



ANALYSE
la franchise, nouveau
booster des centres-villes

BUSINESS
Une franchise
sans local, possible !



STRATÉGIE
les franchisés face
aux décisions du réseau

Franchise&Concept(s)

N°37

TRIMESTRIEL - 5 €

Franchise & Concept(s)

franchise-concepts.ecoreseau.fr

REG. LUX. 5.20 € - Suisse 9.95 € - Canada 8.99 \$ CAN - Maroc 5.50 € - DM 5.50 € - Tom 7.50 XPF



PROSPECTIVE

FRANCHISES D'AVENIR

- ENVIRONNEMENT
- SERVICES À LA PERSONNE
- NOUVELLES TECHNOLOGIES...

CES SECTEURS À FORT POTENTIEL

POUR 2023

... ET APRÈS !



emprixia
Étude de vos territoires commerciaux

**POUR VOTRE RÉSEAU
DE POINTS DE VENTE,
NOS ÉTUDES DE MARCHÉ VOUS GUIDENT.**

Étude d'implantation de point de vente • Étude de cannibalisation
Ciblage de villes d'implantation • État local et général de marché ...



Tous nos thèmes d'études sur : emprixia.com

2 Silver Economy: l'âge, sacré terrain de jeu pour les franchises

La population française vieillit. De nouveaux besoins naissent. Il y a le grand chantier de la dépendance, celui du maintien à domicile. Et, bien au-delà, l'immense potentiel des seniors, cette population d'un certain âge, désireuse de consommer et donc très utile à l'économie. La *silver economy* (en français économie argentée) est le nom que l'on donne à ces nouveaux marchés. Un hommage subtil à la couleur de cheveux poivre et sel. Réponses sur un secteur économique et social majeur. La franchise y a une belle carte à jouer.



Les plus de 75 ans représentent 10% de la population nationale. Générale des Services, All 4 Home, Axeo Services... Ces franchises font carton plein!

Trois questions à Alain Bosetti, cofondateur du salon Silver Economy Expo

«Le choix des services à la personne contribue à se sentir utile, à retrouver du sens dans son travail»

On n'arrête pas Alain Bosetti. Le fondateur de l'agence de communication En personne est également le directeur du salon SME, dédié aux microentreprises. Ce qui nous intéresse aujourd'hui, c'est une autre de ses nombreuses casquettes. Alain Bosetti est l'organisateur du salon Silver Economy Expo – intégré au salon SAP (services à la personne). Le salon s'est tenu les 29 et 30 novembre, Porte de Versailles, à Paris. Entretien avec un précurseur de la silver economy.

Pourquoi la silver economy représente-t-elle un marché si porteur qu'elle bénéficie de son propre salon ?

En 2013, Arnaud Montebourg, alors ministre du Redressement productif, et sa collègue Michèle Delaunay, ministre déléguée aux Personnes âgées et à l'Autonomie, décident de mettre en avant les entreprises, nombreuses qui, en France, s'engagent à préparer la société du vieillissement. Il faut le rappeler. Plus de 13 millions de plus de 65 ans au 1^{er} janvier 2020 et 16 millions en 2030: comment gérer cette transition démographique? La Silver Economy Expo, salon *b to b*, présente à un public professionnel les dernières innovations en la matière, défend une filière qualitative où la France a bien des atouts, facilite les échanges et les rencontres.

Que veut dire, commercialement, «être un senior» ?

Il est vrai que le concept de senior n'a pas de définition universelle et qu'il recouvre des réalités très différentes. Pôle emploi reconnaît comme des seniors les demandeurs d'emploi de plus de 45 ans! Il ne faut donc pas confondre le senior et le retraité, l'un ne va pas toujours avec l'autre. De même que le senior peut se trouver en situation de dépendance comme en excellente santé. Notre salon prend en compte l'ensemble du prisme.

Quel conseil donneriez-vous à quelqu'un



qui hésiterait à se lancer dans cette aventure économique, dans le domaine de la franchise ?

