complexité de l'aide à la personne – qui n'a donc rien de naturel. Cette reconnaissance contribuera à motiver les employés du secteur, et à les fidéliser.

Mais avant de les fidéliser, il faut les attirer. Au regard des conditions de travail parfois – voire souvent – difficiles, nombre de franchisés le savent : ils recrutent des gens qui ont envie d'aider les autres. Hélas les salaires de la profession restent faibles, trop faibles. Des choses bougent, dans le bon sens, mais encore trop lentement. Pour rappel la revalorisation du Smic en janvier 2024 avait rendu obsolète la grande majorité des minima horaires de salaires en vigueur dans la branche des entreprises

l'aide à domicile
ADHAP

**REJOIGNEZ
NOTRE RÉSEAU,
LA RÉFÉRENCE DU
MAINTIEN À DOMICILE
DEPUIS 1997**

**Vous souhaitez créer votre
entreprise ou reprendre
un centre existant ?**

L'équipe ADHAP vous accompagne
dès la création de votre centre
et pendant toute la durée de votre activité.

+ de 140 centres en France



Jean-Luc
Franchisé ADHAP
depuis 2016

contactez-nous

service.developpement@adhap.fr | 04 73 17 05 52



de services à la personne... Alors la Fesp avait proposé un accord revalorisant les niveaux de salaire du secteur, et l'avenant a bien été étendu par un arrêté ministériel du 14 juin 2024, avec mise en application depuis le 1^{er} juillet.

Le rôle d'accompagnement des franchises

Si travailler dans les services à la personne n'a rien d'inné, cela veut dire que le métier s'apprend. Essentiel donc de proposer des formations. Au sein de l'enseigne Senior Compagnie par exemple, les intervenants professionnels peuvent suivre une formation continue pour exercer au mieux le métier d'auxiliaire de vie. Cette formation

comprend les fondamentaux de la bientraitance, des gestes et des postures à adopter au domicile des personnes âgées. D'autres formations, complémentaires, sont mises en place pour informer sur les risques liés au métier, les pathologies liées à l'âge, ou encore les nouvelles technologies qui peuvent être utiles auprès des personnes dépendantes.

Cette formation dispensée par les franchises rend possible une progression des professionnels des services à la personne. Avec une perspective de carrière (des responsabilités qui peuvent augmenter) et des salaires plus élevés. Piliers d'une plus grande attractivité.

GEOFFREY WETZEL

Deux salons incontournables

Salon des services à la personne et de l'emploi à domicile

Vous êtes à la recherche de solutions pour être aidé à la maison ? Vous dirigez une structure de services à la personne, de services et soins à domicile ? Vous voulez en créer une ou rejoindre un réseau de franchise ? Vous cherchez un emploi dans le secteur ou une formation ? Paul Christophe, ministre des Solidarités, de l'Autonomie et de l'Egalité entre les Femmes et les Hommes, est le parrain de cette 18^e édition.

Quand ? Les 26 et 27 novembre

Où ? Porte de Versailles, Paris

Silver Economy Expo

Vous dirigez un Ehpad, une résidence services pour seniors, une résidence autonomie, les personnes âgées et les aidants sont les bénéficiaires de vos prestations, vos résidents ou vos clients, vous souhaitez entreprendre à leur service... Venez découvrir les solutions pour créer, développer, enrichir votre offre, comprendre tous les enjeux de l'économie de la longévité et identifier les idées-pépites.

Quand ? Les 26 et 27 novembre

Où ? Porte de Versailles, Paris



LA FRANCHISE MAÎTRISÉE

Les relations entre franchiseur et franchisé en temps de crise

Jean-Baptiste Gouache

Avocat associé – Gouache Avocats, membre du Collège des experts de la Fédération française de la franchise.

La croissance n'a pas été au rendez-vous de la rentrée 2024. C'est un euphémisme. Certains secteurs, tels que la promotion ou la transaction immobilière connaissent même des rétractations importantes et durables de leurs marchés.

Dans ce contexte, l'intérêt commun du réseau de franchise est de maintenir autant que possible la performance opérationnelle du franchisé et de l'aider, par l'assistance, en prenant des mesures propres au savoir-faire et en communiquant sur la marque, à tenter de minimi-

ser l'impact de l'état du marché sur son activité.

Mais cela n'est pas toujours suffisant et ne peut le plus souvent l'être lorsque la décroissance du marché est importante et durable, si le franchisé ne dispose pas des capitaux propres suffisants pour passer ce cap. Le Franchiseur doit dans ce cas faire face à la défaillance du franchisé, qui déclare sa cessation des paiements.

La gestion financière des encours de créances du franchiseur sur le franchisé est déterminante de sa propre résistance à la crise : capa-

cité à obtenir des garanties personnelles des dirigeants (cautions, engagements conjoints et solidaires, capacité à conclure des transactions pour que les créances aient autorité de chose jugée et qu'elles puissent être recourues en amont de la défaillance à l'homologation de la transaction pour mettre en œuvre des voies de recours, usage du chèque dont les certificats d'impayés valent titre exécutoire, etc.

