

Atelier « Services de proximité » 6 mars 2007

Pour une vue prospective

Produire autrement de la proximité : l'exemple de la plate-forme du Comminges

Jacques Prades

Cerises

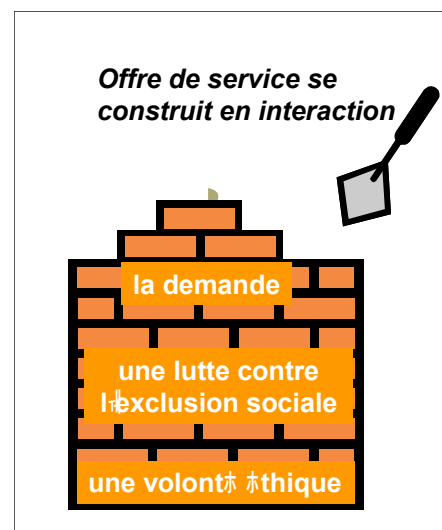
Université de Toulouse 2- le Mirail

Les services de proximité sont l'objet de politiques publiques mais on sous-estime le rôle que pourraient jouer les entreprises sociales et les initiatives solidaires dans ce domaine alors qu'elles sont les principales animatrices de cette branche d'activité.

La situation peut être campée à gros traits : d'un côté, les mutuelles s'organisent autour des grandes enseignes structurées selon une logique verticale; d'un autre côté, une myriade d'associations très ancrée sur le territoire local sont dispersées horizontalement et sans liens véritables. Il y a bien la volonté de fédérer les associations au travers par exemple de plate-formes mais pour le moment, il semble qu'on assiste à la situation suivante : un développement important des services à la personne et une stagnation du CA et du nombre de structures associatives : c'est le secteur des grandes enseignes qui profitent le plus du plan de cohésion sociale, même si on note la pénétration du secteur privé lucratif.

Le secteur des grandes enseignes est le suivant : **France Domicile** (Mutualité Française, UNA, UNCCAS) ; **PERSONIA** (ADMR, Crédit Mutuel, AG2R) ; **Fourmi Verte** (Familles Rurales, Groupama, MSA) ; **La maison du particulier employeur et des emplois de la famille** (FEPEM, IRCEM Prévoyance, IFEF) ; **SERENA** (groupe Caisse d'Épargne, MAIF, MACIF, MGEN) ; **Domiserve** (groupes Axa et Dexia Crédit Local) ; **Accor Services** (Accor Services, Europ Assistance) ; **La Poste** ; **Sodexo** ; **CNP**.

Il ne s'agit pas d'opposer secteur privé lucratif et secteur public mais plutôt de travailler à tout ce qui concourt à sortir par le haut de l'exclusion sociale par la voie de l'économie sociale et solidaire. A ce point de discussion, la convention du 24 juillet 2006 entre la Confédération des SCOP, le Crédit Coopératif et l'Agence nationale des services à la personne



pourraient mobiliser le réseau coopératif pour construire des sortes de boîtes à outils comprenant des illustrations de montage, de nouveaux outils financiers ou autres. On introduirait ici une nouvelle dimension du paysage français des services à la personne par les entreprises sociales en montrant qu'il s'agit de services de proximité où l'offre de service se construit en interaction avec la demande avec une volonté éthique et une lutte contre l'exclusion sociale (soit en utilisant une main d'oeuvre particulière issue des AI ou EI, soit à destination d'un public vulnérable ou fragile (personnes âgées, handicapés, jeunes enfants).

Pour aborder ces questions, on peut choisir quatre entrées.

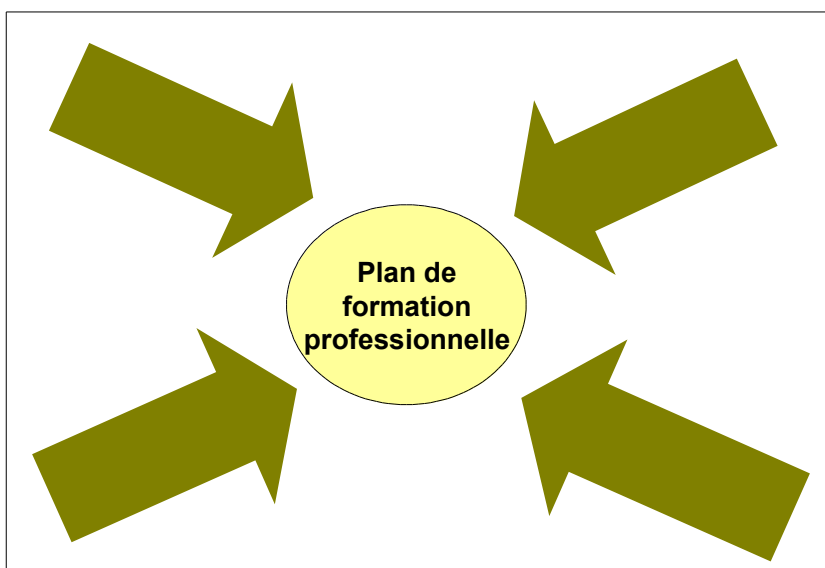
- **la réactivation des ressources passives**