D'abord, je lui dirais qu'elle fait incontestablement un bon choix. Le choix des services à la personne contribue à se sentir utile, à retrouver du sens dans son travail. C'est un domaine d'activité éminemment humain, ancré sur les territoires et surtout un domaine d'avenir. Le rejoindre, c'est aider à bâtir la société du vieillissement. C'est également un monde professionnel où le *management* compte énormément, de même que l'apprentissage des nouvelles technologies. D'un point de vue économique, c'est un pari gagnant, car la demande est croissante et très importante. Il y a vraiment du potentiel. Allez-y!

Un événement qui fait le plein. «Silver Economy Expo», le salon professionnel des services et technologies pour les seniors, incarne depuis 2013 une référence française. Il est le lieu dédié où, annuellement, les grands acteurs de la *silver economy* se retrouvent pour échanger, se rencontrer, créer. L'idée commune: trouver des solutions pour aider, aujourd'hui et demain, nos aînés à mieux vivre le bel âge. Un défi évident: la covid comme le scandale Orpée nous prouvent, s'il en est encore besoin, que nous devons collectivement «faire mieux pour nos vieux». Une question de respect, une réponse d'humanité.

Les franchises aux premières loges de cette révolution d'ampleur

L'économie des services à la personne, très dynamique, repose beaucoup sur la franchise. Du côté de Bercy, la direction générale des entreprises recense quelque 36 195 entreprises de services à la personne. 1,4 million de professionnels sont engagés dans ce secteur en plein *boom*. Ce n'est qu'un début. Les «grands seniors» ou pour parler plus clairement, les plus de 75 ans, représentent 10% de la population nationale. Soit 6 millions de personnes! Dont 65% de femmes, d'ailleurs. Et 50% de ces foyers sont composés d'une personne seule, qui souvent est en besoin, voire

en détresse. Selon certaines projections démographiques, 23 millions de Français-es auront plus de 65 ans en 2030. Ils représenteront ainsi le tiers de la population française. C'est là que les services à la personne, avec l'appui de l'excellent modèle de la franchise, vont pouvoir déployer tout leur intérêt. Quelles aides exactement? Elles sont essentielles: tâches ménagères, faire les courses, acheter les médicaments, parler aux soucis de santé, administrer les soins corporels... Et avant toute chose, assurer une présence amicale et empathique avec des populations en manque criant de lien social.

Un secteur qui a le vent en poupe

Aujourd'hui, le secteur des aides à la personne est assez éclaté. Il reste marqué par le traditionnel modèle du travailleur à domicile, qui s'organise en la présente avec le chèque emploi-service. Un dispositif

ingénieux inventé par Anne Mansouret, élue socialiste de la région Haute-Normandie, dans les années 1990. Mais face à l'ampleur des défis à relever, les microentreprises, sur ce secteur, ne semblent plus tellement tenir la corde. L'émergence de groupes plus structurés, capables de centraliser l'investissement, font aujourd'hui leur apparition. Tous font confiance à la franchise. Un choix chaque jour plus affirmé. La complexité nouvelle pousse donc à choisir ce modèle, qui a su faire ses preuves et gagner ses lettres de noblesse. On citera ici quelques entreprises du genre, qui toutes ont le vent en poupe: la Générale des Services, All 4 Home, Axeo Services...

Les services à la personne représentent le cinquième secteur le plus dynamique de l'univers franchise

Le choix existe bien, parmi les 5000 structures de services qui couvrent ce secteur. Le-

quel représente un chiffre d'affaires global de 23 milliards d'euros par an. Les services à la personne représentent le cinquième domaine le plus dynamique du monde de la franchise. Il affiche en 2021 une croissance à 15%.

Quelles perspectives? S'engager dans la franchise dédiée à l'aide à la personne, à la silver economy, c'est choisir un modèle éprouvé, bien rodé, plein d'avenir. Il y a de bonnes chances d'engranger les premiers bénéfices dans les deux premières années. De plus, le secteur est dynamique partout, dans chaque région, s'adapte bien aux zones rurales et périphériques, est pourvoyeur d'emploi et gage d'utilité sociale. Combo gagnant. En outre, les réseaux recrutent. Avec un apport d'environ 20000 euros, on peut espérer s'installer en coopération directe avec des grands noms comme O2 et ses 402 implantations.

VALENTIN GAURE

Trouver des solutions pour aider, aujourd'hui et demain, nos aînés à mieux vivre le bel âge.