



SERVICES À LA PERSONNE

La silver révolution est en marche !

Assiya Berrima.

Au 1er janvier 2024, on comptait, en France, plus de 18,9 millions de personnes âgées de plus de 60 ans, selon l'Insee. Ce chiffre devrait grimper à 24 millions en 2050, avec 4 millions de seniors qui seront alors en perte d'autonomie. Face au vieillissement de la population, le secteur des services à domicile et à la personne se prépare, notamment pour accueillir la vague de la génération du baby-boom.



La silver economy - qui désigne l'ensemble des activités économiques bénéficiant aux seniors - ne connaît pas la crise. Bien au contraire, elle est en pleine croissance ! Et pour cause : si, en 2020, le marché des seniors en France représentait 130 milliards d'euros, il pourrait atteindre les 180 milliards en 2030*. Le vieillissement de la population et l'augmentation de l'espérance de vie

créent en effet une forte demande pour les services aux personnes âgées, qui plébiscitent les entreprises d'aide et de soins à domicile, de portage de repas ou encore de téléassistance. "En France, le secteur des services à la personne est vaste et offre de nombreuses possibilités, confirme Frédéric Serrière, consultant spécialiste du marché des seniors et de la silver economy. Je pense que les services à domicile évoluent constamment pour répondre aux besoins des seniors. Cela inclut des services comme le portage de repas, l'assistance ménagère, ou encore l'aide au jardinage, des tâches qui sont parfois difficiles à réaliser pour des personnes vieillissantes. Ces services permettent de prolonger l'autonomie des personnes à domicile avant qu'elles ne deviennent dépendantes. "

Il explique également que le secteur des auxiliaires de vie se divise en deux types de structures : les prestataires, qui sont salariés d'une structure, et les mandataires, qui sont mis en relation avec des seniors par l'intermédiaire d'entreprises, comme Oui Help, et qui sont employés directement par les particuliers. Ces deux modèles coexistent au sein du groupe Oui Care, leader sur le marché des services à la personne en France. "Nous regroupons 16 marques, dont O2, qui est la première, avec un volume d'affaires qui avoisinera 350 millions d'euros cette année, et APEF, deuxième marque la plus importante du groupe, qui devrait

atteindre près de 100 millions d'euros de volume d'affaires cette année, détaille Guillaume Richard, PDG du groupe Oui Care. Nous avons également une autre enseigne dédiée aux seniors, Les Bienveillants, qui se distingue par son modèle mandataire. Cela signifie que le particulier est l'employeur, et notre rôle est de l'accompagner dans cette tâche en lui fournissant de l'aide pour le recrutement, la gestion administrative, la réalisation des fiches de paie, etc.

Aujourd'hui, Les Bienveillants compte cinq agences, dont trois en franchise. "

À noter que les seniors qui embauchent des aides à domicile peuvent bénéficier d'avantages fiscaux. "Il existe des avantages, comme le crédit d'impôt de 50 % pour les services à la personne, notamment pour le portage de repas et les aides ménagères, abonde Frédéric Serrière. Cependant, il est possible que ce crédit d'impôt soit réduit dans les années à venir, notamment pour les services liés au bien-être et au confort, même si ce sera sûrement maintenu pour les services de santé essentiels. "



La marque O2, qui cible les CSP+ autour de 45 ans (environ 500 agences, dont 320 franchises) et APEF, qui s'adresse principalement aux personnes âgées de plus de 65 ans (150 agences, dont 130 sont en franchise), sont, quant à elles, des enseignes prestataires. "Environ 70 % de l'activité d'APEF concerne l'accompagnement des personnes âgées, le reste étant consacré à l'entretien ménager, la garde d'enfants et le multi-service", ajoute Guillaume Richard.

Un marché concurrentiel qui se consolide

Une étude de Xerfi, parue en 2023, estime que les particuliers employeurs restent les premiers acteurs des services à la personne, avec 47 % du total des heures travaillées dans le secteur. Mais les acteurs privés rattrapent leur retard et sont à la tête de 80 % des structures (hors micro-entreprises). L'étude soulève également l'impact des géants du secteur sur la consolidation du marché, comme Oui Care, AVEC ou encore Vitalliance, qui ont en commun de racheter de petites structures en difficulté. Néanmoins, des réseaux de taille plus modeste trouvent leur marché et ont de belles perspectives d'avenir. C'est le cas de Clémence & Antonin, une entreprise de portage de repas à domicile fondée en 2013. "Officiellement, nous ne nous limitons pas aux personnes âgées,