On entend par cette expression, la volonté des collectivités locales ou de l'Etat de redessiner les flux de ressources monétaires en direction de choix économiques plus que d'actions sociales. Par exemple, plutôt que de verser un revenu à un chômeur au titre de l'action sociale, on verse la même somme pour créer une activité économique. Pour le cas qui nous occupe, il s'agit pour les collectivités locales d'affirmer des priorités d'aide au financement d'information sur des projets, de formation ou d'insertion qui aillent dans le sens du développement des services de proximité.

L'information sur les services à la personne doit faire l'objet d'un annuaire, soit sous forme électronique, soit sous forme papier où les structures atomisées du territoire pourraient, au-delà d'une première visibilité, se regrouper sous la forme de plateformes multi-services. Ces plateformes mettraient en place une sorte de charte qui porterait sur la qualité du service rendu, mais aussi sur les modes d'organisation du travail ou l'échelle des rémunérations.

La formation aux services de proximité est une condition nécessaire et indispensable.

Un véritable plan de formation professionnelle dans le domaine est urgent. Il devrait se mettre en place en concertation avec les centres de formations, les lycées professionnels, les collectivités (pour le financement) et les acteurs

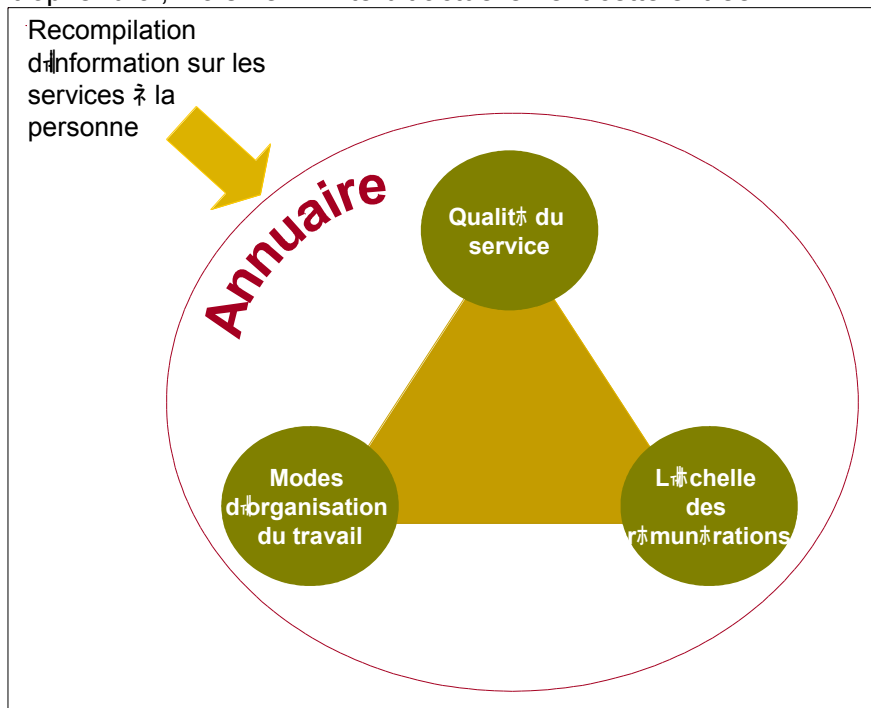


locaux (pour connaître les besoins de la profession), appuyés, en amont, par un véritable référentiel pédagogique.

- **l'insertion dans les dispositifs publics existants**

C'est au CESU et à la défiscalisation permise par le Plan de cohésion sociale qu'il est ici fait référence. Plusieurs indices sont aujourd'hui difficiles à interpréter.

