



[Spécial Franchise]

Avec les nouvelles attentes plus écologiques des consommateurs et l'évolution des réglementations, ces domaines d'activité font preuve de beaucoup de créativité. Entre réparation, entretien et maintenance ; services aux particuliers comme aux professionnels, chaque réseau a développé un savoir-faire qui lui est propre et lui permet d'avancer ses avantages concurrentiels.

Les services aux particuliers : un créneau porteur sur le marché de la franchise



La Silver Economie : des opportunités à saisir pour les candidats à la franchise

Encore peu exploités en franchise, les marchés de seniors sont promis à un avenir radieux, mais encore faut-il trouver le juste positionnement face à des demandes hétéroclites et transversales ! Les marchés des seniors sont plus que prometteurs. C'est ce que confirme une récente étude publiée par Xerfi-Precepta sous le titre : « La Silver économie à l'horizon 2022 - Quels positionnements et stratégies pour concrétiser un potentiel de croissance exceptionnel ? ». En effet, selon Xerfi-Precepta, « la vague argentée représente une opportunité économique de choix ». Et de fait, les experts du cabinet spécialiste en études sectorielles estiment que la silver économie devrait continuer à croître au rythme moyen de 2,5% par an en France. « Elle pèsera alors 96 milliards d'euros en 2022 (contre 85 milliards en 2017) ».

Une vraie manne portée par la génération baby-boom notamment mais pas seulement : « la hausse du nombre d'aidants et celle des personnes âgées sans aidant constituent bien sûr de puissants moteurs ». Le marché des seniors n'est pas unique, il est multiple. Parmi les 5 filières identifiées par Xerfi-Precepta, citons notamment l'habitat et la

sécurité, la prévention et la santé ou encore le financement. Certains de ces marchés sont déjà développés en franchise (l'aide aux personnes âgées dépendantes par exemple, ou encore la télésurveillance, l'adaptation des logements aux handicaps, etc), mais beaucoup reste encore à faire.

Les experts de Xerfi Precepta ont identifié trois leviers à favoriser : le guichet unique (des solutions globales de proximité adaptées aux besoins des seniors), l'expérience client (proposer un accompagnement personnalisé), les innovations technologiques et sociales (s'appuyer sur la technologie pour proposer un mieux-vivre aux seniors). Dès lors, les acteurs de la franchise ont désormais toutes les clés pour créer des concepts ciblés sur les attentes et les besoins des seniors mais aussi de leurs familles.



Parmi les acteurs du marché présents notamment au dernier salon Franchise Expo 2019 : Les Menus Services. Cette marque historique spécialisée dans le portage de repas au domicile de personnes âgées, créée en 2003 par Alain Balandraud, continue sa progression et affiche une croissance à 2 chiffres de l'ordre de 25 % avec 2 millions de repas vendus en 2018. Elle maille de plus en plus le territoire avec 80 agences franchisées à son actif. Ancrée sur le marché en plein boom de la dépendance des personnes âgées, l'entreprise Les Menus Services est pour les futurs franchisés la promesse d'un développement rapide avec



des chiffres d'affaires mensuels moyens pouvant aller jusqu'à 90 000 € hors taxes. Les Menus Services déploie cette année 4 nouvelles offres de services lui permettant d'asseoir son positionnement d'expert du maintien à domicile : les travaux de petit bricolage, dits « homme toutes mains », la téléassistance et visio-assistance, l'assistance administrative à domicile et la coordination et délivrance de services à la personne.

Autre acteur du secteur à surfer sur la Silver Economie : Age d'Or Services. Créé en 1991, Age d'Or Services est le premier réseau franchisé apparu sur le marché porteur des services à la personne et depuis 2001, filiale de CNP Assurances. Fort aujourd'hui d'un réseau de 150 agences sur tout le territoire hexagonal ainsi que dans les DOM-TOM. Age d'Or Services a fondé sa réussite sur le développement d'un bouquet de services à destination des personnes fragiles. Entendons par personnes fragiles, les personnes en situation de handicap ou de dépendance et que l'on souhaite maintenir à domicile.

Parmi les prestations proposées par le réseau : aide à domicile, repassage, ménage, accompagnement des personnes seules pour rompre leur solitude et mieux les intégrer dans la société, via des activités culturelles ou des sorties quotidiennes, fabrication et portage de repas, entretien du cadre de vie (jardinage, bricolage). Age d'Or Services est également de plus en plus présent sur le secteur de l'habitat connecté et de la télé-assistance. Age d'Or Services a vocation à se développer en enrichissant son panel de services (partenariats avec des acteurs de la silver économie et des structures collectives, garde itinérante de nuit, accompagnement des jeunes seniors...). De quoi là aussi répondre aux attentes de franchisés que le secteur attire et qui surtout en portage les valeurs humanistes.

Ces petits services qui améliorent grandement votre quotidien

Jardinage, ménage-repassage, garde d'enfants, pressing... tout le monde ou presque profite de ces services. Un vrai plus quand le quotidien nous aspire et un gain de temps qui génère du mieux-vivre pour toute la famille. On comprend donc aisément que les acteurs de ces univers ont le vent en poupe sur le marché de la franchise. Un petit tour d'horizon s'impose.



Le courtage en crédit fait partie des créneaux du service aux particuliers qui ont émergé ces dernières années, les emprunteurs ayant plus volontiers recours à ces intermédiaires en opérations de banque, de mieux en mieux reconnus par les établissements bancaires. Parmi les réseaux de franchises positionnés sur ce segment, figurent notamment In & Fi Crédits, créé en 2004, Meilleurstaux.com, qui a lancé son réseau d'agences physiques en 2006 ou encore ACE Crédits, développé en franchise depuis 2008. Mais aussi des acteurs qui ont lancé leur recrutement plus récemment comme Crédit Courtier de France ou Credixia.



Un service à la personne qui retrouve des couleurs : le secteur du pressing. Ces dernières années, en effet, sous la pression des lobbys environnementaux, le secteur a malheureusement vu plusieurs enseignes fermer plusieurs de leurs points de vente.

Or, l'évolution de la réglementation vers des solutions techniques moins nocives pour l'environnement a conduit au développement de concepts écologiques comme Aquablue ou Aqualogia.

L'un des principaux réseaux de franchise du secteur est l'enseigne Wash'n Dry avec l'américain Speed Queen. Citons aussi sur ce marché en renouveau le réseau Baléo. La technologie utilisée par Baleo permet à la marque de rendre aux clients des vêtements nettoyés de manière optimale. Pour arriver à ce résultat, Baleo utilise des techniques allant au-delà de la réglementation actuelle (sans perchlo).