mais il est vrai qu'elles représentent la majorité de nos clients," explique Stéphane Omer, fondateur de l'enseigne. Ce modèle de portage de repas permet d'apporter une assistance quotidienne aux personnes qui pourraient avoir des difficultés à cuisiner pour elles-mêmes : "On nous compare souvent à des services comme Uber Eats, mais notre approche est très différente. Nous préparons tous nos repas et privilégions un lien de proximité avec nos clients." Clémence & Antonin compte actuellement trois agences et deux franchisés, basés à Nantes et à Limoges. En 2024, l'entreprise aura fabriqué et livré 600 000 repas, atteignant ainsi un chiffre d'affaires de plus de 5 millions d'euros sur ses sites principaux. L'enseigne fait face à la concurrence d'un acteur historique sur le marché, Les Menus Services, qui compte une centaine d'agences en France, en propre et en franchise. "Il existe principalement trois formats dans notre secteur : le modèle de franchise, où nous sommes trois acteurs principaux ; les indépendants, comme des traiteurs ou bouchers locaux qui se lancent dans le portage de repas ; et les CCAS (centres communaux d'action sociale) avec leur service public de portage, détaille-t-il. Je pense que le secteur continuera de croître et qu'il y a de la place pour de nouveaux acteurs. La concurrence est naturelle, et seuls les meilleurs se maintiendront."

JEAN-PIERRE DANIEL, FRANCHISÉ APEF Une reconversion porteuse de sens

En septembre dernier, Jean-Pierre Daniel, 51 ans, a décidé de réorienter sa carrière en ouvrant une agence APEF dans les Côtes-d'Armor. Anciennement responsable dans le secteur de la

distribution, il a choisi Lannion, sa région natale, pour répondre à la demande croissante de services à la personne. "En 2020, je me suis confiné en Bretagne, je me suis rendu compte que mon papa avait besoin d'être accompagné et aidé, cela a été mon premier contact avec les services à la personne", explique-t-il. Ce déclic l'a conduit à se tourner vers le réseau APEF. "Je me suis rendu au salon des services à la personne à Paris, j'ai rencontré plusieurs franchiseurs, mais c'est avec l'APEF que mes valeurs correspondaient le plus", précise-t-il. Connaissant bien la région, il a également identifié un potentiel économique prometteur. "Il y a beaucoup de retraités ou de résidents secondaires qui ont des besoins dans les zones que je dessers, j'espère devenir rapidement un soutien pour eux." L'agence APEF Lannion, qui desservira Lannion et ses environs, proposera des services de ménage, de repassage, d'accompagnement véhiculé, de bricolage et de jardinage, avec des perspectives d'agrandissement selon la demande locale.



Des enjeux liés au recrutement et à la réglementation

Comme le souligne le ministère de l'Économie et des Finances dans un rapport daté de novembre 2023, le vieillissement de la population en France et le souhait des personnes



âgées de rester à domicile devraient entraîner une forte croissance des besoins en services à la personne d'ici 2030, avec une hausse de plus de 30 000 emplois sur le seul segment de l'accompagnement à domicile. Une dynamique qui pourrait, selon eux, "accentuer des difficultés déjà présentes", autrement dit les problèmes d'attractivité, de recrutement et de fidélisation des employés : "Sur l'ensemble des services à la personne, les besoins de recrutement d'ici 2030 atteindraient 250 000 ETP (équivalent temps plein, ndlr), en tenant compte des départs à la retraite." Ces problèmes de recrutement sont, en effet, au cœur des enjeux pour le secteur. Une problématique qui s'explique par plusieurs facteurs. "Sur l'aide à domicile des personnes très fragiles, voire légèrement dépendantes, on fait appel à des auxiliaires de vie. Mais aujourd'hui, 10 % des demandes ne sont pas satisfaites et ce secteur n'arrive pas à recruter, confirme Frédéric Serrière. Ces emplois sont souvent à temps partiel avec un salaire modeste, autour de 900 euros par mois, ce qui rend le métier peu attractif. Le secteur réclame depuis longtemps davantage d'aides et de meilleures conditions pour les travailleurs. Il espère une loi du grand âge, qui n'arrivera sans doute jamais." Une difficulté qui risque de s'aggraver d'ici 2030, avec les baby-boomers qui auront alors entre 66 et 84 ans. "La demande d'aide à domicile va croître lentement, jusqu'à atteindre un pic vers 2030", estime-t-il.