Pour commencer, un constat du paysage national (dans la réunion du 6 mars 2008 en Comminges, le responsable de l'ADMR évoquait des débordements des grandes enseignes) : Sur le paysage existant, on peut tirer cinq conclusions provisoires sur la constitution de ces enseignes. Premièrement, on ne note pas encore de rapprochement entre le secteur caritatif chrétien et les marques privées. Par exemple, l'ADMR ne se rapproche pas de Accor services France qui a une expérience réussie en crèche d'entreprises ou conciergerie d'entreprises à l'étranger. Deuxièmement, on ne sent pas encore de débordement des grandes enseignes en dehors de leur métiers d'origine. Par exemple, l'UNCASS et la Mutualité Française installés en direction des personnes âgées et handicapées ne se regroupent pas vers les tâches ménagères. Troisièmement, certaines structures se rapprochent en fonction d'un fichier client assez homogène qui renvoie déjà à une structuration des services déjà existant. Par exemple, Caisse d'Epargne, Maif, Macif et MGEN font état de 3500 structures regroupées dans leur réseau. Quatrièmement, on assiste à la montée d'offres standardisées du type d'Academia et parallèlement, le développement des franchises (Shiva vient de rejoindre le groupe Academia) : d'abord concentrées dans l'immobilier, elles se développent dans des niches particulières (les fleuristes) mais aussi les services à la personne. Par exemple, Shiva voit son chiffre d'affaires atteindre 6 millions d'euros sur le repassage et le ménage à domicile. « A 18 euros, l'heure de prestation, l'abattement de 50 % fait qu'on se situe au pris du marché noir » . L'enseigne possède actuellement 12 établissements et la direction prévoit l'ouverture de 30 autres établissements d'ici la fin 2007 (Le Parisien Economie du lundi 6 novembre 2006). Pour le moment, Shiva ne pénètre pas trop le rural, mais rien n'interdit actuellement cette entrée.



Cette évolution masque néanmoins plusieurs zones d'incertitude. La première est que derrière les grandes enseignes, *il n'y a pas nécessairement une unité de comportement, qu'elle soit stratégique ou financière*, mais

souvent un effet d'aubaine. Dans le temps, il y a donc pas encore menace d'éclatement. La deuxième incertitude est que *certains grands réseaux associatifs pourraient changer de statut juridique* pour faire face à la nouvelle donne qui tend à écraser les associations. Les deux indices conduisent à penser, qu'à terme, on pourrait assister à une très forte concentration du secteur des enseignes qui de douze pourrait être divisé par trois ou quatre. Le statut du bénévolat, parce qu'il réduit le coût de l'heure de travail et donc les coûts de la prestation, pourrait être mis en cause dans ce nouvel environnement.

- **la clause du « mieux disant social » des marchés publics**

Il est tentant pour une structure de faire valoir dans un appel d'offre, au-delà du rapport qualité-prix de sa prestation, son apport en terme d'emploi de personnes en difficulté ou en général son effort pour lutter contre toutes les formes d'exclusion : recours à une entreprise d'insertion, emploi de personnes en difficulté, formation, etc. Le code des marchés publics reconnaît qu'à côté du prix des prestations, de la valeur technique des projets, des garanties professionnelles des candidats et des délais, les commanditaires peuvent utiliser d'autres critères à condition qu'ils soient énoncés dans la consultation et qu'ils puissent être justifiés par l'objet du marché. C'est dans ce cadre qu'en juillet 1998 a été approuvée la clause du mieux disant social.

Cette clause n'est pas facile à utiliser car elle peut vite aller à l'encontre des directives européennes mais aussi participer à des formes de cooptations entre élus et proximités politiques.

- **le lien avec des acteurs marchands présents sur le territoire**

La formule est assez classique : elle consiste à mettre au service d'une grosse entreprise particulière installée sur le territoire, une gamme de services (nettoyage et repassage du linge par exemple) en utilisant les outils du Plan de cohésion sociale ; par exemple, les sacs de linge sale sont récupérés à l'entrée du lieu de travail et à la fin de la journée, le salarié règle avec son CESU et récupère son linge propre et repassé. Des formules de ce type sont nombreuses et des réseaux d'entreprises privées se constituent pour mutualiser les compétences sur un plateau où seraient présentes grandes et petites entreprises.