Le catalogue des mesures de gestion financière ne peut être ici entièrement exposé. Ce qu'il faut retenir est que la responsabilité du franchi-

seur est d'une part d'aider ses franchisés, dans la limite de ce qu'il lui revient de faire (actions sur la marque et le savoir-faire, assistance à leur exploitation), de consentir des crédits garantis et actés juridiquement si cela peut permettre au franchisé de le payer et de passer un cap, mais aussi de garantir ses propres revenus, par la mise en place de process de garantie de ses créances et de recouvrement qui sont plus importants encore dans ces contextes de marché. Il en va de la pérennité de son soutien au réseau des franchises.

L'interview

Alain Bosetti : « Le secteur des services à la personne est pérenne »



Alors que le salon des services à la personne et de l'emploi à domicile se tient les 26 et 27 novembre à la Porte de Versailles à Paris, son président, Alain Bosetti, revient sur les principaux enjeux du secteur, vingt ans après le « plan Borloo ».



Quels enseignements tirez-vous du « plan Borloo », qui fêtera ses vingt ans en 2025 ?

A l'époque, les besoins étaient déjà nombreux dans le secteur des services à la personne, de la garde d'enfants à l'aide aux personnes âgées, en passant par tous les services de la vie quotidienne. L'ancien ministre Jean-Louis Borloo avait évidemment remarqué ces opportunités, en termes de créations d'emploi, de développement économique. Alors, la loi française du 26 juillet 2005, relative au développement des services à la personne dite « plan Borloo » est venue booster un secteur d'avenir. Avec une volonté de bien délimiter les activités publiées au secteur, elles sont 26, qui pourraient donner lieu

à une déduction fiscale. La mise en place d'un nouveau chèque emploi service (Cesu) incarnait aussi cette envie de simplifier les relations entre les différents acteurs des services à la personne, et de garantir la rapidité de paiement des prestations réalisées. Jean-Louis Borloo a cru aussi dans l'importance des enseignes, des marques, pour insuffler une confiance au sein des publics concernés, qui confient leurs enfants, aînés, et maisons, leur intimité tout simplement.

Il y a eu un avant et un après « plan Borloo ». Des emplois ont été créés, d'autres qui étaient invisibles (travail informel, ndlr) sont devenus visibles. Des initiatives se sont multipliées pour mettre en avant un secteur porteur, à

l'instar du salon des services à la personne et de l'emploi à domicile, né en 2007 et que je préside toujours.

Et pour les prochaines années, quel est selon vous l'enjeu majeur pour le secteur ?

Attirer et fidéliser les salariés. Voilà le principal enjeu pour les prochaines années pour les services à la personne. Le secteur accueille des métiers en forte tension. Les besoins sont là, mais les femmes et les hommes manquent parfois pour répondre à toute la demande. Il est crucial de parvenir à valoriser ces métiers, financièrement évidemment, mais tout simplement aussi les reconnaître. Depuis dix ans par exemple, les Trophées des Services à la Personne récompensent les salariés du secteur dans les grandes régions françaises. Ce type d'initiative contribue à la valorisation des services à la personne. Lors du salon des services à la personne et de l'emploi à domicile, le 26 novembre, on assistera à la finale nationale entre les lauréats des premiers prix des six éditions locales 2024.

Pourquoi choisir la franchise quand on veut se lancer dans les services à la personne ?

La franchise, c'est un concept, une marque, un savoir-faire. Et toute la notoriété qui va avec. Mettez-vous à la place de celles et ceux qui doivent confier leur intimité... il peut-être rassurant de le faire en lien avec des professionnels qui font partie de notre quotidien, auprès d'enseignes que l'on retrouve à chaque coin de rue. C'est une question de confiance. Aujourd'hui, des enseignes comme O2, Apef, Axeo Services, Âge d'Or Services, Maison et services... sont connues du grand public. Les porteurs de projets ont donc tout intérêt à re-

joindre ces marques.

Franchise ou pas, j'insiste sur le fait que le secteur des services à la personne est pérenne. Des personnes âgées, il y en aura tout le temps et de plus en plus ! Le vieillissement de la population s'observe à travers toutes les études (dont celle de l'Ined qui indique que la part des 65 ans et plus serait en 2050 de 28% en France, ndlr).

Y a-t-il des nouveautés prévues sur cette 18^e édition du salon des services à la personne et de l'emploi à domicile ?

Bien sûr. On parle beaucoup aujourd'hui d'intelligence artificielle, et les « SAP » sont aussi concernés. L'IA a cet avantage de faciliter le recrutement dans le secteur, de fluidifier la gestion des plannings, fort utile dans un domaine caractérisé par un volume de salariés et de clients élevé. « L'intelligence artificielle, un tremplin pour les services à la personne », est d'ailleurs l'intitulé d'une conférence que nous organisons le mercredi 27 novembre dès 14 heures.

Un autre sujet abordé lors du salon, et majeur, la cession/reprise d'entreprise dans le secteur. Un thème qui sera à l'honneur le 27 novembre à 15 heures, avec Bpifrance. « Que sont devenus ces entrepreneurs pionniers des SAP ? » permettra aussi d'évoquer toutes les possibilités qui existent après un lancement dans les services à la personne (mardi 26 novembre à 17 h).

PROPOS RECUEILLIS PAR GEOFFREY WETZEL

**Les besoins de recrutement d'ici à 2030 sont estimés à 250 000 ETP (équivalent temps plein), tenant compte des départs à la retraite (Publication du Théma de la DGE : défis à 2030 pour les services à la personne)*