Le recrutement est également le "défi numéro un" pour le leader du marché. "Trouver et fidéliser des salariés qualifiés est un enjeu majeur", confirme Guillaume Richard, qui ajoute que le deuxième défi est d'ordre réglementaire : "Le secteur est de plus en plus encadré, avec des exigences accrues pour les agréments et autorisations. Et comme nous avons souvent affaire à de l'argent public, notamment quand on touche une part des aides comme l'APA ou la PCH (des aides versées en compensation d'une perte d'autonomie ou d'un handicap, ndlr), les pouvoirs publics, de façon tout à fait légitime, exigent des reportings beaucoup plus complets. Cela demande des systèmes d'information performants et une bonne connaissance de la réglementation." Un constat que partage Stéphane Omer, qui ne voit pas de frein à sa croissance, si ce n'est pour des causes liées à la réglementation. "Les obstacles viendront des nouvelles réglementations : si, demain, on nous impose des véhicules 100 % électriques, cela impliquera des défis logistiques importants pour garantir la chaîne du froid, et nous devons certainement répercuter ces coûts sur nos clients", déplore-t-il. Le plastique est également une problématique

récurrente pour cette enseigne de portage de repas : "Nos barquettes sont indispensables pour le moment, mais la réglementation pourrait devenir encore plus contraignante, et il nous faudra alors trouver des alternatives."

Un secteur "centré sur l'humain"

Les franchiseurs interrogés sont unanimes : pour travailler dans le secteur des services à la personne, les compétences économiques ne suffisent pas. "Ce secteur est centré sur l'humain, insiste Guillaume Richard. Il faut un vrai sens du service, de l'empathie, et il est important de bien traiter nos collaborateurs pour qu'ils puissent faire de même avec nos clients. Un bon franchisé doit aussi avoir un esprit commercial, un sens de l'organisation, et des compétences en gestion. Nous recherchons des gens qui sont à la fois structurés et animés par les valeurs de solidarité et de bienveillance."

"La personne âgée est un univers passionnant, mais il faut s'engager en étant conscient de la disponibilité et de l'attention que cela exige, renchérit Stéphane Omer. C'est un métier qui demande de la rigueur et un véritable investissement personnel. Pour ceux qui envisagent de franchir le pas, réfléchissez bien à l'engagement nécessaire pour rendre ce service avec sérieux et bienveillance."

Quelles perspectives pour le marché ?

Pour Frédéric Serrière, cela ne fait aucun doute, le secteur a de beaux jours devant lui. "Tous les services à la personne du type jardinage, repassage, ou bricolage vont littéralement exploser. Et ils sont mieux rémunérés que des auxiliaires de vie, ajoutet-il. Avec le vieillissement de la population, il y

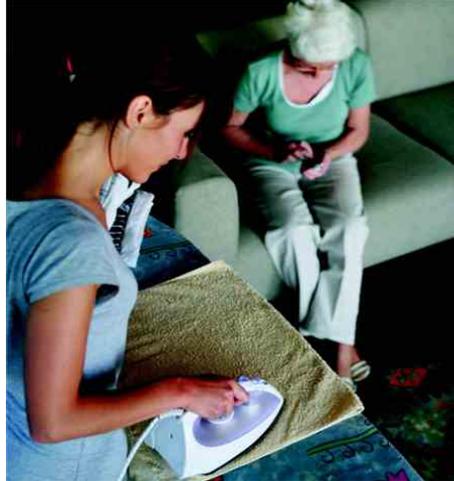


aura une demande accrue pour ce type de services. Cependant, certains services sont coûteux à fournir, et les entreprises peinent parfois à être rentables, surtout si elles doivent assumer des frais de déplacement et des salaires élevés. Le secteur tend à se concentrer avec de grosses structures. " D'où l'intérêt d'intégrer un réseau qui bénéficie déjà d'une structure financière solide, selon Guillaume Richard, pour qui il s'agit d'une condition "presque indispensable pour ceux qui veulent une activité significative. "

"La transition démographique est documentée, poursuit-il. On sait que le potentiel est énorme. Mais c'est aussi un secteur complexe qui nécessite un accompagnement. Un réseau structuré offre une visibilité, des outils adaptés et un soutien, permettant aux franchisés de se

concentrer sur leur activité tout en bénéficiant de la notoriété et de l'accompagnement du réseau. "

*Selon François Bayrou, alors Haut-commissaire au Plan en février 2023, dans un rapport sur le "Vieillessement de la société française".



À vos agendas !

Le Salon des services à la personne et de l'emploi à domicile se tiendra les 26 et 27 novembre 2024, à Paris, Porte de Versailles. Il s'adresse aux professionnels, responsables et encadrants, ainsi qu'aux salariés qui cherchent un emploi dans le secteur du SAP. Pour les professionnels, le salon est l'occasion de rencontrer les réseaux de franchise et les coopératives en croissance, ainsi que les fédérations professionnelles, et de faire le point sur l'évolution réglementaire du secteur. ■