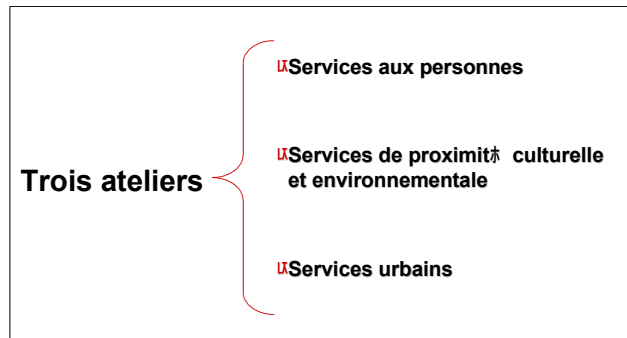
On peut imaginer un dispositif de présentation d'entreprises sociales et d'initiatives solidaires existantes sur le territoire, repérer les entreprises privées susceptibles d'être intéressées par une procédure de ce type et charger une ou plusieurs personnes d'un démarchage.

Il faut insister sur le caractère collectif des initiatives que nous cherchons à mettre en place, en tentant de marginaliser d'une part le gré à gré et d'autre part la relation exclusivement lucrative. A ce titre, « les sorties au restaurant », les « repas de quartiers », toutes initiatives solidaires peuvent être le lien qui permet de créer un réseau de prescripteurs.

Le choix méthodologique de CERISES de découper ce champ en trois ateliers

- les services à la personne : exemple, ADHAF de Ramonville est association avec agrément de qualité favorise le maintien à domicile des

personnes âgées mais aussi la garde des jeunes enfants en assurant démarche administratives, soutien scolaire et petits travaux à domicile.



est :
par
une
qui

- les services de proximité culturelle et environnementale. Signalons dans le Comminges, la structure *AUTRE SENS* qui assurait le WE un lieu de résidence dans une friche industrielle possédant une salle de 150 personnes pour représentation mais qui est davantage un lieu de création que de diffusion. Le lieu est aujourd'hui un lieu de création plus qu'un lieu de diffusion. Les acteurs ne sont pas payés et reçoivent le résultat du « chapeau » lorsqu'ils font une présentation. L'association vit de la restauration et du bar.

Dans le domaine environnemental, la structure *F-A-I-R-E* est une association d'éducation à l'environnement toujours dans le Comminges pouvant s'intégrer dans des projets d'école mais aussi qui concerne les professionnels de l'éducation.

- les services urbains comprenant les services aux entreprises. Notons que ce domaine est déjà très en expansion sur la région mais couvert par des entreprises qui ne relèvent pas du domaine des entreprises sociales. Concernant les services urbains, plusieurs expériences existent. Citons par exemple les épiceries sociales et solidaires. Il y en a plusieurs centaines en France mais une seule en Midi Pyrénées (Le Cabas à Toulouse). Ce sont des épiceries dont l'accès est réservé pour des périodes temporaires à des personnes relevant de minima sociaux et qui peuvent y acheter des produits à 30% des prix du marché: les épiceries s'approvisionnent en récupérant auprès des producteurs et distributeurs les produits alimentaires qui ont quelques défauts (carottes pas assez droites par exemple) mais qui sont tout à fait bonnes du point de vue nutritionnel. Ce concept peut être étendu aux épiceries solidaires qui peuvent être reliées à l'échange équitable et à des boutiques d'échanges équitables.

Conclusion

La région Midi-Pyrénées n'est plus en retard dans le domaine de l'ESS comme il y a dix ans : L'ADEPES, Le master « La nouvelle économie sociale », CERISES, la CRESS, l'IES, d'autres encore ont chacun contribué à cette situation. Mais ce n'est plus suffisant. La région ne possède pas d'expériences locales ambitieuses. Peut-être serez-vous les premiers à lever cette ambition, dans le Comminges ?

Après une étude des panoramas des principaux foyers économiques du territoire, la photographie des socio-types des personnes y habitant (résidences principales travaillant ou pas sur le bassin d'emploi, résidences secondaires -avec durée de l'attractivité du territoire-, bi-résidence, etc), il est possible d'envisager des sociations d'habitants ou d'entreprises (associatives ou coopératives). L'idée serait de créer, sur un bassin d'emploi, type celui de Saint Béat-Cierp-Gaud, à titre expérimental, une coopérative d'habitants proposant à la fois une demande de services à domicile, du domicile, d'environnement ou de services de proximité aux entreprises et une offre de ces services, inséré dans le dispositif de la plate-forme du Comminges. Cette coopérative pourrait recevoir les acteurs existants, du type de l'ADMR, mais aussi faire appel à la création de d'autres structures et d'autres services en co-construisant les services. Si l'expérimentation était réussie, il appartiendrait aux agents de la plate-forme du Comminges d'initier sur les autres bassins d'emploi cette méthodologie adaptée, par la nature de ses services, à chaque territoire.