



## Comment bien choisir son réseau de franchise sur le secteur des services à la personne ?

En plein développement, le secteur des services à la personne regroupe de nombreux acteurs, qu'ils s'agissent d'entreprises privées, d'associations ou d'établissements publics. Dans le domaine de la franchise, on a observé ces derniers temps des regroupements mais le choix reste vaste pour les porteurs de projet. Alors avec quelle enseigne se lancer ?

Depuis le 6 juin dernier, le secteur des services à la personne regroupe 26 activités, contre 21 auparavant, dont certaines sont soumises à l'obtention d'un agrément comme la garde d'enfants à domicile des moins de trois ans ou l'assistance dans les actes du quotidien des personnes âgées.

### Le potentiel du secteur

Actuellement, environ 4,5 millions de familles françaises (source Dares) s'offrent des prestations de services à la personne, essentiellement pour la garde d'enfants à domicile, l'entretien du domicile et l'accompagnement des personnes âgées. On compte également 2,8 millions de foyers particuliers employeurs. Depuis la création de la loi Borloo en 2005, le nombre d'organismes a explosé sur le secteur. On en compte désormais 34 900, sous la forme d'entreprises privées, d'associations ou encore d'établissements publics.

Entre 2005 et 2013, le secteur a créé 390 000 emplois. Il devrait poursuivre sa dynamique notamment sous l'impulsion du vieillissement de la population. Les seniors sont consommateurs de services à la personne et des mesures ont été prises pour favoriser leur maintien à domicile. Rappelons que la France regroupe 16 millions de personnes ayant plus de 60 ans, dont 1,2 million de personnes dépendantes.

Pour Alain Bosetti, Président du Salon des SAP, le secteur reste attractif car « *la démographie, avec un taux de natalité élevé et le vieillissement de la population avec 10% de Français qui ont plus de 75 ans, fait que le besoin en matière de services à la personne est fort.* »

### Choisir la franchise pour créer son agence de services à la personne

Le secteur des services à la personne progresse particulièrement bien en franchise. Pour plusieurs raisons. La première c'est qu'il reste accessible aux créateurs avec des tickets d'entrée relativement faibles. Ainsi, même chez les plus gros comme **O2 Care Services** ou **Shiva**, l'apport personnel réclamé pour créer sa structure ne dépasse pas les 25 000 euros pour un investissement global qui s'élève au maximum à 75 000 euros. Franchisé depuis février 2016 du réseau **Petits-fils** après avoir passé 16 années de vie professionnel au sein d'un grand groupe très structuré, Philippe Delmas a choisi la franchise pour être accompagné et pour ne pas se retrouver seul du jour au lendemain.

www.observatoirede lafranchise.fr

Pays : France  
Dynamisme : 0



Page 2/3

[Visualiser l'article](#)



Si l'on a observé récemment quelques rapprochements dans le secteur privé, notamment avec le rachat d'Apéf par O2 en juillet dernier ou plus récemment la prise de participation majoritaire de la Poste au capital d'**AXEO Services**, le secteur compte de nombreux acteurs qui défendent chacun leurs spécificités.

Avec quelle enseigne de franchise se lancer ?

Sur le secteur des services à la personne, de nombreux franchisés choisissent leur réseau en fonction des valeurs humaines défendues mais aussi du marketing proposé ou encore la rencontre avec les dirigeants qui demeure fondamentale dans le choix d'un réseau. Daniel Spada, franchisé de l'enseigne **Vivaservices**, a d'emblée apprécié les valeurs humaines véhiculées par son futur réseau. « *Au fil de mes recherches, je me suis rendu compte que tous les réseaux ne se basaient pas sur ces valeurs humaines pour fonctionner. Le réseau Vivaservices correspond à 100% à ce critère qui était déterminant pour moi* », confie-t-il. Philippe Delmas a quant à lui tout de suite perçu le potentiel du business model proposé par l'enseigne Petits-fils. « *J'ai rencontré d'autres franchises mais le business de Petits-fils était celui qui me correspondait le plus en termes d'activité et de rentabilité* », témoigne-t-il. De son côté Florent Gerbhi, franchisé du réseau spécialiste de la garde d'enfants à domicile Babychou Services, s'est lancé convaincu par les premiers contacts qu'il avait eus avec son franchiseur. « *J'ai ressenti une grande proximité lors de mon premier entretien. Je ne me suis pas trompé, trois ans après l'ouverture de mon agence, la tête de réseau joue pleinement son rôle avec un accompagnement quotidien.* »

Bien entendu comme pour toute franchise, les franchisés du secteur des services à la personne doivent mettre en confrontation la redevance à payer avec les services réellement apportés. Fixe ou indexée au chiffre d'affaires, la redevance permet en effet aux enseignes de rémunérer les services fournis aux membres du réseau comme l'assistance, l'animation ou encore la publicité nationale. Avant de se lancer avec une marque, les franchisés doivent s'assurer que son montant est justifié. Et ce que ce soit au sein d'enseignes au

www.observatoiredefranchise.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

développement encore confidentiel comme **Confiez-Nous**, que des réseaux en plein développement comme **Centre Services** ou **Domicile Clean** ou **Générale des Services** en passant par les mastodontes du secteur comme O2 ou **Age d'Or Services**.

Trouver son réseau sur le Salon des Services à la Personne

Du 15 au 17 novembre prochain, la 10ème édition du Salon des Services à la Personne attend 20 000 visiteurs ainsi qu'une vingtaine de franchiseurs qui profiteront de l'occasion pour présenter leur concept et leurs atouts aux candidats à la franchise. Rencontrez-les !

Pourquoi venir aux Salon des Services à la Personne, la réponse d'Alain Bosetti, Président de la manifestation, en vidéo :